



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CPA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSTRUCTORA-INMOBILIARIA DE CASAS PREFABRICADAS PARA
EL SECTOR URBANO-RURAL BAJO DEL CANTÓN COTACACHI,
PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTOR: García Lanchimba Danny Marcelo

DIRECTOR: Ing. Vinicio Guerra

IBARRA – AGOSTO / 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad de la creación de una empresa constructora-inmobiliaria de casas prefabricadas para el sector urbano-rural bajo del cantón Cotacachi. El objetivo principal del presente estudio el disminuir el déficit habitacional del cantón, además se llevó a cabo la investigación y análisis de los diferentes aspectos que intervienen en este proyecto. Luego de conocer la situación actual del sector y tener una visión clara de la actividad empresarial, se empezó a trabajar en el estudio de mercado en el que se analiza los niveles y condiciones en que se encuentra la oferta y la demanda de las viviendas, así como también el comportamiento del precio y las políticas de venta. Este estudio, es además viable ya que una de las principales necesidades que tienen las familias es contar con un lugar donde habitar y que cuente con todos los servicios básicos. Por lo cual, se considera que el presente proyecto es sostenible y sustentable, ya que la empresa con el pasar del tiempo podrá convertirse en un gran icono de la construcción, ofreciendo nuevos programas habitacionales a la sociedad, priorizando ante todo, el precio y la calidad; se debe tener claro las conceptualizaciones de los asuntos que abordan este tema, permitiendo obtener un criterio sostenido y técnico. Una vez conocido los resultados y siendo estos positivos, se procedió a establecer la macro y micro localización, el tamaño e ingeniería del proyecto; para lo cual se hizo el presupuesto de las inversiones que se va a requerir. Además se procedió a desarrollar la organización administrativa de las diferentes áreas, ubicándoles acorde a los niveles jerárquicos que se muestran en el organigrama, detallando las funciones del personal que conforman la organización, al igual que las políticas, valores y principios institucionales. Se determinó los impactos que genera el proyecto en el área de influencia, se hace un análisis en los aspectos económicos, sociales, ambientales concluyendo que se encuentra dentro de los parámetros aceptables.

EXECUTIVE SUMMARY

The feasibility study for starting a new business to construct prefabricated houses in the urban sector of the canton of Cotacachi. The principal objective of this study is to reduce the housing deficit in the canton and also to perform an analysis of the different aspects of involved with this project. Later, once we better understand the actual situation in the sector and have a more clear vision of the business activity, we can begin to perform a study of the market and analyze the levels and conditions of the supply and demand of housing, as well as pricing behavior and sales policies. This study is also viable because one of the principle necessities for families is to find a place to live that has all the basic services. For this reason, this project is considered sustainable and viable, and with time this business can become an example of construction, offering new housing projects for society with the priority of offering good price and good quality; we must clearly state the conceptualizations of the issues that address the topic, allowing us to get a sharp technical criteria. Once the results are known and are positive, we will begin to establish the macro and micro localization, the size and engineering of the project; with which we can calculate the budget for the investment that will be needed. In addition, we can proceed with the development of the administrative organization of the various areas, locating them according to the hierarchical levels demonstrated in the organizational chart, detailing the functions of the personnel that form the organization, as well as the policies, values and institutional principles. We will determine the impact of the project in the area of influence; perform an analysis of the economic, social, and environmental aspects concluding that the results fall within the acceptable parameters.

AUTORÍA

YO, DANNY MARCELO GARCIA LANCHIMBA, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA-IMMOBILIARIA DE CASAS PREFABRICADAS PARA EL SECTOR URBANO-RURAL BAJO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA." Que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han receptado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....
Sr. Danny Marcelo García Lanchimba

C.C. 1003447701

DECLARACIÓN

Yo, Danny Marcelo García Lanchimba, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Danny Marcelo García Lanchimba

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Danny Marcelo García Lanchimba para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, C.P.A, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA-IMMOBILIARIA DE CASAS PREFABRICADAS PARA EL SECTOR URBANO-RURAL BAJO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA". Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de agosto del 2013.

A handwritten signature in purple ink, appearing to read "Vinicio Guerra", is written over a horizontal line.

Ing. Vinicio Guerra
DIRECTOR

Ibarra, a los 7 días del mes de Agosto del 2013

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Danny Marcelo García Lanchimba, con cédula de ciudadanía Nro. 1003447701 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA-INMOBILIARIA DE CASAS PREFABRICADAS PARA EL SECTOR URBANO-RURAL BAJO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):


Nombre: DANNY MARCELO GARCÍA LANCHIMBA

Cédula: 1003447701

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto repositorio digital institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la UniversidadTécnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003447701
APELLIDOS Y NOMBRES:	GARCÍA LANCHIMBA DANNY MARCELO
DIRECCIÓN:	CALLE LUIS A. MORENO Y S/N
E-MAIL:	mgldanny@hotmail.com
TELÉFONOS:	0993623972 / 062916874

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA-INMOBILIARIA DE CASAS PREFABRICADAS PARA EL SECTOR URBANO-RURAL BAJO DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR	GARCÍA LANCHIMBA DANNY MARCELO
FECHA:	07/08/2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.
ASESOR/ DIRECTOR	ING. VINICIO GUERRA

1. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo ,GARCÍA LANCHIMBA DANNY MARCELO, con cédula de identidad No. 1003447701, en calidad de autor de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación y extensión; en concordancia con La ley de Educación Superior art.144.

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original, y que es el autor de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra a los 7 días del mes de Agosto del 2013.

EL AUTOR



Danny García Lanchimba

C.C. 1003447701

ACEPTACIÓN



Ing. Betty Chávez

Jefe de Biblioteca

Facultad de Ciencias Administrativa y Económicas.

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi querida madrecita Lupe García por haber sido mi mayor soporte durante todo el tiempo de estudio; permitiéndome alcanzar mi objetivo y sin desmerecer un reconocimiento al Señor Antonio Tambáco, a mis queridos Abuelitos, Tíos; que con cada una de sus palabras de aliento fueron parte importante para la culminación de este trabajo.

Danny Marcelo García Lanchimba

AGRADECIMIENTO

A través de estas palabras quiero hacer llegar mi mayor agradecimiento a todas las personas que de alguna forma influyeron positivamente y negativamente siendo estos mi mayor fuerza para lograr alcanzar la consecución de mi meta profesional.

Deseo también dar un nombramiento muy especial a mi familia y en particular a mi querida madrecita por haber hecho realidad el sueño de tener un profesional en su hogar dando así mayor orgullo al apellido García Lanchimba.

Gratifico a cada uno de mis solemnes maestros que con su carácter, paciencia y buena voluntad compartieron sus conocimiento durante toda mi etapa de formación estudiantil, a la grandiosa Universidad Técnica del Norte y a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por haber abierto sus puertas al conocimiento en sus aulas, además de manera especial mi reconocimiento y eterna gratitud al Señor Ingeniero Vinicio Guerra, por su colaboración desinteresada para la elaboración del presente trabajo.

PRESENTACIÓN

El presente Informe Final de Trabajo de Grado está conformado por siete capítulos, conclusiones y recomendaciones finales, a continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada capítulo.

El CAPÍTULO I consiste en el diagnóstico situacional. Para tal efecto, fueron previamente formulados objetivos, variables diagnósticas e indicadores, fuentes de información y técnicas de recopilación de la información. Estos elementos sirvieron de base para el respectivo análisis de las variables diagnósticas, dando como resultado un conocimiento amplio sobre varias características sociales, económicas y de la situación de la vivienda en la ciudad de Cotacachi, establecida por el proyecto como el área de influencia. Además, a través del diagnóstico externo, se pudo establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que se expone el proyecto.

El CAPÍTULO II contiene el marco referencial o marco teórico, mismo que describe corrientes y conceptos teóricos sobre los temas y subtemas que se toman en cuenta en el desarrollo de todo el proceso de elaboración del proyecto formulado, con el fin de tener una clara idea de que es lo que se va a tratar a partir del tercer capítulo.

En el CAPÍTULO III se ubica el desarrollo del estudio y análisis de mercado, en donde se determinó que existe una creciente demanda insatisfecha que gracias al estudio de mercado se pudo establecer, así como también los factores que afectan a la demanda y la poca oferta que con el pasar de los años ha logrado incrementar el número de viviendas a ofertar, además se pudo establecer el comportamiento de los competidores actuales, sus intenciones, motivos, objetivos, estrategias, y capacidades para satisfacer las necesidades de los consumidores potenciales, permitiendo plantear las

estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción del producto y de la microempresa al mercado.

En el CAPÍTULO IV se desarrolla el Estudio Técnico (ingeniería del proyecto). Se determinan varios aspectos como: tamaño, ubicación, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, servicios, costos, inversiones y requerimiento de personal.

En el CAPÍTULO V se formula el Estudio Financiero y Económico. En esta parte, se detallan las inversiones, costos, gastos, ventas e ingresos. Además se establecen estados financieros pro-forma: Estado de Resultados, Balance de Situación Financiera y Flujo de Efectivo, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera correspondiente, ayudando a determinar la rentabilidad del Proyecto (TIR), valor actual neto de flujos de efectivo durante la vida útil del proyecto, la Relación costo beneficio, tiempo de recuperación de la inversión y la viabilidad financiera.

En el CAPÍTULO VI La estructura organizacional y funcional de la empresa a implantarse, se presentan los objetivos, beneficiarios, importancia, descripción, normas legales y todos los requerimientos administrativos así como también las principales obligaciones fiscales a las que está expuesta.

Se establecen dentro de este capítulo la misión, visión y estrategias que podrá en práctica la microempresa, así como también su respectivo organigrama funcional a través del cual se regirán sus actividades fuera y dentro de la empresa; estos aspectos relevantes fueron considerados como elementos importantes para el diseño de la propuesta; además, se detallan los objetivos a continuación:

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa Constructora-Inmobiliaria de casas prefabricadas a base de poliuretano denominado hormi2; dirigida a la clase económicamente baja y media en el sector rural del cantón Cotacachi.

Objetivos Específicos

- Elaboración de un diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (Aoor).
- Formular un Marco Teórico para respaldar la estructura del estudio de factibilidad.
- Determinar la oferta y demanda del bien y servicio mediante un Estudio de Mercado.
- Realizar un Estudio Técnico del proyecto que permita determinar la Estructura Física y Operativa de la empresa.
- Elaborar un análisis Económico Financiero para establecer la factibilidad del proyecto.
- Determinar la estructura Administrativa de la empresa.
- Analizar los principales impactos que pudiese generar el proyecto en los ámbitos: Económico, Social, Ambiental y Comercial.

Se presenta el capítulo VII, en donde se consideran y analizan los posibles impactos que tendrán la ejecución o puesta en marcha de este nuevo proyecto, a fin de cuantificar el nivel de cada impacto siendo estos los siguientes: Impacto socio-cultural, Impacto económico. Impacto ecológico.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
EXECUTIVE SUMMARY.....	III
AUTORÍA.....	IV
DECLARACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN.....	VI
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VIII
DEDICATORIA.....	XI
AGRADECIMIENTO.....	XII
PRESENTACIÓN.....	XIII
ÍNDICE.....	XVI
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIV
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXV

CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.1.1. Rasgos históricos.....	1
1.1.2. Ubicación geográfica.....	3
1.1.3. Extensión y límites.....	4
1.1.3.1. Población, superficie y altura del Cantón de Santa Ana de Cotacachi.....	4
1.1.4. Datos socio-demográfico.....	5
1.1.5. Actividades económicas-productivas.....	6
1.1.5.1. Desarrollo económico-local.....	6
1.1.5.2. Principales actividades económicas.....	7
1.1.5.3. La comercialización.....	7
1.1.5.4. Flora y fauna.....	7
1.1.5.5. Turismo.....	8
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	9
1.2.1. General.....	9
1.2.1.1. Específicos.....	9
1.2.2. Variables diagnósticas.....	9
1.2.3. Indicadores.....	10
1.2.3.1. Variable: Ubicación geográfica.....	10
1.2.3.2. Variable: Socio-económico y demográfico.....	10

1.2.3.3. Variable: Volumen y características de las unidades de vivienda.....	10
1.2.3.4. Variable: Análisis del entorno.....	10
1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	11
1.4. MECÁNICA OPERATIVA: POBLACIÓN, MUESTRA, INSTRUMENTOS.....	12
1.4.1. Población investigada.....	12
1.4.2. Cálculo de la muestra.....	12
1.4.3. Técnicas de recopilación de la información.....	13
1.4.3.1. Encuestas.....	13
1.4.3.2. Entrevistas.....	13
1.4.3.3. Observación directa.....	13
1.4.3.4. Información secundaria.....	13
1.4.3.5. Información primaria.....	14
1.5. EVALUACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN.....	14
1.6. POBLACIÓN.....	14
1.7. DIAGNÓSTICO EXTERNO.....	14
1.7.1. Aliados.....	15
1.7.2. Oponentes.....	15
1.7.3. Oportunidades.....	15
1.7.4. Riesgos.....	15
1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN...	16
CAPÍTULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. LA EMPRESA.....	17
2.1.1. Concepto.....	17
2.1.2. Importancia de la empresa.....	17
2.1.3. Características.....	18
2.1.4. Clasificación.....	20
2.1.4.1. De acuerdo al sector al que pertenecen.....	20
2.1.4.2. De acuerdo a la organización del capital.....	20
2.1.4.3. Por su tamaño.....	20
2.1.4.4. De acuerdo a la actividad que cumplen.....	21
2.1.5. Objetivo.....	22
2.1.6. Ventajas y desventajas.....	22
2.1.6.1. Ventajas.....	22
2.1.6.2. Desventajas.....	22
2.2. INMOBILIARIA.....	22
2.2.1. Concepto.....	22
2.2.2. Características.....	23
2.2.3. Origen.....	23
2.3. LA CONSTRUCCIÓN.....	25

2.3.1. Concepto.....	25
2.3.2. Preparación del terreno.....	25
2.3.3. Los cimientos.....	27
2.3.4. Mampostería estructural.....	27
2.3.5. Control de calidad.....	28
2.4. CASAS PREFABRICADAS.....	29
2.4.1. Techos.....	29
2.4.2. Pisos.....	29
2.4.3. Losas.....	30
2.5. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.....	30
2.5.1. El cemento.....	30
2.5.2. Los agregados.....	31
2.5.3. Hormigón armado.....	32
2.5.4. Acero (hierro).....	32
2.5.5. El bloque.....	32
2.6. INSTALACIONES.....	33
2.6.1. Instalaciones sanitarias.....	33
2.6.2. Agua potable.....	34
2.6.3. Sistema eléctrico.....	34
2.7. ESTUDIO DE MERCADO.....	34
2.8. MARKETING.....	35
2.8.1. El producto.....	35
2.8.2. El precio.....	35
2.8.3. La plaza.....	36
2.8.4. La promoción.....	36
2.9. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	36
2.10. CALIDAD DEL SERVICIO	37
2.10.1. Determinación de la calidad del servicio	38
2.10.2. Organización e implementación de la calidad en el servicio.....	38
2.11. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	39
2.11.1. Tamaño del proyecto.....	39
2.11.2. Localización del proyecto (macro y micro).....	40
2.11.3. Ingeniería del proyecto.....	40
2.11.4. Infraestructura física.....	41
2.11.5. Procesos productivos.....	41
2.11.6. Tecnología.....	41
2.11.7. Maquinaria y equipo	41
2.11.8. Inversiones.....	42
2.11.9. Talento humano.....	43
2.11.10. Marketing mix.....	43
2.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	43
2.12.1. Técnicas de evaluación financiera.....	44
2.12.1.1. TIR.....	44
2.12.1.2. VAN.....	44
2.12.1.3. Costo beneficio.....	45

2.12.1.4. Punto de equilibrio.....	45
2.12.1.5. Asientos contables.....	45
2.12.1.6. Estados financieros.....	46
2.12.1.7. Estado de flujo de efectivo.....	46
2.12.1.8. Estado de resultados.....	47
2.12.1.9. Estado de situación financiera.....	47
2.12.1.10. Balance general.....	48
2.13. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA FUNCIONAL.....	48
2.13.1. Visión.....	49
2.13.2. Misión.....	49
2.13.3. Objetivos y metas	50
2.13.4. Políticas.....	50
2.13.5. Estructura orgánica.....	50
2.13.6. Organigrama funcional.....	51
2.13.7. Estrategias de producción.....	51
2.13.8. Estrategias de comercialización.....	51
CAPÍTULO III.....	52
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	52
3.1. PRESENTACIÓN.....	52
3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	52
3.3. PRODUCTOS PARA CONSUMIDORES.....	55
3.4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	56
3.4.1. Objetivo General.....	56
3.4.2. Objetivos Específicos.....	56
3.4.3. Variables.....	56
3.4.3.1. Familias sin viviendas.....	57
3.4.3.2. Índice de crecimiento empresarial.....	57
3.4.3.3. Oferta, demanda, precio, competencia.....	57
3.4.3.4. Índice salarial.....	57
3.4.3.5. Preferencias poblacionales.....	57
3.5. MATRIZ DIAGNÓSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	58
3.5.1. Cuestionario para resolver variables e indicadores.....	59
3.6. MERCADO META.....	71
3.7. SEGMENTO DE MERCADO.....	71
3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	72
3.8.1. Proyección de la demanda.....	73
3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA.....	74
3.9.1. Proyección de la oferta.....	75
3.10. BALANCE DEMANDA – OFERTA.....	76
3.10.1. Productos.....	77
3.11. ANÁLISIS DEL PRECIO.....	78

3.11.1.	Precios.....	78
3.11.2.	Precios de productos.....	79
3.12.	PROYECCIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS.....	80
3.13.	COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	81
3.14.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	82
3.14.1.	Estrategia de precio.....	82
3.14.2.	Estrategia de promoción.....	82
3.14.3.	Estrategia de producto servicio.....	84
3.14.4.	Estrategia de plaza.....	85
3.15.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	86

CAPÍTULO IV	87
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	87
4.1. LOCALIZACIÓN.....	87
4.1.1. Macro localización.....	90
4.1.2. Micro localización.....	91
4.2. PLANO DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	91
4.2.1. Planos de la vivienda y de la urbanización.....	93
4.2.2. Capacidad de construcción.....	96
4.2.3. Proceso de construcción.....	97
4.3. FLUJO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA VIVIENDA BÁSICA.....	98
4.4. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (POR VIVIENDA).....	99
4.4.1. Materiales.....	100
4.4.2. Cronograma de ejecución del proyecto.....	103
4.5. FINANCIAMIENTO.....	104
4.5.1. Estructura de financiamiento.....	104
4.6. TALENTO HUMANO REQUERIDO.....	104
4.6.1. Requerimiento de mano de obra.....	104
4.7. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	106
4.7.1. Factores determinantes del tamaño.....	107
4.8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO.....	108

CAPÍTULO V	109
5. ANÁLISIS FINANCIERO.....	109
5.1. INTRODUCCIÓN.....	109
5.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	109
5.2.1. Activos fijos.....	109
5.2.2. Activo fijos intangibles.....	112
5.2.3. Capital de trabajo.....	112
5.3. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN.....	116
5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	116

5.5.	PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	118
5.6.	ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS.....	120
5.6.1.	Punto de equilibrio.....	121
5.7.	ESTADOS FINANCIEROS.....	123
5.7.1.	Estado de resultados.....	124
5.7.2.	Estado de situación financiera.....	126
5.7.3.	Flujo neto de fondos.....	127
5.8.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	129
5.8.1.	Determinación de la tasa de descuento.....	129
5.8.2.	Tasa de descuento de la inversión.....	130
5.8.3.	Evaluación financiera del proyecto	130
5.8.4.	Criterios de evaluación.....	130
5.8.5.	Valor Actual Neto.....	131
5.8.6.	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).....	132
5.8.7.	Recuperación de la inversión.....	133
5.8.8.	Beneficio costo.....	133
5.8.9.	Rentabilidad del proyecto.....	135
5.8.10.	Resumen de la evaluación financiera.....	136
 CAPÍTULO VI.....		 137
6.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL DE EMPRESA.....	137
6.1.	DENOMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	137
6.1.2.	Importancia.....	138
6.1.3.	Beneficiarios.....	138
6.1.4.	Sector económico.....	138
6.1.5.	Tipo de empresa.....	138
6.1.6.	Misión.....	139
6.1.7.	Visión.....	139
6.1.8.	Objetivos de la empresa.....	139
6.1.8.1.	Objetivo General.....	139
6.1.8.2.	Objetivos Específicos.....	140
6.1.9.	Políticas.....	140
6.1.10.	Valores.....	140
6.1.11.	Principios de la empresa.....	141
6.2.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	142
6.3.	ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	143
6.3.1.	ADMINISTRADOR.....	143
6.3.2.	Descripción del puesto.....	143
6.3.3.	Tareas a desarrollar.....	143
6.3.4.	Perfil del puesto.....	144
6.3.5.	Habilidades.....	144
6.3.6.	Responsabilidades y roles del administrador.....	144
6.4.	CONTADOR.....	145

6.4.1. Descripción del puesto.....	146
6.4.2. Tareas a desarrollar.....	146
6.4.3. Perfil del puesto.....	147
6.4.4. Habilidades.....	147
6.4.5. Responsabilidades.....	147
6.5. AUXILIAR ADMINISTRATIVA.....	148
6.6. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN.....	149
6.6.1. Registro Único de Contribuyente (RUC) SRI.....	149
6.6.2. Patente Municipal.....	149
6.6.3. Permisos de funcionamiento.....	149
CAPITULO VII.....	150
7. PRINCIPALES IMPACTOS.....	150
7.1. MATRIZ DE IMPACTOS.....	150
7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	151
7.2.1. Impacto socio- cultural.....	151
7.2.2. Impacto económico.....	152
7.2.3. Impacto ambiental.....	153
7.2.4. Impacto general del proyecto.....	154
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	155
BIBLIOGRAFÍA.....	157
LINCOGRAFÍA.....	159
ANEXOS.....	161

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1	Viviendas parroquias urbanas.....	6
Cuadro No 2	Matriz de relación diagnóstica.....	11
Cuadro No 3	Conocimiento del producto.....	59
Cuadro No 4	Falta de recursos económicos.....	60
Cuadro No 5	Nivel de ingresos.....	61
Cuadro No 6	Valor inicial de adquisición.....	62
Cuadro No 7	Cuotas a pagar.....	63
Cuadro No 8	Acogida de la propuesta.....	64
Cuadro No 9	Gusto de viviendas.....	65
Cuadro No 10	Informativo más utilizado.....	66
Cuadro No 11	Preferencias de compra.....	67
Cuadro No 12	Preferencia de construcciones.....	68
Cuadro No 13	Identificación de la población.....	72
Cuadro No 14	Identificación de la población y hogares.....	73
Cuadro No 15	Demanda proyectada.....	74
Cuadro No 16	Oferta de viviendas.....	75
Cuadro No 17	Oferta proyectada	76
Cuadro No 18	Balance demanda oferta.....	77
Cuadro No 19	Productos y costos.....	79
Cuadro No 20	Proyección de precios.....	80
Cuadro No 21	Localización óptima.....	89
Cuadro No 22	Cronograma de ejecución proyecto.....	103
Cuadro No 23	Presupuesto mano de obra.....	105
Cuadro No 24	Presupuesto mano de obra indirecta.....	106
Cuadro No 25	Presupuesto equipo y muebles de oficina.....	106
Cuadro No 26	Propiedad planta y equipo.....	110
Cuadro No 27	Dep. propiedad planta y equipo.....	111
Cuadro No 28	Gasto de constitución.....	112
Cuadro No 29	Capital de trabajo.....	112
Cuadro No 30	Materiales de construcción.....	113
Cuadro No 31	Mano de obra directa.....	113
Cuadro No 32	Mano de obra indirecta.....	114
Cuadro No 33	Gastos administrativos.....	114
Cuadro No 34	Capital de trabajo.....	115
Cuadro No 35	Presupuesto operacional... ..	116
Cuadro No 36	Presupuesto de ingresos.....	117

Cuadro No 37	Presupuesto de ingresos anuales.....	118
Cuadro No 38	Presupuesto de egresos.....	119
Cuadro No 39	Presupuesto de ingresos y egresos.....	119
Cuadro No 40	Tabla de amortización del préstamo.....	121
Cuadro No 41	Punto de equilibrio.....	122
Cuadro No 42	Resumen punto equilibrio unidades.....	122
Cuadro No 43	Estados resultados proyectados en dólares.....	125
Cuadro No 44	Flujo de fondos proyectados.....	128
Cuadro No 45	Indicadores financieros.....	130
Cuadro No 46	Valor Actual Neto.....	131
Cuadro No 47	Tasa Interna de Retorno.....	132
Cuadro No 48	Recuperación inversión.....	133
Cuadro No 49	Beneficio costo.....	134
Cuadro No 50	Índice de rentabilidad.....	135
Cuadro No 51	Resumen de evaluación financiera.....	136
Cuadro No 52	Impacto tabla de valoración de impactos.....	150
Cuadro No 53	Impacto socio cultural.....	151
Cuadro No 54	Impacto económico.....	152
Cuadro No 55	Impacto ambiental.....	153
Cuadro No 56	Impacto general del proyecto.....	154

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1	Conocimiento del producto.....	59
Gráfico No 2	Falta de recursos económicos.....	60
Gráfico No 3	Nivel de ingresos.....	61
Gráfico No 4	Valor inicial de adquisición.....	62
Gráfico No 5	Cuotas a pagar.....	63
Gráfico No 6	Acogida de la propuesta.....	64
Gráfico No 7	Gustos de vivienda.....	65
Gráfico No 8	Informativo más utilizado.....	66
Gráfico No 9	Preferencias de compra.....	67
Gráfico No 10	Preferencia de construcciones.....	68
Gráfico No11	Estructura de financiamiento.....	104
Gráfico No 12	Organigrama estructural.....	142

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN No 1	Fotos de la ciudad de Cotacachi.....	3
ILUSTRACIÓN No 2	Mapa de Cotacachi.....	4
ILUSTRACIÓN No 3	Vista de la ciudad.....	5
ILUSTRACIÓN No 4	Casa modelo.....	54
ILUSTRACIÓN No 5	Plano.....	54
ILUSTRACIÓN No 6	Modelos de viviendas.....	78
ILUSTRACIÓN No 7	Volante publicitario.....	83
ILUSTRACIÓN No 8	Mapa político de Cotacachi.....	90
ILUSTRACIÓN No 9	Lote del proyecto en mención.....	92
ILUSTRACIÓN No 10	Plano de predio en mención.....	92
ILUSTRACIÓN No 11	Plano de predio para las construcciones.....	96

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. Rasgos históricos

SANTA ANA DE COTACACHI celebra el 6 de Julio de cada año su fundación cantonal, como punto de arranque para continuar su desenvolvimiento social y su progreso. Era un pueblo que venía gestándose por su propia cuenta y esfuerzo constante, esperando sólo en sus propias virtualidades.

La ciudad, de limpio cielo, inmenso, profundo, se adormece en las faldas acogedoras del espléndido volcán Cotacachi, que en alguna explicación toponímica significa “Castillo de Luz”; su trabajo creador, en hacer producir a sus tierras de clima seco y apto para la convalecencia, en las artesanías que le trajo pronta celebridad y en su autoeducación de las gentes, ayudados sólo por la contemplación del paisaje. Cotacachi, no fue como los pueblos improvisados de cantones. Fue un pueblo de pronta madurez creado con potencia vigorosa ya en la Gran Colombia en la Ley de División Territorial dada por Bolívar en 1824, junto a Ibarra, Otavalo y Cayambe en la Provincia de Imbabura, hasta efectiva seriamente su cantonización el 6 de Julio de 1861, apenas iniciado el Régimen Garciano del Gobierno Nacional.

Cotacachi, el 6 de Julio de 1861, había llegado a ser ya un pueblo pujante de hábiles artesanos y célebre en el tejido de ponchos de lana y de algodón, así como en la curtiembre de cueros, que empezó a llamar la atención del país y que le puso en relaciones comerciales con Ambato y Guayaquil. La confección de galápagos y monturas para las caballerías del ejército, así como los tejidos de ponchos artísticamente confeccionados, adquirieron renombre en el país; además, con valiosos hombres de cultura superior, por

la constancia al estudio en la placidez del ambiente, capaz de llegar a ser por su capacidad de autodidactas, elementos muy valiosos, algunos muy notables por su sabiduría. Es digno de anotarse que Cotacachi, es el primer cantón que pensó inmediatamente de su fundación, en la creación de un colegio secundario para la formación de los jóvenes, cuestión que llegó a cristalizarse el anhelo, antes del terremoto que asoló a toda la provincia, 1868, cuyas consecuencias se sintieron con mayor gravedad en Cotacachi, por la proximidad al volcán de su mismo nombre.

En este Colegio iniciaron su formación muchos hombres que después serían según nos cuenta el Dr. Modesto Peñaherrera, uno de los primeros alumnos, cuyos padres tuvieron sus propiedades en el cantón. Además Cotacachi, no fue de aquellos pueblos improvisados de cantón, que han tenido que solicitar personal a los pueblos colindantes, para establecer las actividades de administración pública. Cotacachi tuvo desde su comienzo de la vida cantonal valiosos elementos de cultura para las diversas gestiones municipales y educativas. Y, para ello estaban: Los Andrade, Los Peñaherrera; Los Luna, los Cevallos, Los Albuja, Los Galindo, Los Saldaña; y valiosos sacerdotes.

Parece que en sus calles silenciosas aparecen como fantasmas del ayer, en la "Pila", en "La Calle Real", en CACHIPUGRO, valores espirituales de profunda admiración. En ninguna parte como en Cotacachi, se conserva el animismo consustancial que le habla al oído incitándole a la superación cultural. Los recuerdos le incitan a la grandeza, a la profundidad espiritual y a la música, como que arrancan de sus propias entrañas, ante la contemplación del paisaje tranquilo y transparente. Todo allí nos habla de la grandeza del ayer y nos impulsa al futuro creador.

La ciudad de ahora, tiene dos partes: la una silenciosa que nos habla de la grandeza del ayer, y la otra, bulliciosa, visitada diariamente por turistas y

extranjeros, que leconfieren inusitada alegría y movimiento comercial. En una palabra, vida activa. (Alfredo Albuja Galindo; 1910).

ILUSTRACIÓN No 1



Fuente: Internet

1.1.2. Ubicación geográfica

Es una villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas asentada en las faldas del volcán Cotacachi. Es considerada la capital musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música y denominada “Castillo de Luz” por la combinación de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales lo que le convierte en el cantón más próspero de la provincia, se encuentra a 25km de la ciudad de Ibarra y a 104 km al noreste de Quito.

ILUSTRACIÓN No 2



Fuente: Internet "Google Earth"

1.1.3. Extensión y límites

El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia de Imbabura con una superficie de 1809 km² aproximadamente. Limita al norte con el Cantón Urcuquí; al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el Cantón Ibarra y Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. En el territorio subtropical de Cotacachi, al suroeste del Cantón, en la convergencia de las Provincias de Esmeraldas e Imbabura, existe una zona no delimitada denominado Recinto "Las Golondrinas".

1.1.3.1. Población, superficie y altura del Cantón de Santa Ana de Cotacachi

La geografía del cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 metros sobre el nivel del mar hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Intagy 200 m.s.n.m. en la parte más occidental correspondiente al recinto El Progreso.

Las características topográficas y climáticas del cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical. La zona Andina está

ubicada en las faldas orientales del volcán Cotacachi, conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga. Su clima oscila entre 15 y 20 grados centígrados. La zona Subtropical conocida como Intag se extiende desde la Cordillera Occidental de los Andes hasta el límite con la Provincia de Esmeraldas y Pichincha. Está conformada por las parroquias de Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez. Su clima oscila entre 25 y 30 grados centígrados.

1.1.4. Datos socio-demográfico

ILUSTRACIÓN No 3

VISTA PANORÁMICA DE SANTA ANA DE COTACACHI

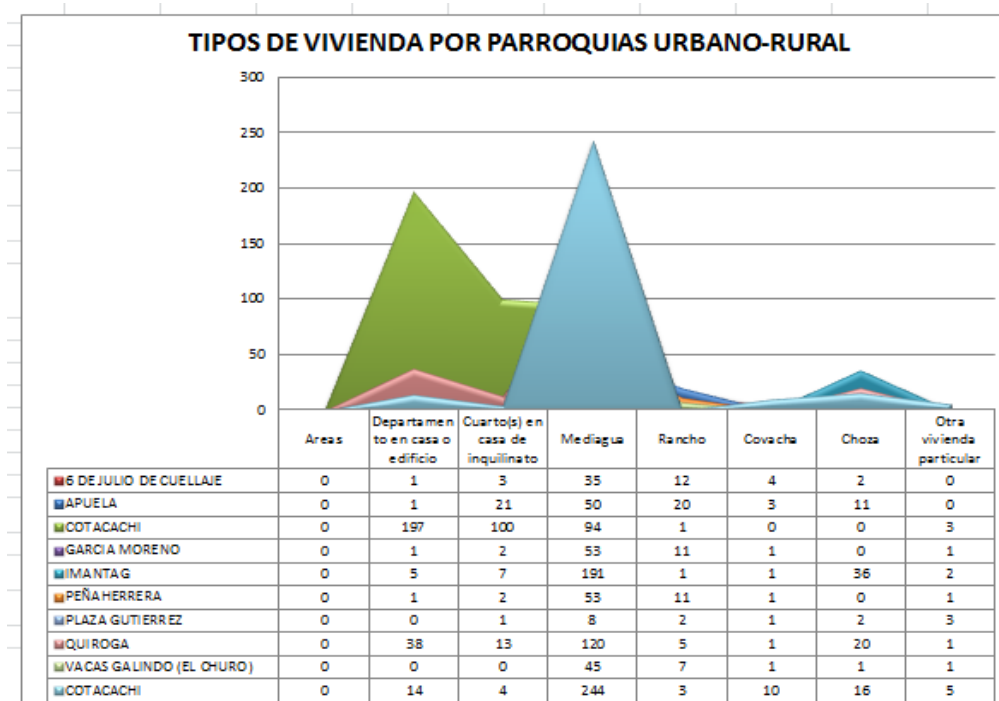


Fuente: Internet

El Cantón de Santa Ana de Cotacachi, se ha constituido en uno de los sectores de mayor afluencia de la zona norte del país, los mismos que acuden por sus productos artesanales y parajes propios del sector. El cantón se encuentra habitado por gente indígena, mestiza y negra.

CUADRO No1

VIVIENDAS PARROQUIAS URBANO-RURAL



Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: El Autor

1.1.5. Actividades económicas-productivas

1.1.5.1. Desarrollo económico-local

Dentro del desarrollo económico del cantón Santa Ana de Cotacachi y sus parroquias tiene como punto de partida la realidad local, y su articulación con los diferentes niveles territoriales (interparroquial, intercomunal, cantonal, provincial, nacional e internacional).

Santa Ana de Cotacachi tiene como principales actividades económicas la elaboración de artesanías manufactureras, musicales y turísticas mismas que la desarrollan una parte significativa de la población y genera la principal fuente de ingresos económicos a las familias del cantón. Una segunda

actividad es la agricultura, la misma que por los años ha sido desplazado por la primera, sin embargo muchas familias se dedican de forma alternativa a ambas actividades económicas.

1.1.5.2. Principales actividades económicas

Los conocidos “Talabarteros” que desde inicios del siglo XX se dedican a la elaboración de monturas y arreos para caballos, se empieza a dar una gran demanda y se vieron obligados a variar su producción, con la línea de maletas de cuero, portafolios, billeteras, monederos, carteras, correas y prendas de vestir. Los materiales que se utilizan son la piel de ganado vacuno curtido, tela, hilo de algodón, cartón y acrílico, también adornos, al inicio se curtía el cuero en el mismo sitio, ahora se trae la materia prima de Ambato, Cuenca e inclusive de Colombia.

Otra actividad en las cuales Cotacachi está despuntando en los últimos años se ha desarrollado la producción agroindustrial de flores, frutas y espárragos, productos no tradicionales que se destinan a la exportación.

1.1.5.3. La comercialización

Los artesanos ofrecen sus productos a los locales comerciales ubicados en la calle 10 de agosto y sus calles aledañas. Son dueños de los locales comerciales quienes ofrecen los productos a turistas, a comerciantes extranjeros, y son ellos quienes participan en eventos feriales nacionales e internacionales.

1.1.5.4. Flora y fauna

El cantón Cotacachi es reconocida a nivel nacional e internacional por su gran diversidad que contiene la Reserva ecológica Cotacachi-cayapas y está dividida en dos regiones: la zona baja que se extiende desde los límites andinos en dirección a la llanura costanera y encierra ríos caudalosos que en

su recorrido pierden fuerza y se abren pasó por una vegetación selvática. La zona alta se encuentra en la provincia de Imbabura y asciende hacia los altos Andes. La ubicación de la Reserva, junto con el rango latitudinal que abarca, son los motivos principales para tan alta biodiversidad; esta zona encierra uno de los ecosistemas más ricos del planeta. Esta reserva se encuentra ubicada a 12 Km. de Cotacachi, en las zonas andina y subtropical de Intag. Comprende las provincias de Imbabura y Esmeraldas. Tiene una extensión de 204.420 hectáreas y fue creada el 29 de agosto de 1.968. Amas de contar con un Clima en la zona baja registrando una temperatura promedio de 25° C. y en la zona alta con una temperatura de 15° C.

La fauna en la zona baja es el hábitat de animales como oso de anteojos, guanta, guatusa, tapires, tigrillos, osos hormigueros, nutrias, tutamono, boas y jaguares; La fauna en la zona alta es por ende típica de las zonas frías, es común observar lobos de páramo, venados, conejos y aves como curiquingues y guarros. La reserva contiene Especies en Extinción: En la zona alta también es posible observar aunque con algo de dificultad los pumas, armadillos y cóndores que por supuesto también habitan este ecosistema.

1.1.5.5. Turismo

En el cantón Cotacachi se puede encontrar varios sitios que ofrecen al turista hospedaje y práctica de actividades deportivas en lugares como la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, Laguna de Cuicocha, Cascada de San Miguel, Páramos y lagunas de Piñán, Las Termas Yanayacu, Balneario de Nangulvi, Bosque Protector "La Florida" y "Los cedros ", Museo de las Culturas y la imponente Iglesia "La Matriz" siendo estos los principales factores que atraen la atención de turistas nacionales y extranjeros.

En los últimos años Cotacachi es catalogada como una de las ciudades más confortables para la residencia de turistas norteamericanos y europeos que consideran este cantón su tierra de origen.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional en el cantón Cotacachi con el fin de determinar las condiciones socio-económicas para realizar el diseño, planificación y construcción de viviendas prefabricadas de carácter social, estableciendo los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOR).

1.2.1.1. Específicos

- Establecer la ubicación geográfica del área de influencia
- Analizar los aspectos socio-económicos y demográficos del área de investigación.
- Determinar los problemas de vivienda del área de influencia del proyecto
- Análisis del entorno para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la implantación de la nueva empresa.

1.2.2. Variables diagnósticas

A fin de determinar de mejor manera el estudio diagnóstico en la combinación con la investigación, se determina las siguientes variables a ser aplicadas:

- Ubicación geográfica
- Socio-económico y demográfico
- Volumen y características de las unidades de vivienda
- Análisis del entorno

1.2.3. Indicadores

1.2.3.1. Variable: Ubicación geográfica

- Ubicación
- Límites geográficos
- Clima
- Superficie
- Población
- Etnias

1.2.3.2. Variable: Socio-económico y demográfico

- Índice de comercio
- Clasificación por edad
- División de género

1.2.3.3. Variable: Volumen y características de las unidades de vivienda existentes en el área de influencia

- Viviendas con hacimientos populares de familias.
- Viviendas en comodatos a familias.
- Viviendas en arrendamientos

1.2.3.4. Variable: Análisis del entorno

- Aliados
- Oponentes
- Oportunidades
- Riesgos hacimientos

1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO No 2

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos y técnicas	Fuente de información	Publico meta
Establecer la ubicación geográfica del área de influencia.	Ubicación geográfica del área de influencia	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación - Límites geográficos - Clima - Superficie - población - etnias 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Entrevista - Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectos, - Ingenieros civiles - Moradores del área de influencia
Analizar los aspectos socio-económicos y demográficos del área de investigación	Desarrollo Socio-económico y demográfico del área de influencia	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de comercio -Clasificación por edad - División de género 	<ul style="list-style-type: none"> - Cifras estadísticas (INEC) - Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Primarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Director provincial del INEC - GAD Cotacachi
Determinar los problemas de las vivienda existentes en el área de influencia	Volumen y características de las unidades de vivienda existentes en el área de influencia	<ul style="list-style-type: none"> -Viviendas con hacimientos populares de familias -Viviendas en comodatos a familias -Viviendas en arrendamientos 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Observación directa - Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Dueños de viviendas privadas
Análisis del entorno para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la implantación de la nueva empresa.	Análisis del entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Aliados - Oponentes - Oportunidades - Riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Observación directa - Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Secundaria - Primaria - Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Arquitectos, - Ingenieros civiles, dpto. de avalúos y catastros GAD Cotacachi

Elaborado por: El Autor

1.4. MECÁNICA OPERATIVA: POBLACIÓN, MUESTRA, INSTRUMENTOS

1.4.1. Población investigada

De conformidad al “Censo de Vivienda” realizado en el 2010, existen un total de 4942 familias que no cuentan con vivienda propia, en el área urbana y rural del Cantón Cotacachi, encontrándose dentro del margen de vivienda tipo inquilinato.

1.4.2. Cálculo de la muestra

Como trabajamos con una población considerablemente grande, fue necesario calcular la muestra, que permitió llevar a cabo la investigación. Se aplicó la siguiente fórmula:

n = Población Total

d = Varianza de la población respecto a las principales características que se va a representar, es un valor constante que equivale a 0.25

z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones, es un valor constante que si se toma en relación del 95% equivale a 1.96

$N-1$ = Es una correlación que se usa en muestras mayores que 30

E = Nivel de error, nos indica el grado de precisión de las estimaciones, se trabajó con el 5%, esto es 0,05 de error.

$$n = 4942 (0.25) (1.96)^2 / (4942.91-1) (0.05)^2 + (0.25)(1.96)^2$$

$$n = 4942 (0.25) (3.8416) / (4941.91) (0.0025)+(0.25) (3.8416)$$

n= 356

Se trabajará con una muestra de 356 familias, para la aplicación de encuestas, partiendo de una población total que alcanza las 4942 familias que no cuentan con una vivienda propia en la ciudad de Cotacachi, Provincia de Imbabura.

1.4.3. Técnicas de recopilación de la información

1.4.3.1. Encuestas

Las encuestas se aplicaron a 356, hogares con la finalidad de obtener información básica sobre las necesidades habitacionales de los sectores populares urbano, rural del cantón Cotacachi.

1.4.3.2. Entrevistas

Esta investigación también comprende entrevista realizada al Ing.Mónica Sánchez, asistente operativo de la Mutualista Pichincha, profesional dedicado al sector de la construcción de unidades habitacionales, obteniendo así de forma mucho más clara la información necesaria.

1.4.3.3. Observación directa

Esta técnica fue aplicada con la finalidad de establecer hechos y situaciones que no hayan sido detectadas con las técnicas anteriores, observando así los documentos, registros, infraestructura y equipamiento que nos permita tener una perspectiva sobre la presente investigación.

1.4.3.4. Información secundaria

Los tipos de información secundaria que han sido de gran ayuda son los siguientes:

- Libros libro de obras
- Libros Técnicos de construcción
- Internet

1.4.3.5. Información primaria

Tabulación, análisis e interpretación de la información obtenidas en las encuestas realizada a la población de Santa Ana de Cotacachi.

1.5. EVALUACIÓN Y TABULACIÓN DE INFORMACIÓN

El universo es de 4942 familias, de los cuales se obtuvo una muestra de 356, cuyos resultados se presentaron en los cálculos anteriormente demostrados, más las entrevistas realizadas a profesionales que colaboraran a determinar la factibilidad del proyecto.

1.6. POBLACIÓN

Para fijar la población del diagnóstico situacionaly poder realizar la matriz diagnóstica y la aplicación de las entrevistas para el proyecto se acudió a la determinación de la siguiente población:

- a) Arquitectos del departamento de obras y catastros del municipio de Cotacachi.
- b) Arquitectos de la Contraloría General del Estado Regional 7.
- c) Maestros albañiles del sector de influencia para el proyecto.
- d) Director Regional Norte del INEC.

1.7. DIAGNÓSTICO EXTERNO

Una vez reconocida la información y analizado sus datos se determinó la influencia que estos tendrán sobre el proyecto de creación, siendo:

1.7.1. Aliados

- a) Instituciones financieras que facilitaran los créditos para la adquisición de las casas.
- b) La expansión poblacional existente por el crecimiento económico del cantón.
- c) El crecimiento turístico existente en el cantón.

1.7.2. Oponentes

- a) La existencia de empresas inmobiliarias enfocadas al sector extranjero.
- b) La inestabilidad de los precios en los materiales de construcción.
- c) Programas de viviendas del Gobierno Nacional, pues se encargan de la entrega de viviendas populares, a través del denominado Programas Habitacionales de Socio vivienda.
- d) El mal costumbrismo de la población a la entrega de viviendas gratuitas por parte del gobierno.

1.7.3. Oportunidades

- a) Precios accesibles de los inmuebles prefabricados.
- b) La demanda insatisfecha habitacional existente en el cantón.
- c) El crecimiento poblacional urbano-rural del cantón.
- d) El incremento de la demanda, en relación a la compra de viviendas en el cantón Cotacachi, y el ofrecimiento de viviendas que van de acuerdo a la condición de vida actual.
- e) La existencia de terrenos en el área urbano-rural que servirán para incrementar el proyecto en la ciudad.

1.7.4. Riesgos

- a) La política económica del país.
- b) El desconocimiento de esta nueva forma de vivienda.
- c) La explotación de esta forma de vivienda por la competencia.

- d) Que las unidades habitacionales no cumplan con las expectativas de los demandantes.
- e) Que la demanda disminuya considerablemente y no pueda ser posible la venta inmediata de las viviendas y mini departamentos, de conformidad a lo previsto en el plan presupuestado.

1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Una vez realizado el diagnóstico situacional, se puede concluir que en el cantón Cotacachi existe un déficit habitacional y un creciente aumento en el índice de desempleo que minimiza las oportunidades de contar con las condiciones suficientes para poseer un modo de vida más óptimo para la Sociedad Cotacacheña. En la actualidad existe un gran crecimiento poblacional provocado por la migración externa del vecino país de Colombia y la interna desde el sector de las zonas rurales como la zona de Intag que buscan mejorar su nivel de vida.

Por tal razón en el cantón existe la oportunidad de implantar este proyecto. Ya que Cotacachi se caracteriza por tener una gran actividad turística, artesanal y agrícola lo que hacen que los pequeños y medianos comerciantes, artesanos, agricultores y otros; hacen que se establezca la oportunidad de este propósito, enfocándonos en estos sectores sociales que son menos favorecidos por las políticas financieras existentes en el país; por el hecho de no tener un salario fijo se ven relegados a no contar con un rol de pagos legal que justifique sus ingresos mensualmente impidiendo que sean potenciales clientes de proyectos inmobiliarias, entonces la constructora- inmobiliaria de casas prefabricadas para el sector rural bajo del cantón Cotacachi se convertirá en la gran opción para adquirir una vivienda.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. LA EMPRESA

Antes de entrar al estudio de las empresas de servicios, se examina en primer lugar el significado de lo que es una empresa.

2.1.1. Concepto

REY, José (2009) manifiesta: “Una empresa es una unidad económica autónoma, organizada para combinar una serie de factores y recursos económicos con vistas a la producción de bienes o servicios para el mercado”.

Según Rey, la empresa es un conjunto con varios elementos como son técnicas, herramientas, trabajo, capital, etc. Que enfocan a canalizar la línea de servicio o producto acorde a la necesidad del mercado.

A la empresa se la denomina razón social o ente económico y está compuesta de un conjunto de elementos y esfuerzos que se reúne con un mismo objetivo; orientada a satisfacer la necesidad de los clientes en la oferta de bienes o servicios generando un desarrollo económico para la sociedad.

2.1.2. Importancia de la empresa

a) Economía: Las empresas son un pilar fundamental de la economía de un país, ya que son el motor del ciclo, Las empresas generan empleo y producción, con el empleo los trabajadores perciben ingresos, con sus ingresos consumen los productos de las empresas, y las empresas se ven en

la necesidad de producir más o menos dependiendo de la demanda del producto.

b) Social: Las empresas son tan importantes en la sociedad y todas las personas son importantes para la empresa, se puede decir que los fines lucrativos de la empresa no estén por encima de los beneficios para la comunidad, ya que existen mutuamente y se ayudan entre sí generando una economía estable y un desarrollo sustentable en el país.

Es de vital interés la existencia de la empresa dentro de un sistema económico, porque a través de estas se puede canalizar un cuerpo económico dentro de un país. Es decir la empresa es indispensable para impulsarla riqueza y beneficios mediante la generación de recursos humanos, financieros, materiales y técnicos que conjuntamente utilizados contribuyen con el desarrollo de la empresa.

2.1.3. Características

a) Autonomía en la gestión: Proceso mediante el cual las empresas deciden responsablemente la adquisición o enajenación de productos, el ejercicio de los Recursos propios, su estructura administrativa y los niveles de remuneración del personal cuya fijación no sea Competencia de otras instancias, para cumplir más eficaz y eficientemente con los objetivos estratégicos que le asigna el Estado.

b) Propiedad privada de los bienes de equipo: son los derechos de las empresas de obtener, poseer, controlar, emplear, disponer tierra, capital, cosas y otras formas que se basaban en las herramientas de producción para los trabajadores individuales o gremios de artesanos existentes en las empresas.

c) Libertad contractual: Según la doctrina jurídica, la autonomía de la voluntad privada es la facultad reconocida por el ordenamiento positivo a las personas y empresas para disponer de sus intereses con efecto vinculante y, por tanto, para crear derechos y obligaciones, con los límites generales del orden público y las buenas costumbres, para el intercambio de bienes y servicios o el desarrollo de actividades de cooperación.

d) Al servicio del mercado: Las empresas cultivan relaciones con los clientes a través del aprendizaje, uso de información relevante y personalización o mercadeo racional. Además incrementa las ganancias futuras de la empresa, pues le permite retener clientes y vender más con menores costos de promoción y publicidad.

e) Secreto industrial: La tendencia del Secreto Industrial en el mundo de la industria y el comercio de hoy en día, resulta muy ambiciosa y de gran riesgo, ya que poseerlo importa a la empresa beneficios muy altos, pero su divulgación significaría la pérdida del tiempo, dinero y esfuerzo invertido en el desarrollo y mantenimiento del mismo, esto sin tomar en cuenta todos los beneficios que se dejarían de percibir por su difusión.

f) Objetivación del lucro: Los beneficios se definen como la diferencia entre los ingresos y los costos:

- Los ingresos son las cantidades que obtiene la empresa por la venta de sus bienes o servicios durante un periodo determinado.

- Los costos son los gastos ligados a la producción de los bienes o servicios vendidos durante el periodo considerado.

2.1.4. Clasificación

Se considera que existen distintos tipos de compañías o empresas que se clasifican desde varios puntos de vista como:

2.1.4.1. De acuerdo al sector al que pertenecen

- a) Publicas.- Se forman el aporte del capital hace el gobierno, o cuando el 51% de las acciones estén en manos del sector público.
- b) Privadas.- Son empresas en las cuales se mantienen con aportes de capital por personas naturales o jurídicas.
- c) Mixtas.-Utilizan como capital aportaciones tanto del sector privado como del sector público.

2.1.4.2. De acuerdo a la organización del capital

- a) Unipersonal.- Son empresas que tienen un solo dueño, y su capital está conformado de una persona natural.
- b) Sociedades o Cias.-Están conformados por un capital, con aportaciones de varias personas naturales o jurídicas.

2.1.4.3. Por su tamaño

- a) Grande.- Mantienen grandes cantidades de capital, número de trabajadores y volumen de ingresos anuales altos.
- b) Medianas.- Son las que su capital es mediano, número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y regulares.
- c) Pequeñas.- Son aquellas que tienen un capital es pequeño, número de trabajadores y sus ingresos son reducidos.

2.1.4.4. De acuerdo a la actividad que cumplen

- a) Empresas comerciales: Son las que desarrollan la actividad de venta de productos terminados.
- b) Empresas agropecuarias: Son las que se dedican a la explotación del campo y sus recursos.
- c) Servicios: Es aquella que prestan servicios a la comunidad, pero que participa en la producción de bienes.

2.1.5. Objetivos

Los objetivos de la empresa son aquellos resultados que una empresa pretende alcanzar o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

2.1.6. Ventajas y desventajas

2.1.6.1. Ventajas

- a) Menores costos de arranque - Dependiendo del tipo de negocio que inicie, los costos pueden ser menores que una franquicia cuando no ha costos iniciales de cuota de compra o de suministros.
- b) Independencia - Usted puede tomar todas las decisiones y crear todos los sistemas empresariales.
- c) Selección de la sede - Usted puede seleccionar donde ubicar su empresa y que procedimientos de mercadeo utilizar
- d) No hay compromisos - No hay historial de que preocuparse cuando lanza una nueva empresa.

2.1.6.2. Desventajas

- a) Alto Compromiso.- Lanzar su propia empresa requiere un alto compromiso de tiempo y energías
- b) Alto Riesgo.- El éxito depende totalmente de usted y de su habilidad empresarial
- c) Rentabilidad Diferida.- Cuando el mercado no se encuentra establecido, puede tomar más tiempo lograr la rentabilidad
- d) Financiación Limitada.- La financiación para una nueva empresa es más difícil de obtener.

2.2. INMOBILIARIA

Para entrar al estudio de las inmobiliarias examinaremos su significado de lo que es una inmobiliaria.

2.2.1. Concepto

VILAJOSAMA, CrusselsJordi(2009) menciona: “Es el conjunto de actuaciones tendentes a adquirir la propiedad o el derecho de uso de un inmueble, bien sea para satisfacer una necesidad del adquiriente, o para obtener una rentabilidad de él. En este sentido, son operaciones inmobiliarias las compras o arrendamientos de viviendas o de terrenos para construirlas por parte de particulares que pretendan residir”.

Según Vilajosama, la inmobiliaria es un conjunto de operaciones como la compra, venta, arrendamiento; brindando así un servicio que reflejara una utilidad tras brindar un inmueble o la oportunidad de iniciar un negocio.

La empresa inmobiliaria es una entidad que canaliza la compra, venta y arrendataria de bienes inmobiliarios a más de brindar el servicio de

corretajecomisión de apartamentos e instalaciones para el uso personal, industrial y comercial siendo estas las bases de su negocio.

2.2.2. Características

Las principales características de una inmobiliaria son las siguientes:

- a) Comprenden en la compra de terrenos, inmuebles y partes de inmuebles por cuenta propia así como las unidades que ordena la construcción, parcelación, urbanización, de alojamiento con el fin de venderlos.
- b) El alquiler de bienes inmobiliarios por cuenta propia comprende cuya actividad exclusiva o principal consista el arrendamiento de viviendas y apartamentos propios.
- c) También incluye el arredramiento de terrenos inmuebles. Locales industriales, de negocio.
- d) La rehabilitación de edificios ya construidos y transformaciones en su caso del destino de los mismos.
- e) La construcción y explotación de instalaciones inmobiliarias complejas (conjuntos turísticos, comerciales, recreativos).

2.2.3. Origen

Para entender la trayectoria del mercado inmobiliario es importante dividirla desde una perspectiva histórica en tres etapas:

- a) Primera etapa: En los años 50 a 80 se puede decir que el mercado inmobiliario, surge hace algo más de medio siglo XX, las Construcciones seguían arquetipos tradicionales, que de alguna manera dificultaban la ejecución de obras a gran escala.

De acuerdo a la periodización que realizan Rómulo Moya y Evelia Peralta, son los años 50 en donde se reconoce el rol del arquitecto y los años 60 en donde se da la difusión, aceptación y popularización de la arquitectura moderna. (OLEAS: 1994, pág. 18).

Los primeros planes de vivienda que se dan en Quito, Guayaquil y Cuenca, son proyectos de viviendas individuales tipo, flexibles y progresivos, en donde el Estado tiene un papel fundamental en la planificación y construcción, a través de la creación del Sistema Mutualista (1962), la Junta Nacional de Vivienda (1973) y el Sistema de Seguridad Social, que fueron entidades que canalizaron la ejecución de estos programas dirigidos a la clase media.

b) Segunda etapa: proyectos inmobiliarios particulares, banca privada es la etapa de consolidación de la empresa privada se da a partir de los años ochenta hasta los noventa, teniendo un decrecimiento significativo en la crisis económica del año 1998. Se caracteriza por el papel que la banca privada asumió como ente crediticio y un direccionamiento de la vivienda hacia la clase media y alta. Los primeros proyectos inmobiliarios se ligan al desarrollo económico, que articula producción y circulación bajo un marco de transformación que experimentan las ciudades (Ospina, 2010, pág. 9).

La creación arquitectónica en términos cualitativos, mejoró y perfeccionó gracias a la experiencia que iban adquiriendo los arquitectos, las nuevas posibilidades que ofrece la tecnología constructiva y la gran demanda de vivienda.

c) Tercera etapa: Impulso de la actividad inmobiliaria; la estabilidad económica dio el fortalecimiento a las empresas inmobiliarias debido, entre otros factores, al creciente volumen de divisas de los migrantes, cuyo interés se centra en adquirir bienes inmuebles como una manera de no perder su dinero y a la desconfianza en la inversión en la banca privada. Por lo tanto, el

crecimiento de la producción de vivienda nueva tiene que ver con la seguridad económica que se vio reflejada en la estabilidad del costo de la vivienda.

Las construcciones en la actualidad incluyen nuevos materiales conforme a las tendencias del mercado internacional; los precios de las unidades habitacionales varían en función del área, de la ubicación y de los acabados.

2.3. LA CONSTRUCCIÓN

Debemos señalar que la construcción es el arte o técnica de fabricar edificios e infraestructuras.

2.3.1. Concepto

FERRÍ, Cortés Jaime (2010) muestra: “La construcción es el arte de construir. La construcción es un arte y una técnica, pues precisa el dominio de las tecnologías pero también intuición, sentido común y creatividad.”

La construcción según Ferrí, indica que la construcción es la unión de varios recursos como la tecnología y el desarrollo intelectual del encargado de llevar acabo esta difícil tarea de la construcción.

La construcción es una forma de unificar el desarrollo de tecnología con el desarrollo intelectual para lograr un objetivo que es el alcance de un bien mueble o inmueble.

2.3.2. Preparación del terreno

La preparación del terreno tiene como objetivo permitir la construcción de la infraestructura básica del relleno para recibir y disponer los Residuos Sólidos Materiales (R.S.M) en una forma ordenada y con el menor impacto posible, así como facilitar las obras complementarias y las relativas al paisaje.

Los siguientes trabajos son de vital importancia para la preparación del terreno; se trata de obras sencillas y de bajo costo que pueden ser ejecutadas con rapidez por los trabajadores del municipio, cumpliendo con los requisitos sanitarios.

d) Limpieza y desmonte: En el terreno se debe preparar un área que sirva de base o suelo de soporte a los terraplenes que conformarán el relleno; algunas veces será necesaria la tala de árboles y arbustos para que no sean un obstáculo durante la operación. Esta limpieza se hará por etapas y de acuerdo con el avance de la obra. De este modo, se evitará la erosión del terreno.

e) Nivelación: El trabajo continúa con la remoción de las primeras capas de suelo, dependiendo de la cantidad de material de cobertura disponible. A veces es ventajoso dejar el Terreno intacto, con el fin de usar su capacidad de absorción y filtración para remover contaminantes del lixiviado.

f) Drenaje: Se debe evitar construir el relleno sanitario “sobre” alguna pequeña corriente o nacimiento de agua.

Cuando solo se cuenta con terrenos cenagosos o pantanosos, estos pueden aprovecharse para construir un relleno sanitario manual bajando el nivel freático de manera permanente, lo que se logra con el siguiente procedimiento

g) Cortes y conformación de taludes del terreno: Debido a las grandes variaciones en el tipo y disposición de los materiales, es indispensable analizar la estabilidad del terreno para definir el talud más apropiado. Se puede establecer como norma que para un corte de más de siete metros de altura, se deberá realizar el estudio de estabilidad con base en principios de la geotecnia. Para alturas menores, casi siempre se podrá definir el talud con

base en la clasificación de las rocas y suelos y en el estado de disposición de los materiales de corte.

2.3.3. Los cimientos

La cimentación generalmente bajo tierra, es la parte de la estructura de un edificio que sirve para soportar toda la construcción y repartir las cargas de su peso sobre un terreno, a fin de que no se hunda; existiendo tres tipos de cimentación:

h) Los cimientos corridos: O continuos van por debajo de los muros de carga, para recibir su peso. Son los más comúnmente usados. Pueden ser mampostería de piedra, mampostería de tabique, de mampostería de bloque hueco o de concreto reforzado.

i) El cimiento aislado: O zapata, se usa principalmente para elementos aislados, como columnas, o para viviendas en terrenos de gran desnivel, o con basamento en las casas hechas de madera, que necesitan estar separadas del suelo para que la humedad no pudra el maderamen del apoyo y del piso.

2.3.4. Mampostería estructural

La mampostería es la unión de bloques o ladrillos de arcilla o de concreto con un mortero para conformar sistemas monolíticos tipo muro, que pueden resistir acciones producidas por las cargas de gravedad o las acciones de sismo o viento.

a) Mampostería reforzada. Es la mampostería con refuerzo embebido en celdas rellenas, conformando un sistema monolítico. También tiene refuerzo horizontal cada cierto número de hiladas. El refuerzo se usa para resistir la totalidad de las fuerzas de tensión y ocasionalmente, para resistir los

esfuerzos de compresión y cortante que no pueda resistir la mampostería simple.

b) Mampostería confinada: Es la mampostería con elementos de concreto reforzado (vigas y columnas de amarre), en su perímetro, vaciados después de construir el muro de mampostería simple. En nuestro medio, la mampostería confinada es la más común y con ella se construyen la mayor parte de las viviendas de 1 y dos pisos; se hace con bloques de arcilla cocidos de huecos horizontales, de resistencia mediana o con bloques de mortero, contruidos artesanalmente, de baja resistencia y poca estabilidad dimensional.

c) La mampostería de cavidad reforzada: Es la construcción realizada con dos paredes de piezas de mampostería, separadas por un espacio continuo de concreto reforzados en funcionamiento compuesto.

d) Mampostería simple: Es el tipo de mampostería estructural sin refuerzo. Los esfuerzos dominantes son de compresión los cuales deben contrarrestar los esfuerzos de tensión producidos por las fuerzas horizontales.

2.3.5. Control de calidad

Es el proceso de regulación a través del cual se puede medir la calidad real, compararla con las normas o las especificaciones y actuar sobre la diferencia con las herramientas, conocimientos prácticos o técnicas por medio de las cuáles se desarrollan algunas o todas las funciones.

2.4. CASAS PREFABRICADAS

TAPÍA, Barbado Héctor (2008) alude: “Las casas prefabricadas se han venido considerando jurídicamente como construcciones sujetas a control urbanístico a través de su correspondiente licencia municipal, por lo que es normalmente el ayuntamiento el que determina los requisitos y régimen de control aplicables a esta figura”.

Según Tapia, el concepto de casas prefabricadas se constituye en un marco jurídico, como una nueva opción de vivienda de actualidad; que deben ser tomadas en consideración por los actuales gobiernos seccionales para minimizar el déficit de viviendas.

Las casas prefabricadas son tan nuevas entre nuestras costumbres de construcción que sean convertidos en una gran opción de inversión y generación de empleo para la sociedad que está en vías del desarrollo.

2.4.1. Techos

Este sistema de techos sin estructura ofrece muchas ventajas sobre otros sistemas constructivos que hacen a los techos prefabricados la manera más rápida y económica de cubrir claros de hasta 35 metros de ancho sin apoyos intermedios y ensamblados en el sitio de la obra.

2.4.2. Pisos

Son planchas de concreto reforzado con acero, que es a la vez cimiento y pisa. Está indicada en suelos arcillosos por que se asienta uniformemente y en edificios de un piso, particularmente si son ligeros. Algunas veces se usa en combinación con zapatas.

2.4.3. Losas

Se denomina losas o placas a todo elemento de cimentación cuyas dimensiones en planta sean muy grandes comparadas con su espesor y que en general definen un plano sobre el que apoyan los pilares o muros del edificio. Las losas o placas son como una gran zapata que abarca toda la superficie cubierta por el edificio.

2.5. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

FERRÍ, Cortés Jaime (2008) manifiesta: “El predominio del arte de construir con materiales obtenidos o elaborados en el mismo lugar donde se ubica la construcción, tales como piedra, ladrillo, madera y cemento, bien tratados, con el objetivo de conseguir un comportamiento homogéneo de toda la construcción”.

Según ferri, los materiales de construcción son la materia prima para cualquier edificación que conforma un solo producto dando como resultado un inmueble de calidad y homogéneo.

Se definen como materiales de construcción a todos los elementos o cuerpos que integran las obras de construcción, cualquiera que sea su naturaleza, composición y forma, de tal manera que cumplan con los requisitos mínimos para tal fin.

2.5.1. El cemento

El Cemento, es sustancia de polvo fino hecha de argamasa de yeso capaz de formar una pasta blanda al mezclarse con agua y que se endurece espontáneamente en contacto con el aire.

2.5.2. Los agregados

Generalmente se entiende por "agregado" a la mezcla de arena y piedra de granulometría variable, Los agregados son la fase discontinua del concreto y son materiales que están embebidos en la pasta y que ocupan aproximadamente el 75% del volumen de la unidad cúbica de concreto amas de estos generalmente se dividen en grupos: finos, gruesos, de alta densidad y baja densidad.

a) Agregados finos: El aglomerado fino es la porción de un aglomerado que si pasa a través de una criba número 4. Por lo general, estos materiales se clasifican de modo bastante uniforme desde la criba número 4 hasta la número 100. A menos que se indique otra cosa, el aglomerado fino suele ser arena, el producto de la desintegración y abrasión natural de las rocas.

b) Agregados gruesos: Los aglomerados gruesos son la porción de aglomerado que no pueden pasar a través de una criba numero 4(4.75 mm). El aglomerado grueso normal consta de grava de mina o grava triturada.

c) Agregados de alta densidad: Los materiales de este tipo son: magnetitas, barritas, limonita, ferro fósforo y balines o rebabas de acero. Estos aglomerados de gran peso se usan en lugar de grava a fin de producir concreto de alta densidad; por ejemplo, los que se emplean para forrar reactores nucleares.

d) Agregados de baja densidad: Estos aglomerados son materiales como perlita, vermiculita exfoliada, piedra pómez, escorias ligeras, cenizas, finas, toba (tezontle), diatomita, arcilla, pizarra y lutita.

2.5.3. Hormigón armado

La técnica constructiva del hormigón armado consiste en la utilización de hormigón reforzado con barras o mallas de acero, llamadas armaduras. También es posible armarlo con fibras, tales como fibras plásticas, fibra de vidrio, fibras de acero o combinaciones de barras de acero con fibras dependiendo de los requerimientos a los que estará sometido.

El hormigón armado se utiliza en edificios de todo tipo, caminos, puentes, presas, túneles y obras industriales. La utilización de fibras es muy común en la aplicación de hormigón proyectado o *shotcrete*, especialmente en túneles y obras civiles en general.

2.5.4. Acero (hierro)

El material es esencial en la concepción de cualquier construcción, porque su característica es de resistencia; son las que determinan las dimensiones de cada uno de los elementos que lo componen, e influye decisivamente en la organización de su estructura. Además de ello, el material tiene unas posibilidades tecnológicas determinadas en lo que se refiere a fabricación, uniones, formas de los elementos básicos, etc., que son fundamentales a la hora de proyectar un trabajo. No obstante, el material no determina unívocamente los tipos de hierro, ya que cada tipo de material permite distintos tipos y formas de construcción.

2.5.5. El bloque

Los bloques de hormigón son mampuestos prefabricados, elaborados con distintas mezclas de hormigón fino o morteros de cemento y suelen tener formas prismáticas. Sus dimensiones habituales son muy indicadas para levantar paredes y muros además pueden colocarse con varillas de hierro

(estructura armada) para mejorar su estabilidad. Al ser huecos, pesan bastante menos y son más fáciles de manejar.

2.6. INSTALACIONES

FERRI, Cortés Jaime (2010) dice: “Son aquellos componentes destinados a dotar de confort, servicios y seguridad al edificio como por ejemplo las redes de electricidad, fontanería, gas, contra incendios telefonía interior y exterior, televisión, música ascensores, aire acondicionado”.

Según Ferri, el concepto de instalaciones son los acabados finales a los inmuebles; facilitando así a la sociedad, los mayores servicios de primera necesidad para su satisfacción.

Se puede mencionar que una instalación es un sistema eléctrico o potable que incluye la más alta tecnología en la instauración de estas redes y accesorios para el terminado de un bien inmueble.

2.6.1. Instalaciones sanitarias

Las instalaciones sanitarias, tienen por objeto retirar de las construcciones en forma segura, aunque no necesariamente económica, las aguas negras y pluviales, además de establecer obturaciones o trampas hidráulicas, para evitar que los gases y malos olores producidos por la descomposición de las materias orgánicas acarreadas, salgan por donde se usan los muebles sanitarios o por las coladeras en general.

Las instalaciones sanitarias son íntegramente fundadas para dos tipos de función de agua y desfogue para que trabaje en condiciones de presión que superan cualquier eventualidad. No obstante, todas las instalaciones son fácilmente accesibles para limpieza, mantenimiento y reparaciones con sólo quitar la tapa de inspección correspondiente fijada con tornillos.

2.6.2. Agua potable

Se denomina agua potable o agua para consumo humano, al agua que puede ser consumida sin restricción debido a que, gracias a un proceso de purificación, no representa un riesgo para la salud. El término se aplica al agua que cumple con las normas de calidad promulgadas por las autoridades locales e internacionales.

2.6.3. Sistema eléctrico

Es una serie de elementos o componentes eléctricos o electrónicos, tales como resistencias, inductancias, condensadores, fuentes, y/o dispositivos electrónicos semiconductores, conectados eléctricamente entre sí con el propósito de generar, transportar o modificar señales electrónicas o eléctricas.

2.7. ESTUDIO DE MERCADO

MERINO, María Jesús; Pintado Teresa, (2010) exponen: “El estudio de mercado proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones, de hecho, no se debe considerar al estudio como la solución a problemas empresariales, sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia las decisiones puedan ser más acertadas.”.

El concepto de este autor sobre el estudio de mercado se refiere a dos ideas que tiene este estudio que son la toma de decisiones y como fuente de información para los negocios.

El estudio de mercado es una herramienta para buscar la mayor información sobre el desempeño que puede tener un producto o servicio y determinar su vida útil para el beneficio del negocio; diseñando nuevas formas de cubrir las nuevas necesidades descubiertas por este estudio.

2.8. MARKETING

LOPÉZ; Pinto, Bernardo (2010) señala: “Marketing se entiende que es el conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio, la satisfacción de las necesidades del consumidor, con un producto o servicio.”

Según López, marketing es un conjunto de herramientas que nos permiten dar a conocer las necesidades del cliente y poder satisfacer sus necesidades alcanzando un beneficio para el cliente y para la entidad.

Marketing en su entorno a global técnicas que nos permite descubrir con certeza las necesidades del cliente a través de encuestas, entrevistas, observación todo esto para lograr la satisfacción de posible cliente.

2.8.1. El producto

Es el conjunto de características tangibles e intangibles que satisfacen las necesidades y deseos de los consumidores aquí se incluye los servicios desafortunadamente se le otorga más importancia al producto que al servicio sin olvidar que los servicios son fundamentales.

2.8.2. El precio

Es la asignación hoy en día de un valor a un producto y/o servicio; para que se puedan realizar los intercambios en una economía; en la sociedad de

un país y por supuesto en la empresa necesita asignar un valor monetario a los productos y servicios.

2.8.3. La plaza

Es la tercera p de la mezcla de mercadotecnia; esta variable ayudada a hacer el producto y los servicios desde la fábrica hasta el último consumidor clasificándose en dos tipos mayoristas y minoristas:

- a) Mayoristas: son aquellas instituciones y personas que venden productos en grandes cantidades.

- b) Minoristas: son aquellas instituciones y personas que venden productos en pequeñas cantidades.

2.8.4. La promoción

La promoción es la cuarta variable controlable de la mezcla de mercadotecnia y consiste en dar a conocer el producto y/o servicio a través de distintas actividades promocionales, una muy usual es la publicidad que se apoya en los medios masivos de comunicación (televisión, radio, periódico, revistas).

2.9. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Las características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes (y que el mercadólogo debe tomar en cuenta) son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero.

- a) Intangibilidad: Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el muestra de una tienda

para ser adquiridos y llevados por el comprador. Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio.

b) Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios.

c) Heterogeneidad: O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega

d) Carácter Perecedero: O imperturbabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario

2.10. CALIDAD DEL SERVICIO

VÉRTICE, Editorial (2008) declara: “La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad.

Servicio, es el conjunto de prestaciones que el cliente espera (además del producto o del servicio básico) como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo.”

Según Vértice, la calidad del servicio une a dos conceptos muy prácticos que se rigen a satisfacer minuciosamente cada una de las necesidades del cliente poniendo en riesgos la misma reputación de la entidad.

Calidad de servicio es un conjunto de técnicas y herramientas al servicio del cliente para poder satisfacer sus necesidades agrupando todos los indicadores que se manejan en el mercado para así estabilizarse como un referente de atención al cliente.

2.10.1. Determinación de la calidad del servicio

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa, al mismo tiempo, la medida en que se lograr dicha calidad.

a) Clientela clave (el objetivo público): clientela es aquella que, por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar también se le denomina en mercadotecnia: Público objetivo.

b) Nivel de excelencia es la presentación de un servicio, el concepto calidad no es sinónimo de lujo, ni de alcanzar el nivel de excelencia cuando satisface las necesidades o la demanda de un grupo que ha sido seleccionado previamente.

c) La conformidad en el tercer parámetro de la calidad, consiste en mantener el nivel de excelencia en todo momento y en todo lugar.

2.10.2. Organización e implementación de la calidad en el servicio

Un Sistema de Gestión de la Calidad es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos

(Recursos, Procedimientos, Documentos, Estructura organizacional y Estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.

2.11. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

CHAIN, Nassir Sapag; (2007) resalta: “El estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero. Es decir, calcula, los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto”.

Considera el autor nombrado que el estudio técnico es el pilar fundamental para una inversión, ya que, aquí se refleja si es viable o no el proyecto, dependiendo de cada uno de los aspectos técnico en cada una de las fases que este tenga.

El estudio técnico es la parte esencial de un proyecto porque aquí se determina si es o no factible la inversión en determinado proyecto o no, se establece el margen de confianza y tamaño de un proyecto de inversión-

2.11.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a un plan de negocio que puede dimensionarse por el monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que la empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzado.

2.11.2. Localización del proyecto (macro y micro)

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña conocida como micro localización para finalmente determinar su sitio preciso o ubicación del proyecto.

a) Micro localización: una vez escogida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso un nivel de factibilidad.

b) Macro localización: es definido cuidadosamente como propósito encontrar la ubicación más ventajas para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del e el periodo productivo del proyecto» proyecto

2.11.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería de un proyecto tiene por objeto llenar una doble función:

a) Primero: La de aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto.

b) Segundo: La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta, en caso de que el proyecto demuestre ser económicamente atractivo.

2.11.4. Infraestructura física

Es el local donde se encontraran los productos la cual contara con personal de trabajo que asistirán a las personas que requieran de nuestro servicio ya sea mediante por llamada o por la página web de la empresa para su respectivo traslado de los productos al lugar del cliente.

2.11.5. Procesos productivos

Los procesos Productivos son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios).

Esta definición “sencilla” no lo es tanto, pues de ella depende en alto grado la productividad del proceso. Pero la selección cuidadosa de cada uno de sus pasos y la secuencia de ellos nos ayudarán a lograr los principales objetivos de producción, Costos (eficiencia), Calidad, Confiabilidad y Flexibilidad con esto una decisión apresurada al respecto nos puede llevar al “caos” productivo o a la ineficiencia.

2.11.6. Tecnología

Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

2.11.7. Maquinaria y equipo

Dentro del campo de la construcción civil encontramos que es muy necesario el uso de múltiples maquinarias y equipos las cuales facilitan el trabajo pesado (de ahí el nombre de maquinaria pesada), minimiza el tiempo de

trabajo y la mano de obra. En este aspecto podemos observar que la relación tiempo vs. Costo se minimiza.

Pero también se debe saber que estos instrumentos de trabajo están diseñados para determinados terrenos, es decir que tiene su campo de trabajo muy bien definido y en este proyecto determinaremos los campos de trabajo y el desempeño de ciertas maquinarias.

2.11.8. Inversiones

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición y clasifican en:

a) Inversiones temporales: Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo (certificados de depósito, bonos tesorería y documentos negociables), valores negociables de deuda (bonos del gobierno y de compañías) y valores negociables de capital (acciones preferentes y comunes), adquiridos con efectivo que no se necesita de inmediato para las operaciones. Estas inversiones se pueden mantener temporalmente, en vez de tener el efectivo, y se pueden convertir rápidamente en efectivo cuando las necesidades financieras del momento hagan deseable esa conversión.

b) Inversiones a largo plazo: Son colocaciones de dinero en las cuales una empresa o entidad, decide mantenerlas por un período mayor a un año o al ciclo de operaciones, contando a partir de la fecha de presentación del balance general.

2.11.9. Talento humano

La administración del talento humano consiste en la planeación, organización, desarrollo y coordinación, así como también como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que el medio que permite a las personas que colaboran en ella alcanzar los objetivos individuales relacionados directamente o indirectamente con el trabajo.

2.11.10. Marketing mix

El marketing mix apela a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la satisfacción del cliente a partir de la gestión de las **Cuatro P's**. Para que tenga éxito, el marketing mix debe mantener la coherencia entre sus elementos (no tiene sentido posicionar un producto en el sector de lujo y luego tratar de competir con un precio bajo). A la hora de trabajar con el marketing mix, el experto debe tener en cuenta si los objetivos que se plantea son a corto o largo plazo, ya que ciertas variables son difíciles de modificar en el tiempo cercano.

2.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

FERNÁNDEZ, Espinoza Saúl (2010) expresa: “La función financiera de las empresas está relacionada con la obtención de la mejor mezcla de financiamiento externo y de los accionistas para financiar la inversión de los activos que requieren operar y crecer. Pero ¿Cómo se reflejan esas decisiones de inversión y financiamiento que llevan a cabo las empresas? Y ¿Dónde se refleja la operación normal de la empresa en cuanto a ingresos? La respuesta está en los informe financieros que anualmente son preparados por la contabilidad de la empresa”.

Fernández, expresa que el estudio financiero es una parte fundamental de un proyecto; aquí se reflejan los resultados de la inversión realizada, determinando los beneficios alcanzados en un periodo de tiempo, a través de una información sintetizada y cronológica elaborada por la empresa.

El estudio financiero es la forma de determinar las fuentes de patrocinio y d inversión a realizar dependiendo de las necesidades del proyecto para poder cumplirlo y sacar los mejores resultados financieros para el beneficio de la misma entidad.

2.12.1. Técnicas de evaluación financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos- Financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general.

2.12.1.1. TIR

La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

2.12.1.2. VAN

El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.

2.12.1.3. Costo beneficio

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

Valorización de evaluación que relaciona las utilidades en el capital invertido o el valor de la producción con los recursos empleados y el beneficio generado.

2.12.1.4. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos además se puede decir que es el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a obtener utilidades; “Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida”.

2.12.1.5. Asientos contables

MORA, EnguidanosAracelí (2009) señala: Es el registro en el libro diario de las variaciones que se producen en los elementos patrimoniales por el acontecimiento de los hechos contables, cargando en él debe de una cuenta la misma cuantía que en el haber de otra; bajo el método de partida doble que da forma contable a los hechos económicos-financieros.

Manifiesta Mora y el diccionario de contabilidad, auditoría y control de gestión, vol. 3 que los asientos contables son el registro de todas las transacciones realizadas en las cuentas patrimoniales realizadas en un movimiento económico para la entidad.

Los asientos contables es un registro de todos los movimientos económicos efectuados en la razón de ser de la entidad para llevar un control de todas las transacciones hechas, además que pueden agruparse varias cuentas en un mismo asiento como complemento a las disposiciones legales tributarias.

2.12.1.6. Estados financieros

MONTESINOS, Vicente (2008) indica: “los estados financieros se centran en facilitar información relativa a la situación financiera, rendimiento y cambios en la posición financiera de las empresas, pretendiendo que la información sea útil para la toma de decisiones de un amplio grupo de usuarios de dicha información.

Según Montesinos, los estados de información son el resumen de la estructura financiera de la entidad brindando así la información acerca de la liquides y comportamiento de los recursos monetarios y la posición financiera de la entidad.

Los estados financieros es la información de las empresas acerca de lo que fueron capaces de construir en un periodo de tiempo dando como resultado la liquides y falta de solvencia económica en su ejercicio fiscal para tomar una decisión en bien de la misma.

2.12.1.7. Estado de flujo de efectivo

GARCÍA, Ricardo; Velar Luis A.; Cañuelas, Ángel F. (2009) explica: El estado de flujo de efectivo es un estado que describe analíticamente la corriente financiera de la empresa, los movimientos de entrada y salida de efectivo y otros equivalentes líquidos.”

Estos mencionados autores definen al estado de flujo de efectivo como una nueva herramienta financiera para determinar todo la liquidez que maneja la

entidad tanto como entrantes y salientes y así dar un razonamiento más efectivo de la solvencia del dinero.

El estado de flujo de efectivo no es más que un registro cronológico de todas las entradas y salientes del efectivo que maneja en periodo de tiempo del recurso monetario.

2.12.1.8. Estado de resultados

HARVARD, Business Publishing (2009) indica: “El estado de resultados o también conocido como el estados de pérdidas y ganancias se encarga de determinar si la compañía está generando utilidades; es decir, si tiene ingresos netos positivos; muestra la rentabilidad de una empresa en un periodo específico de tiempo, normalmente mensual, trimestral y anual.”

Harvard publishing, expresa que el estado de resultados es el encargado de mostrar los recursos netos luego de aplicar todos las deducciones generados en un periodo fiscal aplicados a sus recursos utilizados en periodo de tiempo fijado.

En este estado se refleja los ingresos netos que maneja una empresa luego de aplicar los descuentos necesarios a los gastos de operación, gastos de depreciación y el porcentaje de utilidad a trabajadores.

2.12.1.9. Estado de situación financiera

DALE Lloyd-jane (2010) dice: “Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. El estado de situación financiera no pretende presentar el valor del negocio, sino únicamente presenta el valor para el negocio de sus recursos y obligaciones cuantificables, ya que no se cuantifica los elementos esenciales tales como el recurso, el producto, la marca, el mercado, el crédito comercial.”

Según Dale, el estado de situación financiera se encarga de señalar la posición que ha logrado en un tiempo determinado para facilitar la toma de decisiones.

El estado de situación financiera brinda la realidad económica de la entidad en un periodo de tiempo resaltando el control que se tiene sobre sus recursos monetarios generados de la evolución de su inversión.

2.12.1.10. Balance general

MORA, Enguidanos Aracelí (2009) señala: Estado financiero que recoge todas las partidas que integran el patrimonio de la empresa en un momento determinado, valoradas en unidades monetarias y clasificadas por masas patrimoniales en activo, pasivo y patrimonio neto.”

Según Mora, el balance general es un estado financiero estático que resume todos los resultados finales de otros estados más dinámicos ya que este solo se limita a sacar los resultados de los activos, pasivos y patrimonio neto.

El balance general es la principal herramienta para tomar una decisión porque refleja la condición verdadera de una empresa ya que aquí se resume toda la información financiera de otros estados financieros.

2.13. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA FUNCIONAL

ARAMBURU, Nekane; Goya; Hernaéz Rivera Olga; (2008) declara: “La estructura de organización se define como el esquema básico de reparto de tareas y responsabilidades de una organización para cada uno de los individuos dentro de la misma, y la posterior coordinación de las mismas que da lugar a la formación de las distintas unidades y órganos integrantes de la organización.”

Aramburu menciona, que la estructura organizativa de una entidad es la parte esencial para definir las obligaciones y responsabilidades de la esencia de ser en la organización para tener un trabajo eficiente y eficaz en cada uno de los recursos utilizados en esta.

La estructura organizativa es la cabeza de toda entidad para el manejo de los recursos y la separación de funciones incompatibles mejorando efectivamente el propósito de una organización.

2.13.1. Visión

Visión según el diccionario de la academia, forma en la mente una imagen visual de un concepto abstracto. En realidad, visualizar es la capacidad que todos tenemos para ver más allá del tiempo y del espacio, para construir en nuestra mente la imagen de nuestros deseos; ver hacia donde queremos llegar , observar cómo ven los clientes una empresa y cuál va a ser la mayor contribución de esa empresa a la humanidad.

2.13.2. Misión

La misión es clarificación de las metas y la implementación de los objetivos, lo que queremos y lo que vamos hacer; la visión es lo que somos y donde queremos ir a través de cinco pasos:

- a) Claridad: la claridad de nuestro enunciado
- b) Implicación: podemos hacer que otras personas se impliquen
- c) Unión: el poder de una causa común
- d) Presencia: lo que representamos
- e) Valores: nuestros valores ante nuestros clientes.

2.13.3. Objetivos y metas

a) **Objetivos:** Toda organización pretende alcanzar objetivos. Un objetivo organizacional es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado.

b) **Metas:** Las metas en una empresa son muy importantes, tanto para el trabajador como para la empresa. El trabajador debe ponerse objetivos de eficiencia y de entretenimiento. Aunque sea un trabajo que le resulte repetitivo y aburrido, porque si alguien bajará su rendimiento de forma espeluznante se vería afectada la entidad.

2.13.4. Políticas

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia; desplegándola a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal y la política empresarial suele afectar a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de una forma precisa que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción para alcanzar los objetivos.

2.13.5. Estructura orgánica

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización o empresa.

2.13.6. Organigrama funcional

La organización funcional determina la existencia de diversos supervisores, cada cual especializado en determinadas áreas. Esto determina que la organización funcional no cumple con el principio de unidad de mando.

2.13.7. Estrategias de producción

Las estrategias son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos, pero que presentan cierto grado de dificultad en su formulación y ejecución, es decir, son acciones que al momento de formularlas, requieren de cierto análisis; y que al momento de ejecutarlas, requieren de cierto esfuerzo.

2.13.8. Estrategias de comercialización

La gestión estratégica de comercialización es un proceso que permite a las empresas ser proactivas en vez de reactivas en la formulación de su futuro, éste se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones, compuesto por tres etapas fundamentales: formulación, implementación y control de estrategias; Es por esta razón la primera etapa el estudio del contexto estratégico en el cual debe insertarse el plan de marketing, lo que permitirá conocer si realmente los objetivos y estrategias de comercialización se corresponden y al cumplimiento de los objetivos de la organización.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado efectuado tiene la finalidad de determinar, aspectos como: la existencia real sobre la demanda con el fin de poder elaborar una proyección de ventas, formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y ventas previstas, la necesidad que tienen los consumidores actuales, en cuanto a la forma, diseño y precio de una vivienda, También se identificará las empresas constructoras y las condiciones en que se está suministrando el bien, así como también el régimen de formación del precio y de la manera como llega el bien de la empresa a los consumidores.

En fin mediante el estudio de mercado se logrará la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad del proyecto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La vivienda y el ambiente adecuados son elementos esenciales para la vida, en tanto que causas de seguridad y desarrollo físico, psicológico, social y cultural, por lo tanto es imprescindible plasmar a la vivienda un ambiente adecuado para el desarrollo integral. La vivienda adecuada debe satisfacer todas las necesidades como son la seguridad y comodidad con un sentido de pertenencia, salud, bienestar y calidad de vida. Así, la vivienda debe contar con instalaciones adecuadas en todo lo referente a servicios básicos, espacio suficiente, seguridad, entorno sano y debe responder a la cultura, valores y a la dignidad de los beneficiarios acompañados de argumentos sociales, económicos que deben ser acogidos con el fin de cubrir todas sus expectativas y necesidades.

Generalmente las viviendas construidas en la ciudad son de diferentes maneras como son unifamiliares o multifamiliares (casas o edificios conformados por mini departamentos). Pero en los últimos años se ha logrado que el gobierno ponga más énfasis en cuanto a la construcción, puesto que es un sector que necesita un impulso del gobierno central y de instituciones privadas que faciliten el acceso a préstamos con pagos accesibles enfocados a los sectores menos favorecidos; el estado ha logrado que a través de los bancos oferten, el bono de la vivienda, incrementando tanto la demanda como la oferta, considerándose crear viviendas que vayan acorde con las exigencias de los habitantes.

La vivienda siempre ha venido siendo un problema, dentro de todos los estratos sociales de todo el Ecuador, y algo que se debe tener presente es que nuestro país posee un paisaje demográfico que se caracteriza por la capacidad del suelo para construir dando lugar a que se genere la creación de nuevos y mejorados modelos y sobre todo en la utilización de nuevos materiales de construcción que permitirán mejorar acabados y durabilidad de las viviendas.

La vivienda pertenece al sector económico de la construcción, el cual por sus características de generación de empleo y provisionar bienes de capital fijo y plusvalía. El sector de la construcción es un claro índice de la dinamización económica de un país, pues su crecimiento envuelve el desarrollo económico local, y a su vez un retroceso.

Dentro de esta última característica de la vivienda, también hay que hacer referencia a sus contribuciones económicas y financieras dentro de los mercados inmobiliarios e hipotecarios; los mismos que a su vez captan gran parte de los gastos familiares (pago de hipoteca o alquiler, gastos de mantenimiento, intereses, etc.) representando un alto porcentaje de su renta disponible, convirtiéndola en el activo más importante de su cartera. Es

necesario de igual manera dar a conocer un diseño nuevo y seguro que son las viviendas prefabricadas y que dicho diseño se le realizó con la ayuda de expertos, a continuación de muestra el diseño de las mismas.

ILUSTRACIÓN No 4



Fuente: Internet (Mutualista Pichincha)

ILUSTRACIÓN No 5



Fuente: Internet (Mutualista Pichincha)

3.3. PRODUCTOS PARA CONSUMIDORES

Las viviendas serán diseñadas para brindar todas las facilidades a los posibles beneficiarios que deseen tener estas viviendas, las cuales van desde una distribución en habitaciones, sala, cocina, comedor y baños adecuados a más de contar con una área recreativa.

El servicio principal de estas viviendas lo constituyen la calidad de todos los materiales de construcción más los equipos de trabajo que hacen posible la realización de estas viviendas diferentes a la tradicional forma de construir casas. Las casas prefabricadas de hormigón se diferencian de las casas tradicionales es por su perfecta adaptación a la zona donde se construya. Así, en las zonas donde el calor del verano se hace insoportable es imprescindible el uso de materiales adecuados como hormigón y una buena instalación de sistemas eficaces de aislamiento.

En las zonas frías, en cambio, las casas se concentran dentro de gruesos muros para conservar el calor del sol. También gracias al tipo de construcción se reduce el tiempo de ejecución, manteniendo la calidad en los acabados y el aislamiento eficiente para soportar los climas cambiantes que tenemos en la zona de construcción del proyecto.

Por lo expuesto con anterioridad los bienes dispuestos a crearse tienen características que benefician el desarrollo integral de la familia de los sectores menos favorecidos, ofreciéndoles seguridad, comodidad y satisfacción de poseer un mejoramiento en el futuro de los posibles beneficiarios.

3.4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de viviendas prefabricadas y sus proyecciones, analizar precios, canales de comercialización y comercialización.

3.4.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar la oferta y demanda de viviendas en ciudad de Cotacachi.
- b) Determinar las proyecciones de la oferta y demanda.
- c) Proyectar la demanda y oferta para la vida útil del proyecto
- d) Definir el mercado objetivo para cubrir la demanda.
- e) Diseñar estrategias de comercialización para el ingreso y posicionamiento en el mercado.

3.4.3. Variables

En la estructura del estudio de mercado se escogieron ciertas variables que permita identificar los indicadores e identificar los posibles problemas con sus respectivas soluciones:

- Familias sin viviendas
- Crecimiento demográfico
- Oferta, Demanda, Precio, Competencia
- Índice salarial
- Preferencias poblacionales

3.4.3.1. Familias sin viviendas

- Índice de casas, departamentos y cuartos en arriendos, anticresis y prestadas.

3.4.3.2. Índice crecimiento empresarial

- Déficit habitacional
- Índice de desempleo
- Porcentaje de crecimiento del
- PEA

3.4.3.3. Oferta, demanda, precio, competencia

- Índice de empresas inmobiliarias
- Índice de déficit habitacional
- Relación de materia prima
- Índice crecimiento empresarial

3.4.3.4. Índice salarial

- Volumen de familias según salarios

3.4.3.5. Preferencias poblacionales

- Índice de precios de casas
- Gustos de la población
- Estrategias aplicadas por la competencia

3.5. MATRIZ DIAGNÓSTICA DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Instrumentos y técnicas	Fuente de información	Público meta
Determinar la oferta y demanda de viviendas en ciudad de Cotacachi	-Familias sin viviendas	-Índice de casas, departamentos y cuartos en arriendos, anticresis y prestadas.	Encuestas	Primaria	-Posibles Beneficiarios
Determinar las proyecciones de la oferta y demanda	-Crecimiento demográfico	-Déficit habitacional -Índice de desempleo -Porcentaje de crecimiento del PEA	Internet	Secundaria	-Inec -Banco Central del Ecuador
Proyectar la demanda y oferta para la vida útil del proyecto	-Oferta -Demanda -Precio -Competencia	-Índice de empresas inmobiliarias -Índice de déficit habitacional -Relación de materia prima -Índice crecimiento empresarial	Encuestas Internet	Primaria Secundaria	-Posibles Beneficiarios -Banco Central del Ecuador -Inec
Definir el mercado objetivo para cubrir la demanda	-Índice salarial	Volumen de familias según salarios	Encuestas	Primaria	-Posibles beneficiarios
Diseñar estrategias de comercialización para el ingreso y posicionamiento en el mercado.	-Preferencias poblacionales	-Índice de precios de casas -Gustos de la población -Estrategias aplicadas por la competencia	Encuestas	Primaria	-Posibles beneficiarios

Elaborado por: El Autor

- **CUESTIONARIO PARA RESOLVER LOS INDICADORES Y VARIABLES DE LA MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO:**

1. ¿Conoce usted de instituciones que oferten casas prefabricadas?

CUADRO No 3

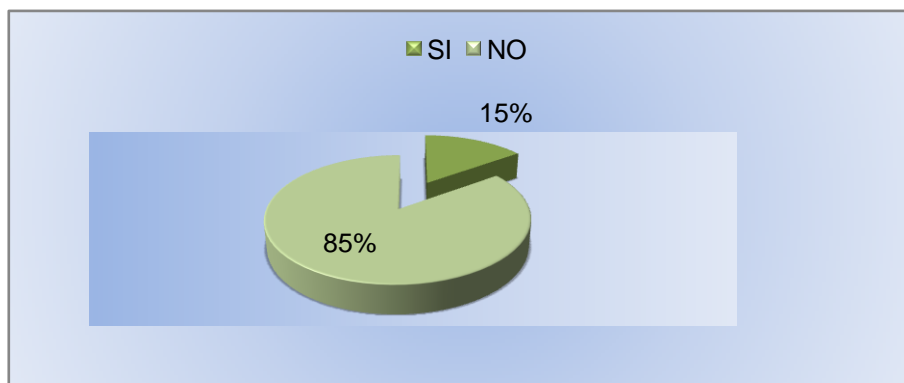
CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	47	15%
No	265	85%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 1

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Como se puede mirar en el gráfico anterior, esto demuestra la falta de conocimiento de la existencia del producto y los organismos públicos y privados que las construyen o producen.

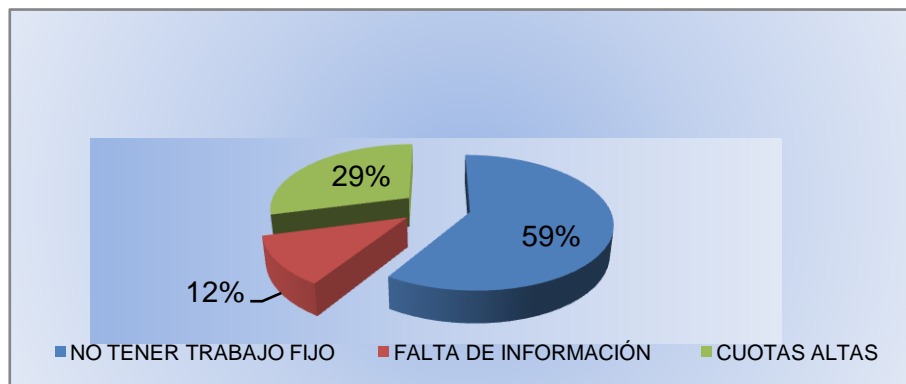
2. ¿Cuáles son las razones por las que usted no ha adquirido su vivienda en la actualidad?

CUADRO No 4
FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
No tener trabajo fijo	184	59%
Falta de información	37	12%
Cuotas altas	91	41%
TOTAL	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 2
FALTA DE RECURSOS ECONÓMICOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Divisemos el gráfico y se podrá dar cuenta que la gran mayoría de los hogares no poseen los recursos económicos para poder acceder a una vivienda, es tal vez la ejecución de este proyecto la oportunidad para tener una casa propia para su familia.

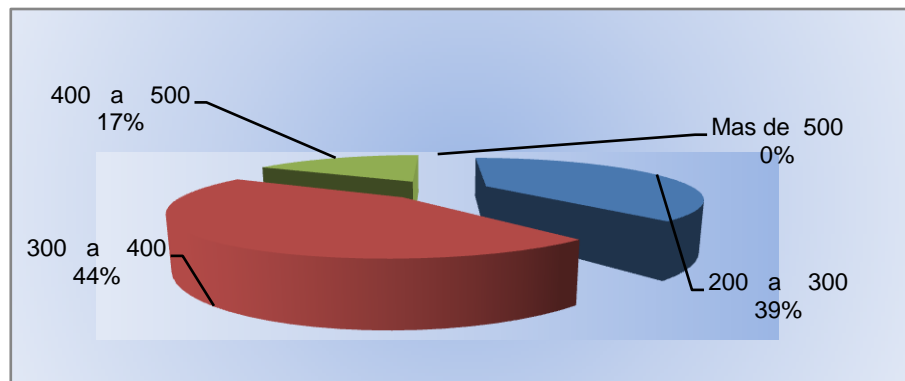
3. ¿El recurso económico familiar mensual con el que cuenta actualmente es de?

CUADRO No 5
NIVEL DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
200 a 300	121	39%
300 a 400	138	44%
400 a 500	53	17%
Más de 500	0	
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 3
NIVEL DE INGRESOS



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Mirando el cuadro y el gráfico respectivamente se podrá darse cuenta que el nivel de ingresos de la gran mayoría de familias es bajo, es decir ganan el salario básico.

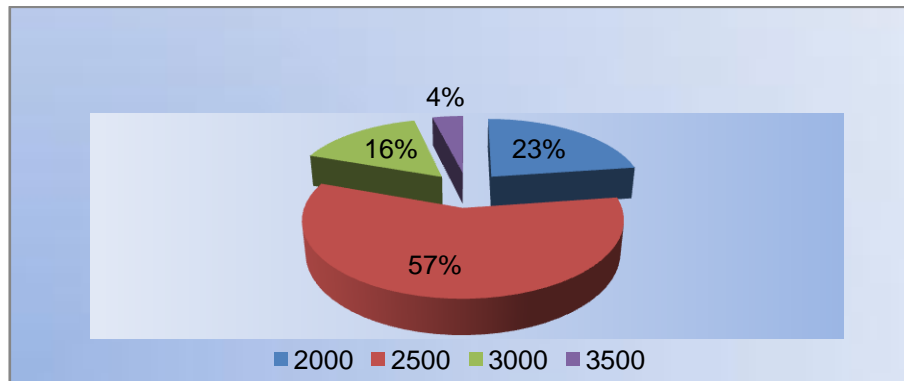
4. ¿El valor de la cuota inicial que está dispuesto a pagar es de?

CUADRO No 6
VALOR INICIAL DE ADQUISICIÓN

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
\$ 2.000.00	71	23%
\$ 2.500.00	180	58%
\$ 3.000.00	49	16%
\$ 3.500.00	12	4%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 4
VALOR INICIAL DE ADQUISICIÓN



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Como se puede ver en el gráfico, la mayoría de los encuestados están dispuestos a dar un valor inicial de 2.500 dólares americanos, ya que consideran la cantidad que pueden justificar para el valor del encaje.

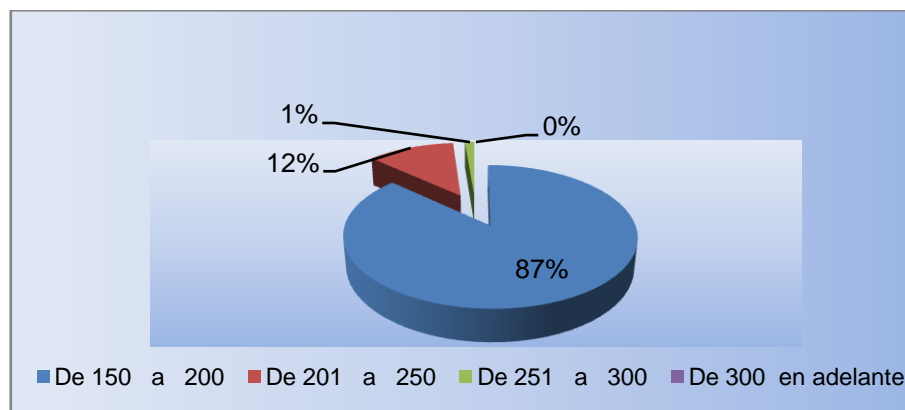
5. ¿Cuánto Ud. estaría dispuesto a pagar mensualmente por una casa prefabricada?

CUADRO No 7
CUOTAS A PAGAR

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
150 a 200	271	87%
201 a 250	37	12%
251 a 300	4	1%
300 en adelante	0	0%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 5
CUOTAS A PAGAR



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Es evidente que la información obtenida permite constatar que la familias encuestadas son de escasos recursos económicos y por la necesidad de contar con un techo propio van a realizar un esfuerzo para cancelar las cuotas hasta ese límite.

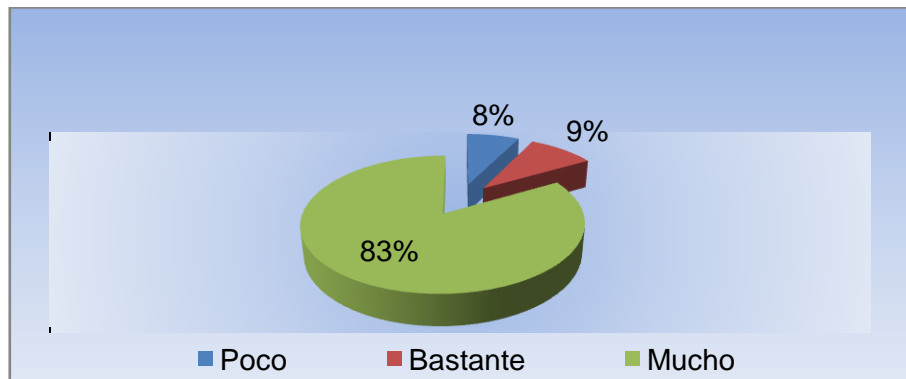
6. ¿A usted le gustaría tener una casa prefabricada?

CUADRO No 8
ACOGIDA DE LA PROPUESTA

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Poco	23	7%
Bastante	29	9%
Mucho	260	83%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 6
ACOGIDA DE LA PROPUESTA



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

La respuesta, no deja dudas, sobre el agrado del proyecto de implementar una empresa dedicada a la construcción de viviendas prefabricadas a bajo costo destinada para el sector económico bajo.

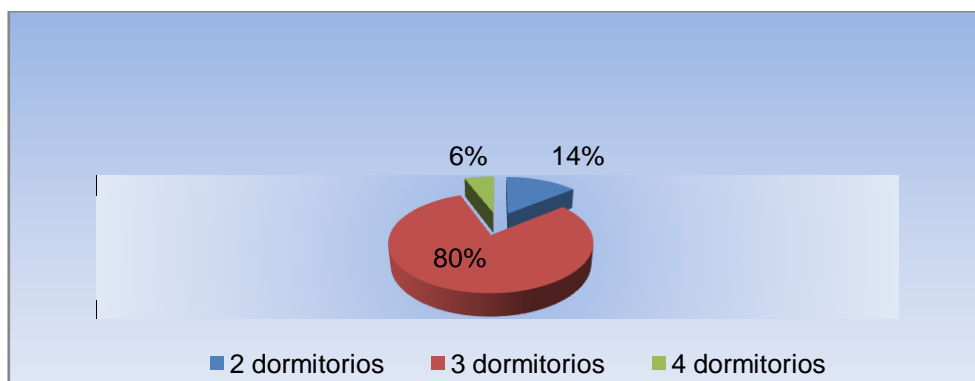
7. ¿La vivienda que usted desearía tener que características le gustaría que disponga?

CUADRO No 9
GUSTOS DE VIVIENDAS

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
2 dormitorios, sala, cocina, comedor	44	14%
3 dormitorios, sala, cocina, comedor	250	80%
4 dormitorios, sala, cocina, comedor	18	6%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 7
GUSTOS DE VIVIENDAS



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Dentro de las necesidades de las familias hay anhelos de cómo quisieran que sea su futura vivienda para que cubran sus necesidades y aspiraciones de tener casa propia.

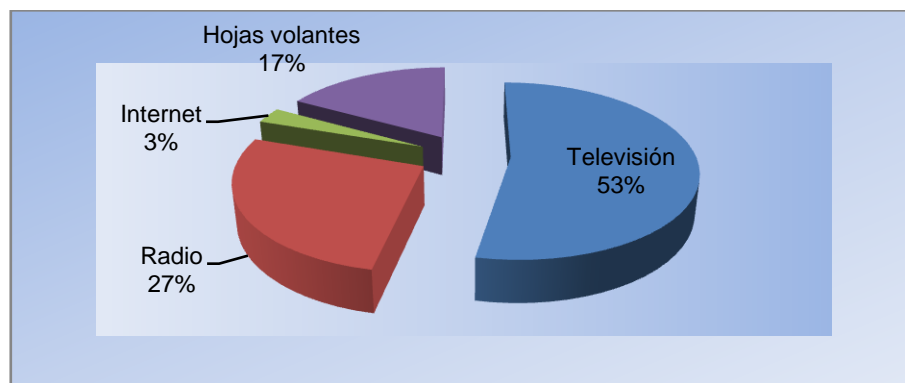
8. ¿Cuál es el medio de información que más utiliza?

CUADRO No 10
INFORMATIVO MÁS UTILIZADO

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Televisión	166	53%
Radio	84	27%
Internet	9	3%
Hojas volantes	53	17%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 8
INFORMATIVO MÁS UTILIZADO



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Se puede observar en el gráfico, que la preferencia que tiene el sector encuestado hacia el medio de comunicación televisivo, como el de mayor acogida al estar presente en cada uno de los hogares independientemente del extracto económico que sea.

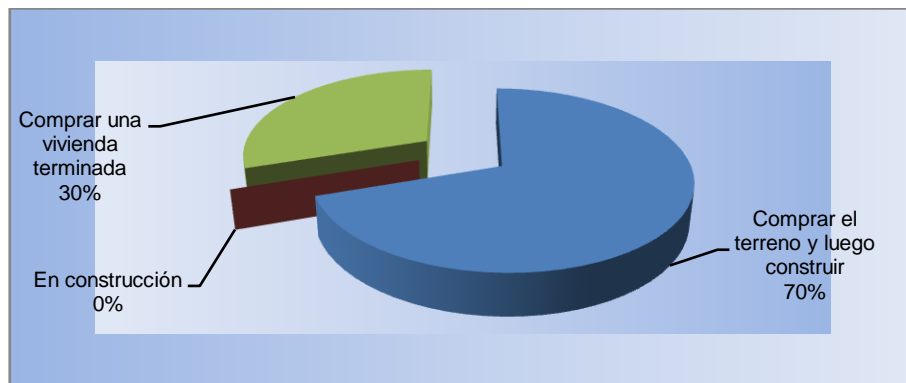
9. ¿Cuál de las siguientes opciones adoptaría para contar con su vivienda propia?

**CUADRO No 11
PREFERENCIA DE COMPRA**

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Comprar el terreno y luego construir	218	70%
En construcción	0	0%
Comprar una vivienda terminada	94	30%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

**GRÁFICO No 9
PREFERENCIAS DE COMPRA**



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

Se percibe la información del cuadro que la población desea tener el método tradicional de obtención de un bien inmueble ya que garantiza mayor grado de satisfacción y seguridad.

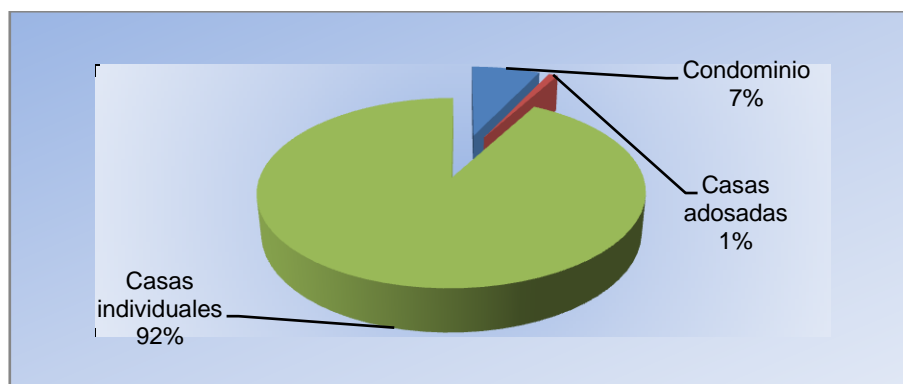
10. ¿Usted en el caso de adquirir una vivienda prefabricada como le gustaría que esta sea?

CUADRO No 12
PREFERENCIAS EN CONSTRUCCIONES

DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PORCENTAJE
Condominio	22	7%
Casas adosadas	3	1%
Casas individuales	287	92%
Total	312	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO No 10
PREFERENCIAS EN CONSTRUCCIONES



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor

Análisis

La información del cuadro representa el favoritismo que tiene la población hacia las casas independientes por cada uno de los beneficios que estas traen consigo según la percepción de los encuestados.

- **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA A LA ING.MÓNICA SÁNCHEZ ASISTENTE OPERATIVA DE LA MUTUALISTA PICHINCHA**

1. **¿Ud. cree que las ofertas de casas prefabricadas pueden tener demanda en Cotacachi?**

Se considera que las casas prefabricadas pueden tener gran acogida por los sectores menos favorecidos económicamente debido a su bajo costo y por la calidad de sus materiales así como también por la innovación de sus diseños.

2. **¿Cuáles cree que sean los factores para que tenga demanda este proyecto?**

Existen innumerables factores pero el que más influyees su bajo costo y el tiempo de su construcción que es muy cortó, además son instalaciones que se pueden acceder a cualquier sector geográficamente hablando.

3. **¿Es necesario considerar el lugar donde se ejecutara la obra de construcción por qué?**

Todo proyecto inmobiliario debe cumplir con requisitos que cuiden el bienestar del beneficiado independientemente del sector social que sea.

4. **¿En la actualidad que tipos y modelos de viviendas son las más requeridas por la población?**

En la actualidad existen varios materiales en los que se realizan estos tipos de viviendas prefabricadas, pero los más recomendables son los de hormigón armado por la resistencia que este material presenta a las condiciones geográficas que tenemos en nuestro medio.

- **RESULTADOS DE LA ENTREVISTA APLICADA A SR. DARWIN MEJÍA TÉCNICO DE PLANIFICACIÓN Y CATASTROS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE COTACACHI**

1. ¿En qué lugar de la ciudad de Cotacachi se ha incrementado más la construcción de viviendas?

En estos últimos años Cotacachi ha tenido un crecimiento habitacional en sus partes periféricas ocasionando un desarrollo desordenado de asentamientos lo cual está perjudicando al paisaje natural de la ciudad.

2. ¿Para la Construcción de una vivienda se toma en cuenta el lugar donde se ejecutara la obra?

El municipio cuenta con ordenanzas que establecen estándares para cada construcción independientemente el tipo de construcción que se vaya a realizar previo la autorización e inspección del departamento encargado.

3. ¿Qué tipos de viviendas son las más requeridas por la población en la actualidad?

El municipio ha venido realizando una actualización de catastros lo cual se detectado que el índice habitacional existente es muy deplorable debido al tipo de construcciones realizadas con materiales como madera, cartones y plásticos, de bloque sin estructuras de hierro, que no cumplen los requisitos dispuestos por las autoridades. Entonces los tipos de viviendas requeridos por la ciudadanía serían las viviendas tradicionales las cuales han demostrado seguridad ante diversos riesgos detectados.

4. ¿Piensa que las autoridades a cargo de los trámites respectivos facilitan el normal desenvolvimiento, en cuanto al diseño, planificación, construcción y venta de viviendas?

En la actualidad se está preparando al personal del departamento de obras y catastros en la utilización de nuevos tipos de construcciones utilizados en otros países para el enfrentamiento a desastres naturales demostrando seguridad y garantías de sobrevivencia para los usuarios de las viviendas.

3.6. MERCADO META

Se tomará como mercado meta a la Ciudad del Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, específicamente a toda la población que no cuenta con vivienda propia. Es necesario considerar algunas condiciones que pueden favorecer a definir de mejor manera el mercado meta:

- a) Ingreso per cápita de la población.
- b) Volumen poblacional y su tendencia del consumo.
- c) Tendencia de la demanda hacia el crecimiento.
- d) Determinación de niveles de competitividad en calidad y precios.
- e) Se puede contar con socios estratégicos y se pueda manejar tácticas de promoción y ventas.

3.7. SEGMENTO DE MERCADO

La segmentación del mercado está destinado a los posibles beneficiarios de las viviendas prefabricadas; de los extractos sociales económicos media baja y baja de la ciudad de Cotacachi, cuyo deseo sea de mejorar su condición vida.

Partiendo de la base del estudio se ha dirigido a los habitantes de la ciudad de Cotacachi que no poseen vivienda propia, más especialmente al estrato menos favorecidos que buscan casas que cuenten a más de todos los servicios básicos, precios, localidad y modelos acordes con el desarrollo actual de la sociedad, la calidad del material usado, ya que este disminuirá o incrementará el tiempo de vida útil de la vivienda construida. Se estableció que el mercado de la construcción está regido por la oferta y demanda, donde sus precios fluctúan constantemente, dependiendo del comportamiento de las leyes del mercado, sobre todo del material usado y de la localidad.

3.8. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Según datos obtenidos del censo de población y vivienda realizado en el año 2010, el cantón Santa Ana de Cotacachi, cuenta con una población de 40.036 habitantes distribuidos de la siguiente forma:

**CUADRO No 13
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

COTACACHI	URBANO	RURAL	TOTAL
6 DE JULIO DE CUELLAJE	-	1,780	1,780
APUELA	-	1,824	1,824
COTACACHI	8,848	8,291	17,139
GARCIA MORENO	-	5,060	5,060
IMANTAG	-	4,941	4,941
PEÑAHERRERA	-	1,644	1,644
PLAZA GUTIERREZ	-	496	496
QUIROGA	-	6,454	6,454
VACAS GALINDO (EL CHURO)	-	698	698
TOTAL	8,848	31,188	40,036

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

**CUADRO No 14
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN, HOGARES**



Nombre del Cantón	Total de personas	Total de hogares	Promedio de personas por hogar
COTACACHI	40036	10.535,79	4.05

Fuente: INEC 2010
Elaborado por: El Autor

De ese total de población según el último censo de población y vivienda el cantón Cotacachi cuenta con 10.535,79 hogares, tomando en consideración que existe un promedio de 4.05 personas por hogar, de este número de solo el 56.6% cuenta con casa propia, lo que nos indica que existe un déficit habitacional de 4.572.53 viviendas.

3.8.1. Proyección de la demanda

Analizando los datos históricos se establece que el número de posibles usuarios de las viviendas crecen a una tasa de crecimiento poblacional del 0.081% anual, datos del INEC censo poblacional del 2010 que sirvió para realizar la respectiva proyección para los próximos años, como se observa a continuación:

Fórmula:

$$D_p = DA(1+i)^n$$

Dónde: D_p = demanda proyectada

DA = demanda actual

1 = valor constante

i = tasa de crecimiento

N = tiempo

CUADRO No 15
DEMANDA PROYECTADA DE VIVIENDAS

AÑO	HOGARES	VIVIENDAS	TASA CRESIMIENTO	DEFICIT VIVIENDAS
2011	11,389.19	6,446.28	0.081	4,942.91
2012	12,311.71	6,968.43	0.081	5,343.28
2013	13,308.96	7,532.87	0.081	5,776.09
2014	14,386.99	8,143.03	0.081	6,243.95
2015	15,552.33	8,802.62	0.081	6,749.71
2016	16,812.07	9,515.63	0.081	7,296.44
2017	18,173.85	10,286.40	0.081	7,887.45

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

En el cuadro anterior podemos observar un crecimiento constante de la demanda de viviendas, desde hace varios años atrás, debido al crecimiento y el desarrollo turístico del cantón.

3.9. IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

En los últimos años el Ecuador ha tenido un crecimiento significativo a nivel poblacional lo que se refiere que el índice del déficit habitacional también ha crecido acompañado de las grandes fluctuaciones del mercado financiero que lógicamente ha mermado las posibilidades de acceder a los créditos habitacionales para los sectores sociales de clase media baja y baja los cuales son los más afectados por la índice de pobreza que ellos presentan al no manejar un nivel de estabilidad económico que le permita apalea estos indicadores.

Cabe indicar que la oferta de viviendas en la actualidad en el cantón Santa Ana de Cotacachi, aún más cuando se trata de proyectos habitacionales de

corte popular, según versión del jefe del departamento de aprobación urbanística (Arq. Gavilánez) del Gobierno Municipal de Cotacachi.

CUADRO No 16
OFERTA DE VIVIENDAS

NOMBRE	No CASA S	ARE A M2	AREA CONSTRUCCIO N	COSTO M2(USD)	COST/TOTAL (USD)
ECOVIDA	19	500	130	420.00	54,600.00
SAN MIGUEL	21	900	150	450.00	67,500.00
JAGUA PACHA	18	900	180	450.00	81,000.00
EL ENCANTO	20	900	172	450.00	77,400.00

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El Autor

Según información del departamento de permisos de construcción en esto últimos tres años no ha existido proyectos de conjuntos habitacionales para la clase económica media baja y baja, o de interés social, lo que demostramos en el gráfico anterior basándonos en la información tanto del INEC como del Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi.

3.9.1. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se la realizo con la información obtenida en los conjuntos habitacionales, que son más habitadas por gente extranjeras y otras de otros sectores del país, sus altos costos, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

Fórmula:

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

Dónde:

Op = oferta proyectada

OA = oferta actual

1 = valor constante

i = tasa de crecimiento

n = tiempo

CUADRO No 17

OFERTA DE VIVIENDAS PROYECTADAS

AÑO	OFERTA	TASA CRESIMIENTO
2011	78.00	0.081
2012	84.00	0.081
2013	90.00	0.081
2014	97.00	0.081
2015	104.00	0.081
2016	112.00	0.081
2017	121.00	0.081

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: El Autor

3.10. BALANCE DEMANDA – OFERTA

El balance oferta – demanda se realiza para identificar la brecha existente entre la demanda por un bien o servicio y la capacidad óptima de oferta de dicho producto.

Luego de identificar el tamaño de la demanda del bien o servicio que se generaría con la presencia del proyecto, y la oferta actual del bien o servicios, es necesario identificar en qué medida la demanda está siendo satisfecha por la capacidad de oferta actual.

CUADRO No 18
BALANCE DEMANDA – OFERTA

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Demanda	4,942.91	5,343.28	5,776.09	6,243.95	6,749.71	7,296.44	7,887.45
Oferta	(78.00)	(84.00)	(90.00)	(97.00)	(104.00)	(112.00)	(121.00)
Demanda insatisfecha	4,864.91	5,259.28	5,686.09	6,146.97	6,645.71	7,184.44	7,766.45

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: El Autor

En el cuadro anterior podemos observar la demanda insatisfecha que existe en el sector del cantón Cotacachi, la oferta existen está destinada para el consumidor de clase económica media alta.

Según funcionarios del Gobierno Municipal de Cotacachi, no existe oferta de viviendas de tipo popular o económico, en el sector de influencia del Gobierno Municipal. Sin duda la industria de la construcción busca como toda empresa la rentabilidad en su negocio.

3.10.1. Productos

Esta variedad de casas prefabricadas son estructuras que, como bien lo dice la palabra, viene ensamblada antes de ser utilizada como vivienda. Así, las paredes, puertas y ventanas son construidas previamente para luego ser utilizadas en casas listas para ser habitadas.

Existe casas estructuradas de madera que tienen una duran aproximadamente 50 años, como también las mixtas que tienen en su estructura hormigón y madera duran de por vida.

3.11. ANÁLISIS DEL PRECIO

Resulta difícil establecer comparación de costo de este tipo de viviendas en el sector de influencia del proyecto. Además el costo de las viviendas es variable tendiendo a obtener su costo de acuerdo a sus terminados, ubicación, extensión del lote, etc.

ILUSTRACIÓN No6



Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: El Autor

3.11.1. Precios

El precio final del producto tiene varios factores que influyen como:

- a) El valor que tiene el terreno depende de su ubicación, pues existen zonas de mayor plusvalía, se dará como referente el terreno ubicado.
- b) El precio de la construcción en obra muerta como se denomina a la construcción sin acabados, es más bajo.
- c) Y el precio de la construcción ya terminada es más dependiendo de manera directa de los acabados que se emplee en la misma, nos proporciona un valor de un rango del consumidor medio alto.

3.11.2. Precios de productos

Hoy en día la mayoría de viviendas como se pudo obtener en los resultados de la entrevistas realizadas a las empresas constructoras, arquitectos e ingenieros civiles dedicados a la venta de viviendas prefabricadas, supieron manifestar que van desde los 6.400 dólares hasta más de 22.000 dólares, y como se pudo también obtener, todo depende de los servicios con los que cuente la vivienda y sobre todo del lugar en el cual se haya procedido la implementación del proyecto habitacional. De la misma manera se puede concluir que la mayoría de viviendas que se comercializan, van dirigidas a familias de ingresos medio bajos y bajos, cuyo costo de la vivienda no sobrepasan los 7.500 dólares.

CUADRO No 19
PRODUCTOS Y COSTOS

TIPO DE CONSTRUCCIÓN	M2	COSTO M2(USD)	TOTAL(USD)
Mixta madera hormigón	50	132.00	6600
Domos	55	116.36	6400
Eco bloqué modular	54	114.81	6200
Estructura metálica y hormigón	55	132.73	7300

Fuente: Estudio Mercado

Elaborado por: El Autor

Como observamos los distintos tipos de construcciones de viviendas prefabricadas de tipo popular.

Es también de aclarar que en este producto también existen viviendas de costo mucho más altos debido a sus acabados, y a la ubicación del proyecto.

3.12. PROYECCIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS

**CUADRO No 20
PROYECCIÓN DE PRECIOS**

TIPO DE CONSTRUCCIÓN	Can/m ²	Costo m ²	Total(USD)	Inflación	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mixta madera hormigón	50	160	8000	3.82	8000	8,305.60	8,622.87	8,952.27	9,294.24	9,649.28
Domos	50	155	7750	3.82	7750	8,046.05	8,353.41	8,672.51	9,003.80	9,347.74
Eco bloqué modular	50	155	7750	3.82	7750	8,046.05	8,353.41	8,672.51	9,003.80	9,347.74
Estructura metálica y hormigón	50	154	7700	3.82	7700	7,994.14	8,299.52	8,616.56	8,945.71	9,287.44

Fuente: Estudio Mercado
Elaborado por: El Autor

3.13. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La investigación realizada para el proyecto y los cruces de las preguntas del cuestionario analizadas nos permite obtener las siguientes conclusiones y de ellas nacen las estrategias que a continuación se detallan.

- En un 83% del total las familias encuestadas participan un criterio de aceptación hacia el desarrollo de las viviendas prefabricadas, debido a su precio y a su calidad.
- En los resultados de las encuestas se concluye que indistintamente de los medios de ingresos, procedencia de los mismos y edades, el 58% de la población posee una disponibilidad de pago, de 2.500 como cuota inicial para adquirir su vivienda.
- La falta de información y la poca accesibilidad al sector financiero han hecho que en un 85% de los sectores productivos queden relegados.
- El 59% de las personas encuestadas piensan que existe pocas posibilidades de adquirir un crédito para obtener vivienda.
- La preferencia de los clientes dependen siempre de la atención que se les brinde, de ahí la importancia sobre la capacitación permanente de su recurso humano, el cual debe contar con el respaldo de la entidad.
- Se concluye que en un 53% de las personas no utilizan medios directos y especializados de información cuando quieren conocer opciones de vivienda.
- Los valores agregados como seguro, servicio postventa, asesoría son factores irrelevantes al momento de adquirir vivienda.
- 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 contraste 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.

3.14. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.14.1. Estrategia de precio

Se ofertará casas a precios base, tratándose de consumidores de bajos recursos económicos que no poseen viviendas, se buscara mantener varios tipos de viviendas, diferenciadas por su estructura pero con la misma calidad, y garantía de seguridad, con la debida información técnica que garantizara una comprensión de todos los sectores y conglomerado humano

3.14.2. Estrategia de promoción

Los medios en los que se apoya la propuesta serán los publicitarios, las inmobiliarias es un mercado nuevo para la zona en mención y esto conlleva ventajas y desventajas, pero se puede apoyar en medios masivos como televisión, radio, prensa escrita.

Así también darles a conocer las bondades de invertir en nuestras unidades habitacionales y en el sector escogido por la empresa para construir este complejo habitacional

La campaña será masiva a través de una mezcla de promoción que está integrada por:

- **Publicidad.**-Implantación de vallas publicitarias móviles y fijas en lugares estratégicos de la ciudad; mercados, parques, avenidas, y calles de mayor concurrencia a través de trípticos, así como también solicitar la colaboración de los medios de transporte para colocar volantes de publicidad.

Tomando en consideración que los medios de transporte son los de uso frecuente de las personas a las cuales van dirigidas el presente proyecto inmobiliario, cabe indicar que la publicidad se realizara en forma dispersa y en sectores claves con la finalidad de evitar que los costos afecten de forma directa al costo del producto, además hay que tomar en consideración que en la actualidad con la cantidad de personas que utilizan estos medios de transporte son altas y son los medios más directos en de llegar al consumidor.

ILUSTRACIÓN No7 Volante publicitario

INMOBILIARIA GARCIA

VENTA DE CASAS PREFABRICADAS A LOS MAS BAJOS COSTOS Y CON LA MAS ALTA CALIDAD.

TELEFONOS: 062-916-874
CELULAR: 0933623974
CORREOS: INMOBILIARIAGARCIA@HOTMAIL.COM

SU INVERSION EN MANOS SEGURAS CONFIE EN NOSOTROS.

Allyado a
Luzja de Propiedad Bata
Avaladores y Constructores de Colombia

Facebook and Twitter icons.

Images of a house and a floor plan.

Elaborado por: El Autor

- **Relaciones públicas.**-La empresa buscara mantener buenas relaciones con sus clientes y proveedores brindándoles una atención personalizada, con la finalidad de que nuestros futuros clientes encuentren

respuesta a sus inquietudes con respecto a la bondad de las unidades habitacionales y las ventajas de invertir en una de esas viviendas.

- **Promociones de ventas.-** La constructora venderá sus proyectos en planos, esto traerá beneficios a sus futuros clientes, porque compraran a precio más bajo, además tendrán la oportunidad de elegir la unidad de vivienda que más les agrade, se les ayudara a realizar los trámites pertinentes en las entidades financieras en la obtención de los créditos para la vivienda.
- **Ventas personales.-**Al personalizar las ventas en forma directa se les podrá detallar con mayor amplitud de toda y cada una de las características y beneficios de dicha adquisición utilizando maquetas del proyecto si las ventas son en planos, como también en forma directa en una casa modelo. De ser posible se participara en ferias de viviendas para obtener un mejor impacto de comunicación en los potenciales clientes.

3.14.3. Estrategia de producto servicio

El mercado de bienes raíces es un propulsor del desarrollo de acuerdo a los nuevos modelos que caracteriza la globalización, pues hoy en día generan importantes rubros económicos e impulsan subsectores alternos a la construcción, como son los sectores turísticos.

Una estrategia de servicio será diversificar los modelos de construcción en cuanto a materiales y diseños innovadores, en los que no se use estructuras convencionales sino espacios abiertos que carecen de paredes, y poseen mayores áreas de iluminación, comúnmente denominados lofts inmobiliarios (el loft es sinónimo de adaptación y reciclaje).

Está entrando en auge por su versatilidad y flexibilidad capaz de adaptarse a cualquier cambio.

3.14.4. Estrategia de plaza

El modelo con que se analiza la competencia en una industria como de la construcción puede servir para establecer una estrategia de diversificación, del producto y se concentra en grupos estratégicos para ofertar el mismo como son los colegios asociados, sectores gremiales, sindicatos de empresas.

Las estrategias de plaza se aplican para hacer que los productos se encuentren a disposición en el momento y lugar en que los clientes los deseen.

- a) Para el presente caso se busca que el producto llegue a las personas que no poseen viviendas y son de escasos recursos económicos del sector urbano-rural del cantón Santa Ana de Cotacachi, e invitarle a conocer los planos y la vivienda modelo.
- b) La estrategia será desplegar la información por medio de hojas volantes, crípticas, vallas publicitarias en lugares estratégicos donde el futuro cliente es habitual llegar a pasar.
- c) La mejor posibilidad de brindar información será el sitio mismo del proyecto, considerando las ventajas de la ubicación geográfica y la percepción que tendrán los clientes al ver las condiciones que el club ofrece. De esta manera se pretende establecer visitas para promocionar el complejo y sus ventajas.

3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- a) Dentro de la investigación realizada para el proyecto se pudo constatar la poca o nula inversión del sector de la construcción en viviendas de tipo popular, las mismas que no generan una gran utilidad de tipo económico.
- b) Existe una falta de información, dedicada a los estratos populares de las ventajas de adquirir viviendas en complejos habitacionales cerrados, por parte de los diferentes sectores de la construcción como los de gobierno.
- c) La infinidad de requisitos que las instituciones financieras públicas como privadas exigen, hace que la población de este sector pobre vea inútil cualquier gestión a realizarse para consecución de un crédito para vivienda, cabe recalcar que aun los beneficios que el gobierno a este sector de la población son inalcanzables.
- d) En el sector del cantón Cotacachi, no existe inversión en viviendas populares ni públicas y menos aún privadas, en los últimos años.
- e) Según el último censo de población y vivienda, el sector del cantón Cotacachi es el de mayor población rural de la provincia y el de mayor pobreza y estos sectores los menos atendidos socialmente por su distancia entre una población a otra.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En la presente investigación técnica, se analizará la propuesta que se convierta en un proyecto real de ejecutar.

Se realizará un análisis de ingeniería técnico y sistemático, en el que se estudiará perspectivas relacionados con los métodos de construcción, modelos, diseños arquitectónicos, materiales que se utilizaran, la forma de manejar los costos, financiamientos, procesos administrativos y de comercialización, y los tiempos que llevara la ejecución del proyecto.

Asimismo, es de gran importancia determinar las necesidades que vayan a sufragarse en la obtención de la materia prima a utilizar, la contratación del recurso humano, la maquinaria y equipo a emplear; de tal manera que se combinen los factores.

4.1. LOCALIZACIÓN

Para determinar la ubicación o localización óptima del proyecto, se ha utilizado el método cualitativo de factores múltiples para poder identificar el sitio idóneo. En base al conocimiento de Ingenieros expertos en el rubro, se han considerado elementos indispensables para poder realizar la evaluación de la ubicación.

De ahí se dio un puntaje a cada concepto tomando entre 1 a 10 puntos, y así sucesivamente.

Entre los que se consideraron:

- **Factores Geográficos:** Los cuales están relacionados con las vías de comunicación para llegar al sitio, servicios públicos existentes, tipo de terreno, entre otros.

- **Factores Sociales:** Están íntimamente relacionados con la adaptación del proyecto con el medio ambiente y la comunidad. Específicamente, se refieren a zonas en las cuales el impacto ambiental de este tipo de proyectos sea lo menor posible, al mismo tiempo, se trata de considerar las zonas pobladas aledañas para la obtención de mano de obra, en donde, de esa manera se ayudara al desarrollo económico.

- **Factores Económicos:** Se refiere a los costos de los suministros e insumos en que se incurrirá en el proyecto. En ese sentido, se considera la materia prima, agua, energía eléctrica, combustible, infraestructura disponible y terrenos.

Con respecto al estudio realizado, se calificó los sitios de la siguiente manera:

CUADRO No 21

Método cualitativo para obtener localización óptima

UBICACIÓN		QUIROGA		TOTAL	SECTOR LOS MOLINOS	
CARACTERÍSTICAS	Puntaje (1-10)	Puntos por actividad	Total	Puntaje (1-10)	Puntos por actividad	Total
Materia Primas	10	10	100	10	10	100
Servicios Públicos	7	10	70	8	10	80
Transporte	8	10	80	8	10	80
Mano de Obra	7	10	70	7	10	70
Topografía	7	8	56	8	10	80
TOTAL	39	48	376	41	50	410

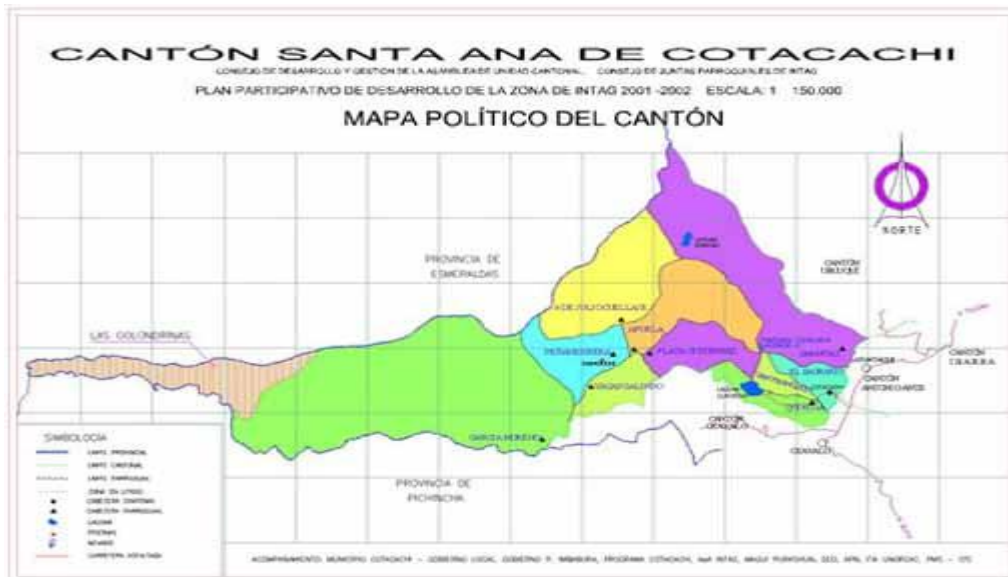
Elaborado por: El Autor

4.1.1. Macro localización

El estudio de mercado ha indicado que existe una demanda insatisfecha de 1677 familias con respecto a este tipo de viviendas que no tiene vivienda y que estarían interesados en obtener una. Con respecto a esto se ha determinado realizar una urbanización de 50 viviendas al año, las cuales se construirán en el sector de calles son Luis A. Moreno y salinas continuos de la hostería La Mirage, según la aplicación del método de factores múltiples.

En resumen, se escogió el sector antes mencionado para el desarrollo del proyecto, debido a que el circuito vial de Cotacachi Otavalo cruza por el sector además las principales canteras de materiales pétreos se encuentran ubicadas, como también estamos cerca de los principales centros de abastecimiento de cemento y otros materiales. Todo esto con el propósito de disminuir el costo de capital que se utilizará para la financiación del proyecto.

ILUSTRACIÓN No8 MAPA POLÍTICO DE COTACACHI



Fuente: Gobierno Municipal de Cotacachi
Elaborado por: El Autor

4.1.2. Micro localización

Una vez que ya se ha determinado la macro localización es fundamental el proceso de la micro localización para optimizar el lugar en el que se desarrolle la propuesta y de esta manera se aproveche mejor todos los recursos.

Cabe destacar que cada zona tiene ciertas categorizaciones dentro del Catastro Municipal.

Dentro del área urbana de la ciudad de Cotacachi, se ha escogido la opción para desarrollar el proyecto con base a factores específicos a los cuales se les pondera, se pretende determinar la opción que cuente con las condiciones apropiadas, y esto obviamente facilitara el proceso de publicidad y comercialización.

Los factores que se tomarán en cuenta para la ponderación son:

- Área del terreno
- Plusvalía
- Disponibilidad de vías de comunicación
- Disponibilidad de servicios básicos
- Cercanía a zonas pobladas
- Estructura Impositiva y legal
- Competencia

4.2. PLANO DE LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA

El plano de micro localización se encuentra ubicado en el sector de en el sector de calles son Luis A. Moreno y salinas continuos de la hostería La Mirage, el mencionado lote cuenta con una superficie de 4.536 m dispone de

los servicios básicos como agua, luz, teléfono, alcantarillado, posee vías de acceso y el transporte urbano llega a la zona.

ILUSTRACIÓN No 9 LOTE DEL PROYECTO EN MENCIÓN



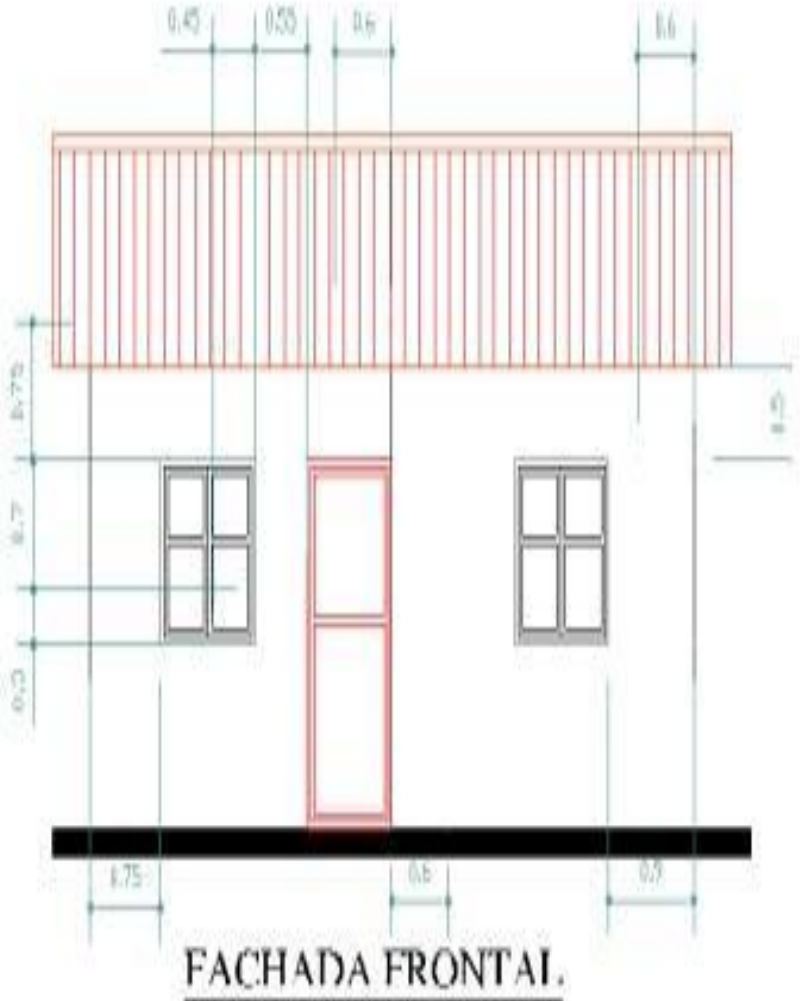
Fuente: Gobierno Municipal de Cotacachi
Elaborado por: El Autor

ILUSTRACIÓN No 10 PLANO DE PREDIO EN MENCIÓN

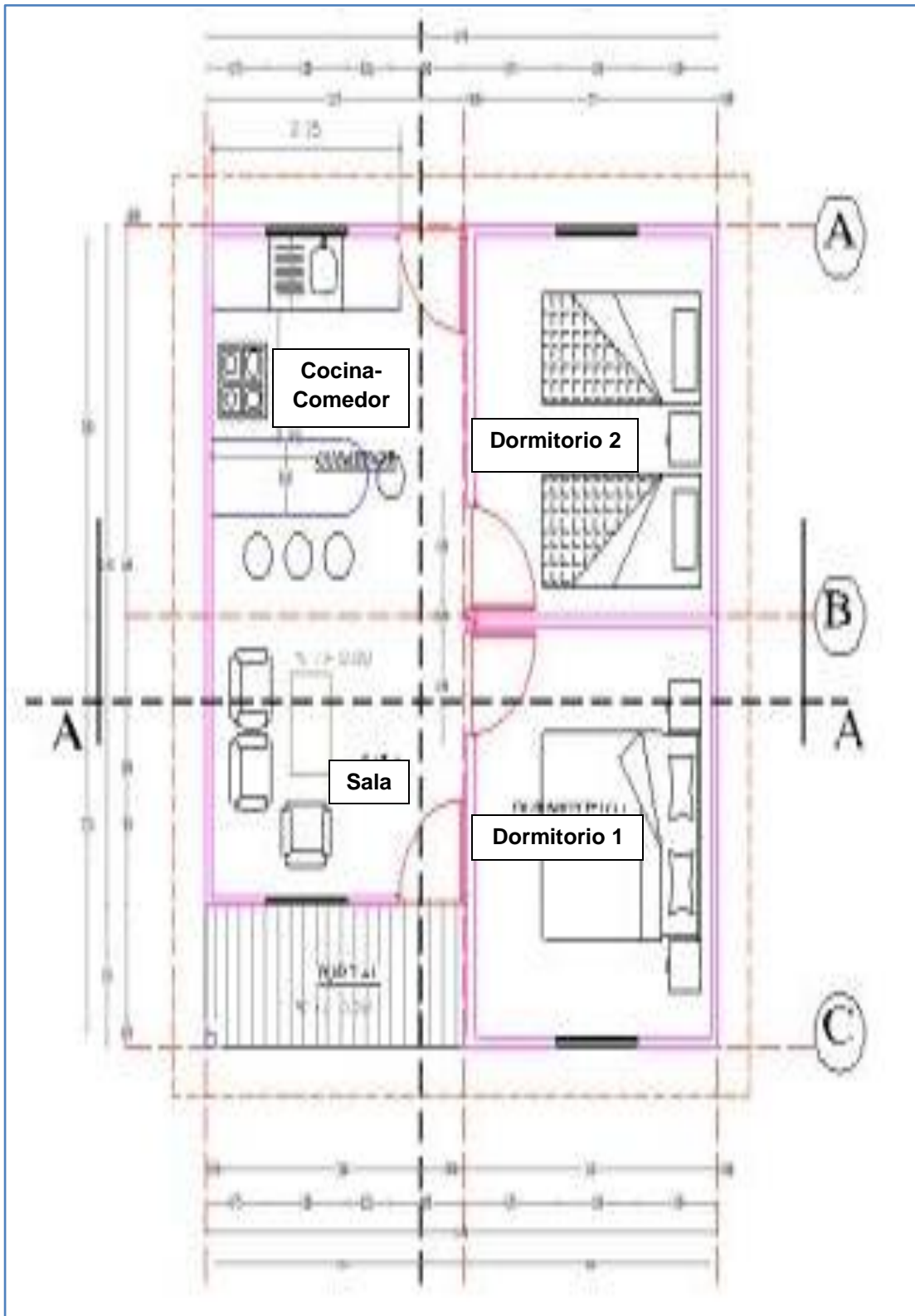


Elaborado por: El Autor

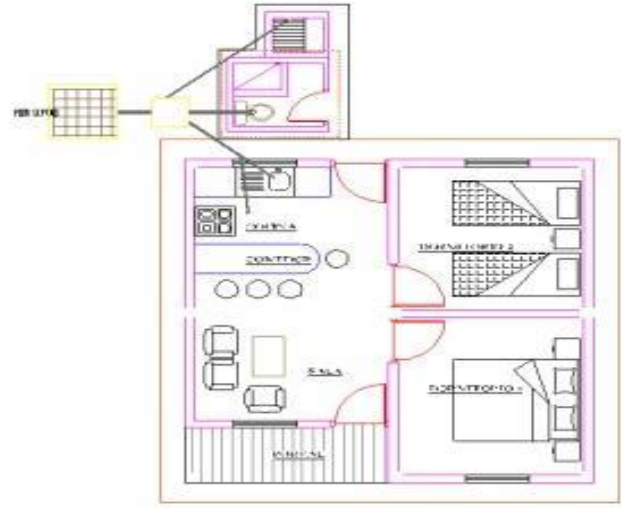
4.2.1. Planos de la vivienda y de la urbanización



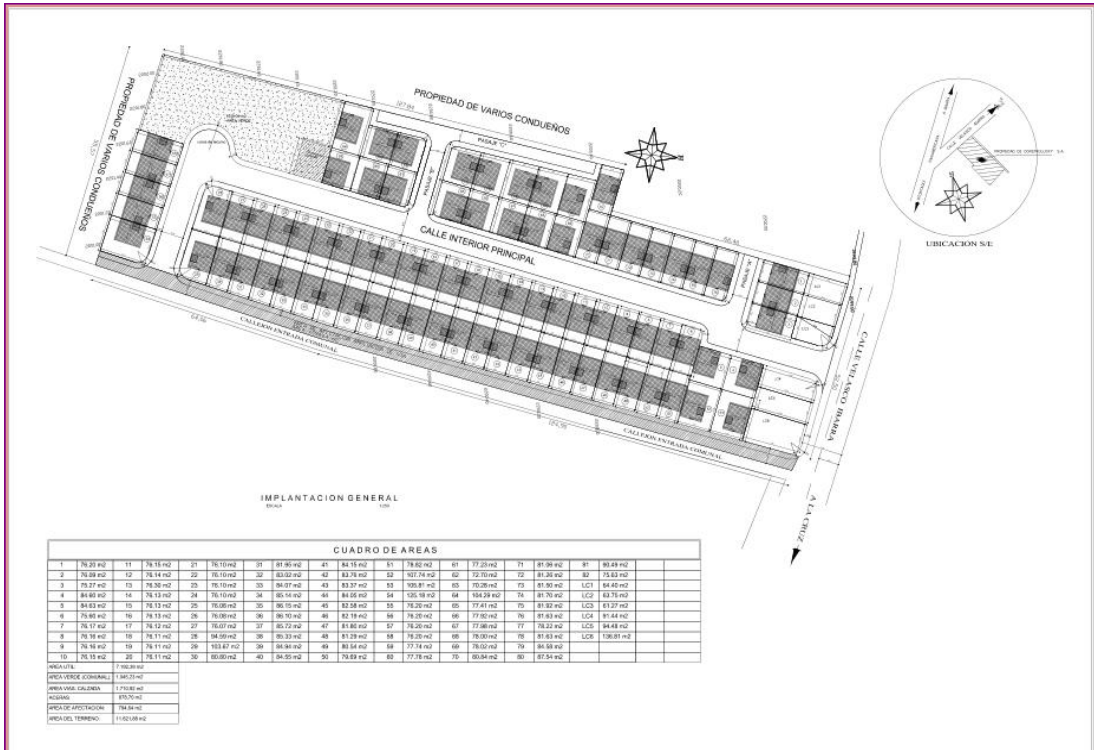
Elaborado: Arq. Pablo Guerra



Elaborado: Arq. Pablo Guerra



IMPLANTACION GENERAL



Elaborado: Arq. Pablo Guerra

El terreno el cual se construirá el complejo habitacional tiene capacidad para la construcción de 50 casas de 50 m², con una extensión de 60m² por cada lote, en el complejo habitacional consta espacios verdes y de recreación para los habitantes de este complejo.

En la primera etapa se construirá 10 viviendas, las cuales servirán como modelo para los posibles clientes, en este sistema habitacional al costo de la vivienda se le recargara el costo del lote.

También hay que aclarar que nuestro programa tiene la capacidad para construir en lotes de propiedad de los consumidores, como lo hace el MIDUVI.

ILUSTRACIÓN No11

PLANO DE PREDIO EN MENCIÓN PARA CONSTRUCCIONES



Elaborado por: El Autor

4.2.2. Capacidad de construcción

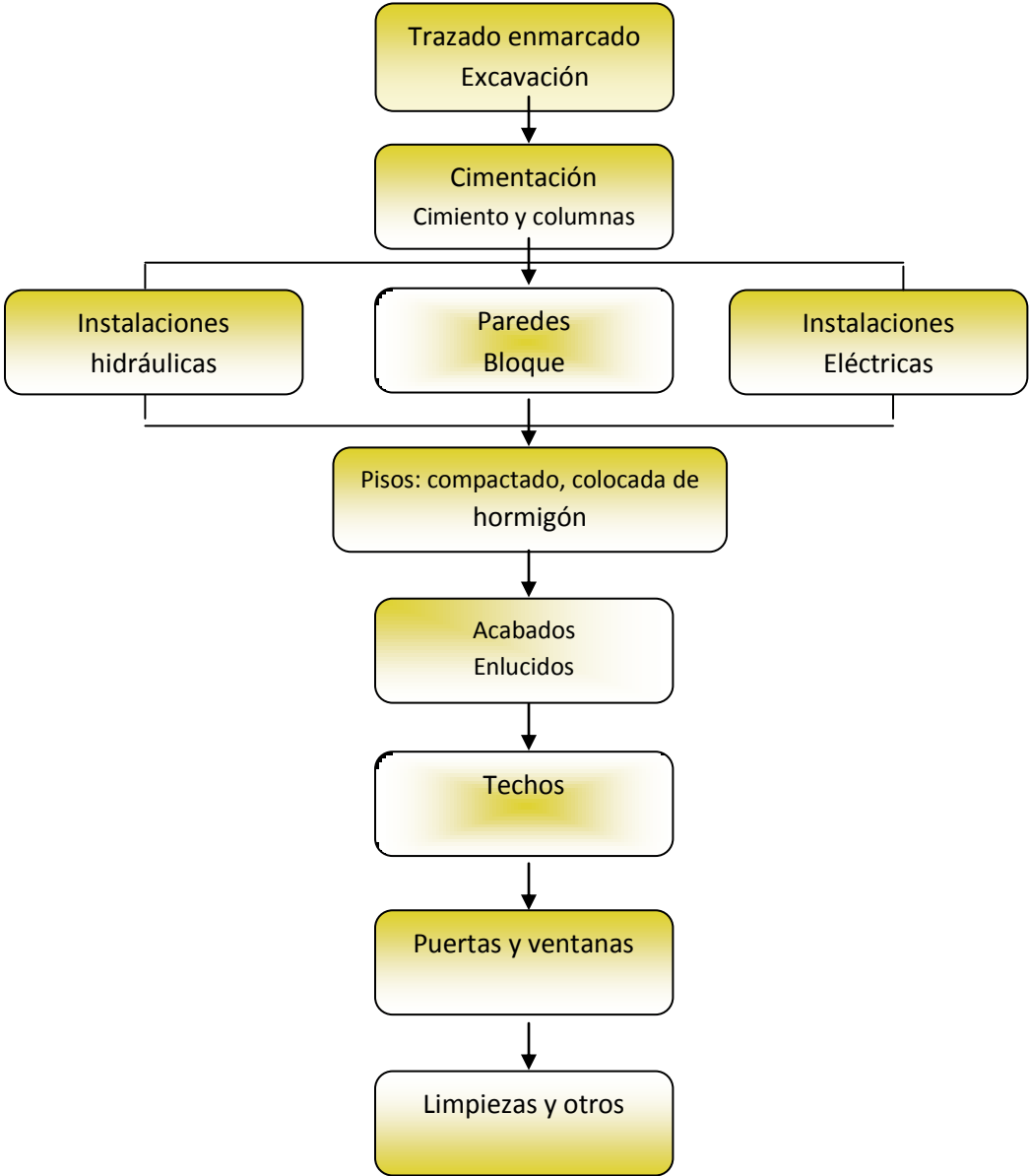
Existen dos factores primordiales para la correcta determinación de la capacidad productiva que tendrá la empresa:

1. Suministro de materiales y pago de mano de obra. Esto implica que se deberá tener el suficiente flujo de efectivo para poder tener al personal pagado al día y que existan todos los materiales en el sitio para no ocasionar atrasos en las actividades necesarias para la construcción de cada vivienda.
2. Es la cercana supervisión de parte de los ingenieros de campo para medir el avance de la obra y así poder finalizar la construcción de cada unidad en un periodo no mayor a las 6 semanas.

4.2.3. Proceso de construcción

A diferencia de la producción de bienes que se pueden transportar hacia el consumidor final por medio de la cadena de distribución, el rubro vivienda funciona de manera inversa, en donde el consumidor o comprador va hacia el producto para decidir su obtención.

4.3. FLUJO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA VIVIENDA BÁSICA



Elaborado por: El Autor

4.4. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (POR VIVIENDA)

Especificaciones de construcción

ÁREA DE EDIFICACIÓN	VIVIENDA MAS BAÑO Y LAVANDERÍA	50 M2	
Contra piso	H°S° f'c= 180 Kg/cm ² e= 7.00 cm	Vivienda	6.90 x 7.00 m
		Baño exterior	2.05 x 1.70 m
Pisos	Cerámica nacional	Vivienda	6.50 x 6.80 m
		Baño exterior	1.30 x 1.40 m
Paredes de baño y mesón	Cerámica nacional		
Puertas exteriores	Metálicas incluyen cerradura N° 50		
Puertas interiores	Papeladas MDF no incluye cerradura		
Ventanas	Metálicas con protección + vidrio 3 mm		
Paredes	Exteriores	Panel con 1 malla	
	Interiores	Panel simple	
Empastado	Paredes de vivienda y baño	Exterior e interior	
Pintura	Látex	Exterior e interior	
Cielo raso	En vivienda	Estuco de yeso	
Cubierta	Fibro cemento sobre estar. metálica		
Instalaciones eléctricas	Vivienda y baño		
Instalaciones de A. potable	Cocina y baño	PVC roscadle	
Instalaciones sanitarias	Cocina y baño	PVC	
Barrederas	Vivienda	MDF lacadas	
Fosa séptica	Pared revestida con ladrillo	Tapa alivianada	
Riostras verticales	H°S° 210 Kg/cm ² incluye acero y encof.		
Acero de refuerzo	f'y= 4200 Kg/cm ²	Riostras y plintos	

Elaborado: Arq. Pablo Guerra

Año: 2013

Todos los materiales necesarios para la construcción del proyecto están disponibles en el mercado local. Ante tal situación, lo que más se utilizara se enumera en la lista a continuación con su respectivo precio (precios referenciados a junio de 2013).

4.4.1. Materiales

PRESUPUESTO DE VIVIENDA RURAL

N° RU- BRO	DESCRIPCIÓN	UNI- DAD	CANTIDAD	V/ UNIT(USD)	V/ TOTAL(USD)
	Obras preliminares				
1	Replanteo y nivelación	m ³	48.5	0.43	20.86
	Movimiento de tierras				-
2	Excavación en tierra a mano	m ³	3.15	6.89	21.70
3	Relleno compactado	m ³	1.32	8.39	11.07
	Hormigones y estructura				-
4	Acero de refuerzo f'y= 4200 Kg/cm ²	Kg	32.33	1.55	50.11
5	Contra piso H°S°f'c=180 Kg/cm ² e= 7 cm	m ³	3.16	44.02	139.10
6	Estructura metálica en cubierta	Kg	187.34	1.03	192.96
7	Riostra vert. H°S° 210 Kg/cm ² incluye acero y encofrado	M	27	5.26	142.02
8	Loseta alivianada fosa séptica 1.20 x 1.20 m	U	1	37.06	37.06
9	Malla electro soldada 150 x 150 x 5.5 mm	m ²	46.22	2.21	102.15
	Tabiquería y elementos complementarios				-
10	Aplicado de pared alivianado e= 2 cm	m ²	0.275	13.93	3.83
11	Panel termo acústico 1 malla 4.5 mm	m ²	36.1	11.19	403.96

12	Panel termo acústico simple	m ²	31.5	9.94	313.11
13	Tabique de base para mesón de cocina	U	3	11.1	33.30
14	Mesón prefabricado de cocina (alivianado)	M	4.3	15.44	66.39
15	Pared de ladrillo espaciado en fosa	m ²	6	7.84	47.04
	Herrería y carpintería				-
16	Cerradura pomo – pomo	U	3	8.8	26.40
17	Puerta metálica principal y posterior	m ²	3.6	52.45	188.82
18	Puerta interior panela da MDF baño	U	1	49.42	49.42
19	Puerta interior panela da MDF no inc. chapa	U	2	50.93	101.86
20	Ventana de hierro y vidrio 3 mm + prot. met.	m ²	4	48.26	193.04
	Instalaciones sanitarias				-
21	Caja revisión prefabricada 40 x 40 x 3 cm	U	0.275	13.93	3.83
22	Ducha económica incluye grifería	U	1	10.8	10.80
23	Fregadero económico de cocina	U	1	25.66	25.66
24	Juego de baño económico inc. grifería	U	1	52	52.00
25	Punto de agua potable económico TR 1/2"	pto	4	7.8	31.20
26	Punto de desagüe	pto	5	5.5	27.50
27	Llave de paso 1/2"	U	2	7.49	14.98
28	Rejilla de piso	U	2	1.76	3.52
29	Tubería de desagüe PVC d= 75 mm	M	3	2.07	6.21
30	Tubería de desagüe PVC d= 110	M	7.5	4.75	35.63

	mm				
31	Tubería roscable 1/2"	M	3	2.01	6.03
32	Lavandería prefabricada de 0.50 x 0.70	U	1	42.42	42.42
	Instalaciones eléctricas				-
33	Punto económico de luz	pto	14	3.85	53.90
34	Punto económico de poder polarizado	pto	5	2.8	14.00
35	Relleno compactado	m ³	1.32	8.39	11.07
	Revestimientos y acabados				-
36	Cerámica nacional en mesón	m ²	3.57	10.5	37.49
37	Cerámica nacional en pared	m ²	7.05	8.8	62.04
38	Cerámica nacional en piso	m ²	57	8.8	501.60
39	Emporado y empastado de pared	m ²	145.52	1.57	228.47
40	Pintura látex popular de paredes	m ²	145.52	1.16	168.80
41	Barredera de madera aglomerada	M	36	2.93	105.48
	Cubierta y cielo raso				-
42	Planchas de fibro cemento en cubierta	m ²	53.13	8.36	444.17
43	Cielo raso de estuco de yeso	m ²	35.09	8.44	296.16
	Total en dólares americanos				4,327.16
	Total para 10 casas				43,271.58

Fuente:Miduvi

Año: 2013

Los valores obtenidos se refieren a costos directos e indirectos que se manejan en la construcción en la provincia de Imbabura - Ecuador, este presupuesto se han determinado con un Salario Mínimo Vital de \$ 318.00 más beneficios de Ley vigentes en el Ecuador desde enero de 2013.

Es necesario aclarar que a este valor se le deberá considerarse la utilidad, que para este proyecto es de un 16%, que nos permitirá tener un valor manejable para el costo final del producto.

4.4.2. Cronograma de ejecución del proyecto

CUADRO No 22
Cronograma tipo para construcción de una vivienda

No	Nombre Tarea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	
		D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	
1	Casa 1	[Barra de progreso completa]					
2	Preliminares	[Barra de progreso completa]					
3	Trazo y marcado	[Barra de progreso]					
4	Excavación	[Barra de progreso]					
5	Acarreo material	[Barra de progreso]					
6	Cimentación	[Barra de progreso completa]					
7	Zapata corrida de 0.20 X 0.40		[Barra de progreso]				
8	Sobre cimiento de bloque		[Barra de progreso]				
9	Paredes	[Barra de progreso completa]					
10	Paredes bloque 20x15x40		[Barra de progreso]				
11	Paredes bloque 20x10x40		[Barra de progreso]				
12	Solera de cierre de 10x15cm		[Barra de progreso]				
13	Tapa luz de hormigón 150kg/cm ²		[Barra de progreso]				
14	Pisos	[Barra de progreso completa]					
15	Relleno y compactado		[Barra de progreso]				
16	Piso concreto reforzado e=0.08m		[Barra de progreso]				
17	Acabados(repello y afinado de pilastras)	[Barra de progreso completa]					
18	Techos	[Barra de progreso completa]					
19	Techos y canaletas 2x4			[Barra de progreso]			
20	Inst. hidráulicas y sanitarias	[Barra de progreso completa]					
21	Tuberías		[Barra de progreso]				
22	Muebles y accesorios			[Barra de progreso]			
23	Inst. eléctricas	[Barra de progreso completa]					
24	Puertas y ventanas	[Barra de progreso completa]					
25	Suministros puertas			[Barra de progreso]			
26	Suministros ventanas			[Barra de progreso]			
27	Limpiezas y otros	[Barra de progreso completa]					

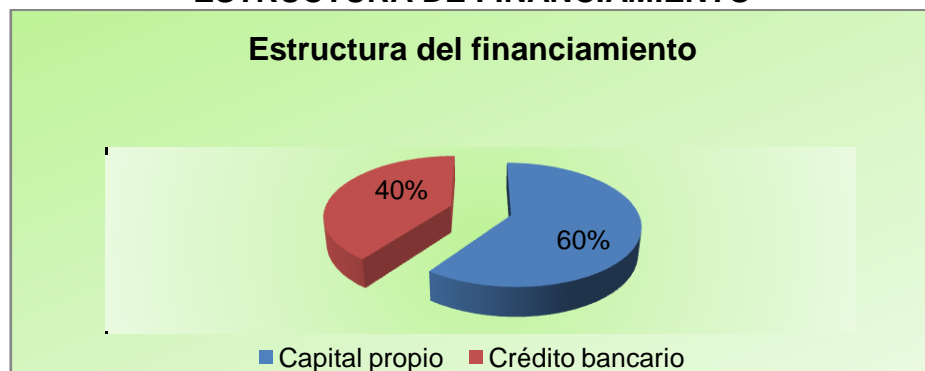
Elaborado por: El Autor

4.5. FINANCIAMIENTO

4.5.1. Estructura de financiamiento

Como se indica el capital financiado será obtenido del crédito solicitado a la Banco del pacifico en un 40%, que equivalentes a 37.859.88, dólares americanos con una tasa de interés del 12 % anual a cinco años plazo.

GRÁFICO No 11
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

4.6. TALENTO HUMANO REQUERIDO

4.6.1. Requerimiento de mano de obra

Se debe buscar optimizar la mano de obra que se requerirá para evitar problemas, y no se logren cumplir las labores por falta de la misma. Para lo cual, se planificó la construcción de 10 casas en 45 días, la mayor parte de la fuerza laboral será contratada por día, con la supervisión eficiente de los maestros de obra y la coordinación efectiva para suplir los materiales a tiempo por parte del ingeniero del proyecto.

Todo el personal administrativo tendrá que estar enterado de los objetivos que se buscan para evitar atrasos y trámites complejos que solo afectaran las finanzas del proyecto.

Considerando esto se necesitara en planta el siguiente personal operativo (precios de mano de obra referenciados):

CUADRO No 23
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA VIVIENDA RURAL

Detalle	Unidad	Días	V//diario	Cantidad	TOTAL
Albañil	Jornada	45	16	5	3,600.00
Peón	Jornada	45	12	5	2,700.00
Armador de hierro	Jornada	7	16	3	336.00
Ayudante de armador	Jornada	7	12	3	252.00
Electricista	Jornada	4	16	5	320.00
Carpintero de obra falsa	Jornada	8	16	3	384.00
Ayudante de electricista	Jornada	4	12	3	144.00
Fontanero	Jornada	5	16	3	240.00
Ayudante de fontanero	Jornada	5	12	3	180.00
Ayudante de carpintero	Jornada	7	12	2	168.00
Capataz	Jornada	45	16	1	720.00
Soldador	Jornada	5	16	3	240.00
Ayudante de soldador	Jornada	5	12	2	120.00
Vidriero	Jornada	3	16	2	96.00
Pintor	Jornada	3	16	3	144.00
Ayudante de vidriero	Jornada	3	12	1	36.00
Ayudante de pintor	Jornada	3	12	2	72.00
Ingeniero	Jornada	10	20	1	200.00
Total para 10 casas					9,952.00

Elaborado por: El Autor

CUADRO No 24

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA VIVIENDA RURAL

DETALLE	UNIDAD	DÍAS	V//DIARIO	CANTIDAD	TOTAL
Administrador	Jornada	45	16.67	1	750.15
Contador	Jornada	45	15.00	1	675.00
Auxiliar administrativa	Jornada	45	11.67	1	525.15
Total					1,950.30

Elaborado por: El Autor

CUADRO No 25

PRESUPUESTO DE EQUIPO Y MUEBLES DE OFICINA

EQUIPO OFICINA			MUEBLES DE OFICINA	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V//UNITARIO(USD)	CANTIDAD	V//UNITARIO(USD)
Computador	2	850.00		
Teléfono	1	45.00		
Escritorios			3	120.00
Sillas			6	25.00
Mesa			1	80.00
Archivadores			1	25.00

Elaborado por:El Autor

4.7. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño es la magnitud de la propuesta del proyecto, sus alcances, objetivos, metas y estrategias, esta vienen a definir las operaciones y las relaciones con los diferentes componentes, ya sean estos consumidores o clientes, proveedores o a su vez la competencia.

La inmobiliaria García, cuenta con el terreno en el cual se construirá 10 viviendas, en el cual funcionara el proyecto; Aquí se construirá y se ensamblara las viviendas. La inmobiliaria García posee un total de 4 terrenos en diferentes sectores, ya que se utilizara el método de producción movilista, que significa que se puede trasladar las construcciones a otros lugares, para de esta manera aprovechar las condiciones geográficas del cada sector, evitando la aglomeración de los bienes prefabricados a más de servirnos como marketing.

Vista la gran acogida que tienen los bienes prefabricados, la Inmobiliaria García, en un futuro incrementara su número de construcciones 30 viviendas y además promocionara masivamente los bienes construidos para que sean mayormente conocidos, ya que se trabajará bajo pedidos, debido a su costo mínimo.

4.7.1. Factores determinantes del tamaño

Existen innumerables variables que vienen a relacionarse de forma directa o indirecta en la investigación del presente estudio de factibilidad. Analizaremos cada uno de ellos de tal forma que nos permitirá tener una idea clara del desarrollo del mismo, la investigación lo haremos lo referente a estos aspectos como:

- Ubicación
- Área
- Proyecto arquitectónico
- Materia prima
- Recursos humanos
- Recursos financieros

4.8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Para que la empresa a implantar funcione de una manera adecuada se considera necesario realizar lo siguiente:

- a) Revisar periódicamente el proceso de construcción, para contrarrestar el tiempo ocioso de las obras.
- b) Registrar y observar las transiciones de las construcciones, para tomar decisiones en cuanto a traslados de los materiales y construcción de las viviendas.
- c) Capacitación permanente al personal de trabajo y a los beneficiarios de las viviendas para su mantenimiento.
- d) Las recolecciones de los posibles desperdicios se hagan en forma permanente y acorde a las normas ambientales de construcción en el cantón.

CAPÍTULO V

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El presente análisis financiero busca establecer y cuantificar el o los montos necesarios de la inversión para el presente proyecto de factibilidad, el costo total operación e indicadores que servirán de base para la evaluación financiera del proyecto.

El análisis financiero es una síntesis cuantitativa que nos permite tener un margen razonable de seguridad, de que la inversión o la ejecución del proyecto son realizables, así como la capacidad de pago de la empresa.

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para evaluar el proyecto, para determinar su rentabilidad.

5.2. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en: Activos fijos y Capital de trabajo.

El presupuesto de inversión nos es más que la información detallada de los requerimientos de la inversión en activos.

5.2.1. Activos fijos

Los activos fijos son todos los bienes tangibles e intangibles de propiedad de la empresa, tales como terrenos edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, herramientas y otros, necesita para iniciar sus operaciones:

CUADRO No 26
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

No	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Terreno	35,000.00
2	Equipo de oficina	45.00
3	Equipo de computación	1,700.00
4	Muebles y enseres	715.00
	Total activos tangibles	37,460.00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

CUADRO No 27
DEPRECIACIÓN PROYECTADA PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Activos fijos	Valor	Vida útil	Dep anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de computación								
Computadoras	1,100.00	3 años	366.67	366.67	366.67	366.67	366.67	364.67
Impresoras	600.00	3 años	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	198.00
Muebles y enseres de oficina								
Escritorio de oficina	240.00	10 años	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00	24.00
Sillas para la oficina	150.00	10 años	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00
Mesa	80.00	10 años	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Archivadores	25.00	10 años	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50	2.50
Teléfono	45.00	10 años	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50	4.50
Reinversión equipo computación	1,300.00						1,300.00	
Total Depreciación	3,540.00		620.67	620.67	616.67	620.67	620.67	620.67

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

5.2.2. Activo fijos intangibles

Es la inversión realizada para legalizar la creación de la empresa y esta pueda laborar de forma legal, estos gastos son susceptibles de amortización.

CUADRO No 28
GASTOS DE CONSTITUCIÓN PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	Valor	Vida útil	Cuota Amortiz.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Saldo libros
Gastos de constitución	800.00	5 años	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	-
Total activos intangibles	800.00		160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	-

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por:El Autor

5.2.3. Capital de trabajo

Es el costo que permite poner en marcha el proyecto, es decir es aquella inversión económica que permitirá producir al inicio de las operaciones; en caso específico corresponde a materiales de construcción, mano de obra directa, mano de obra indirecta, gastos administrativos, de venta, financieros, y de seguros, los cuales se desglosa en activos tangibles, intangibles y capital de trabajo respectivamente.

CUADRO No 29
CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	V//CASA(USD)	V/10 CASAS(USD)
Materiales de construcción	4386.69	43,271.58
Gastos administrativos	195.03	1,950.30
Salarios operativos	995.20	9,952.00
Gastos financieros	34.08	340.83
Gasto Servicios básicos	37.50	375.00
Otros gastos	50.00	500.00
Total capital de trabajo	5,638.97	56,389.71

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por:El Autor

El material de construcción está presupuestado para la construcción de 10 viviendas, en un periodo de 45 días.

CUADRO No 30
MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	V/ TOTAL(USD)
Obras preliminares	717.03
Tabiquería y elementos complementarios	867.63
Herrería y carpintería	559.54
Instalaciones sanitarias	259.78
Instalaciones eléctricas	78.97
Revestimientos y acabados	1,103.87
Cubierta y cielo raso	740.33
Total en dólares americanos	4,327.15
Total para 10 casas	43,271.50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

En el cuadro podemos observar los valores que corresponden a la construcción de unidades habitacionales, que corresponde a la primera fase del proyecto.

CUADRO No 31
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	VALOR(USD)
Ingeniero	200.00
Albañil	3,600.00
Peón	2,700.00
Capataz	720.00
Total Costó/ 10 casas	7,220.00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

**CUADRO No 32
MANO DE OBRA INDIRECTA**

DETALLE	TOTAL(USD)
Armador de hierro	336.00
Ayudante de armador	252.00
Electricista	320.00
Carpintero de obra falsa	384.00
Ayudante de electricista	144.00
Fontanero	240.00
Ayudante de fontanero	180.00
Ayudante de carpintero	168.00
Soldador	240.00
Ayudante de soldador	120.00
Vidriero	96.00
Pintor	144.00
Ayudante de vidriero	36.00
Ayudante de pintor	72.00
Total para 10 casas	2,732.00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

**CUADRO No 33
GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	V//MES	DÍAS	V/DÍA	CANT.	V/ TOTAL(USD)
Administrador	500	45	16.67	1	750.15
Contador	450	45	15.00	1	675.00
Auxiliar administrativa	350	45	11.67	1	525.15
Gasto Servicios básicos					375.00
Otros gastos					500.00
Total					2,825.30

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

En este cuadro podemos observar los valores correspondientes a los gastos administrativos para la primera fase del proyecto.

CUADRO No 34
CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	VALOR(USD)
ACTIVO TANGIBLES	
Terreno	35,000.00
Equipo de Computación	1,700.00
Muebles y Enseres	715.00
Equipo de oficina	45.00
Total Activos Fijos Tangibles	37,460.00
Activos Fijos Intangibles	
Gastos de Constitución	800.00
Total Activos Fijos Intangibles	800.00
Capital de trabajo	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Materiales directos	43,271.58
Mano de obra directa	7,220.00
Gastos de Fabricación	
Mano de obra indirecta	2,732.00
GASTOS	
Gastos administrativos	1,950.30
Servicios basicos	375.00
Gastos financieros	340.83
Otros gastos	500.00
Total Capital de Trabajo	56,389.71
TOTAL DE INVERSIONES	94,649.71

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

En este cuadro observamos la inversión del proyecto para su inicio, tomando en consideración que la inversión del terreno es para un proyecto de 50 casas que tiene como expectativa la empresa construir al año.

5.3. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

En este presupuesto realizamos la previsión de gastos e ingresos para un determinado periodo de tiempo, por lo general un año. Este presupuesto o documento nos permite establecer prioridades y realizar evaluaciones de la consecución de los objetivos.

CUADRO No 35
PRESUPUESTO OPERACIONAL

DETALLE	VALOR (USD)
Activos fijos tangibles	37,460.00
Activos fijos intangibles	800.00
capital de trabajo	56,389.71
Total inversión	94,649.71

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para este proyecto y con base a la escala técnica y por cálculos de rotación de capital se provee la construir diez casas en su inicio o la primera etapa, con la finalidad de rotar el capital de inversión y evitar los mayores costos financieros, a continuación se da valores de precios e ingresos, tomando como referencia el costo de una vivienda.

CUADRO No 36
PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	VALOR(USD)
Mano de obra directa	7,220.00
Mano de obra indirecta	2,732.00
Materiales directos	43,271.58
Terreno	7,000.00
Gasto administración	1,950.00
Gastos financieros	340.83
Servicios básicos	375.00
Otros gastos	500.00
Total	63,048.58
Costo por casa	6,304.86
Valor m2 de construcción	126.10
Utilidad estimada 16% en m2	20.89
Precio por casa	7,313.80

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

En este cuadro podemos observar los costos estimados de la vivienda a la empresa, como el valor para venta al público, teniendo un margen razonable de rentabilidad, por ser un proyecto de carácter social.

El costo de la vivienda es el de un complejo habitacional en el cual se incluye el costo del terreno.

Con el precio de venta calculado, se puede realizar el presupuesto de ingresos para el proyecto a un horizonte de cinco años, según se refiere en el cuadro siguiente.

CUADRO No 37
PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES

Años	No casas	Valor Unitario(USD)	Valor total(USD)
2012	50	7,313.80	365,690.00
2013	50	7,593.19	379,659.36
2014	50	7,883.25	394,162.35
2015	50	8,184.39	409,219.35
2016	50	8,497.03	424,851.53
2017	50	8,821.62	441,080.85

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

Para cubrir la demanda insatisfecha de viviendas del cantón Cotacachi, se llevará a cabo un proyecto por año, esto es 50 casas, que cubrirá el 1.01% de la demanda actual que es de 4,942.91 unidades de habitacionales.

5.5. PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presupuesto de egresos operacionales se encuentra detallados los costos y gastos en que incurre la empresa para operar, los costos totales se dividen en dos grandes grupos, los costos de producción y los gastos operacionales, dentro de los costos de producción más significativos se encuentran las materias primas, que representan un papel fundamental en ejecución del proyecto.

Como observar en el siguiente cuadro:

CUADRO No 38
PRESUPUESTO DE EGRESOS

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Terreno	35,000.00	36,337.00	37,725.07	39,166.17	40,662.32	42,215.62
Costo de producción						
Materiales directos	216,357.90	224,622.77	233,203.36	242,111.73	251,360.40	260,962.37
Mano de obra directa	35,100.00	36,440.82	37,832.86	39,278.07	40,778.50	42,336.24
Gastos de Fabricación						
Mano de obra indirecta	13,660.00	15,220.01	15,801.42	16,405.03	17,031.70	17,682.31
Gastos						
Gastos administrativos	9,750.00	10,122.45	10,509.13	10,910.58	11,327.36	11,760.07
Servicios básicos	1,704.15	1,769.25	1,836.83	1,907.00	1,979.85	2,055.48
Gastos financieros	340.83	273.90	206.36	138.20	69.20	00
Otros gastos	2,500.00	2,595.50	2,694.65	2,797.58	2,904.45	3,015.40
TOTAL	315.412.88	327.381.70	339.809.68	352.714.37	366.114.00	380.027.48

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

Analizando los ingresos menos los egresos podemos ver los beneficios de la microempresa, como podemos observar en el siguiente cuadro.

CUADRO No 39
PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	365,690.00	379,659.36	394,162.35	409,219.35	424,851.53	441,080.85
EGRESOS	-	-	-	-	-	-
	314,412.88	327,381.70	339,809.68	352,714.37	366,114.00	380,027.48
Utilidad antes impuestos	50,277.12	52,277.66	54,352.67	56,504.98	58,737.53	61,053.37

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

5.6. ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

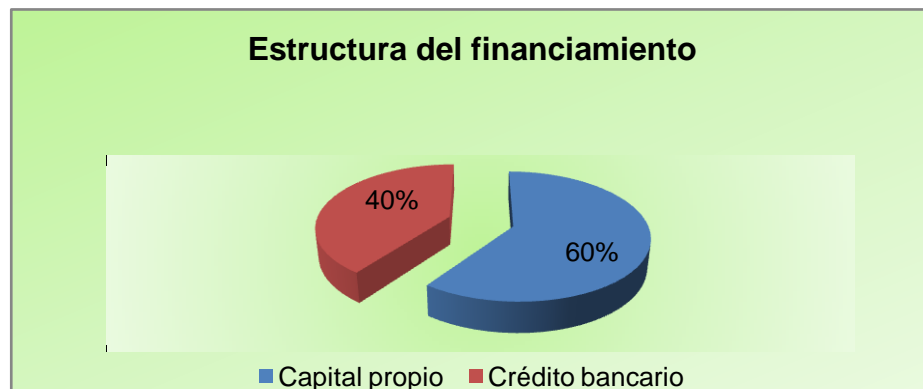
El propósito principal de este estado de origen es estimar la naturaleza y el manejo de fondos a largo plazo.

El gerente o administrador debe tener conocimiento, para planificar mejor los requerimientos de la empresa para aprovechar las oportunidades de apalancamiento de la organización y disfrutar del éxito en el futuro.

La inversión inicial del presente proyecto es de 94,649.71 dólares americanos, de los cuales la empresa cuenta con capital del 60% (56.789.83), por lo cual la empresa necesita un financiamiento del 40% (37.859.88), restante.

Encontrando en el Banco del Pacífico la mejor tasa de interés como las mejores condiciones para obtener un crédito, el mismo que nos restó a una tasa del 12%.

GRÁFICO No 12
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Como se indicó anteriormente el capital financiado será obtenido del crédito solicitado a la Banco del pacifico en un 40%, que equivalentes a 37.859.88,

dólares americanos con una tasa de interés del 12 % anual a cinco años plazo.

CUADRO No40

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Monto del crédito:	\$37,181.51	# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
Tasa de interés (anual):	12%	1 año	340.83	7,301.21	29,880.30
Número de pagos (anual):	5	2 año	273.90	7,368.14	22,512.15
Pago (anual):	\$7,642.04	3 año	206.36	7,435.68	15,076.47
		4 año	138.20	7,503.84	7,572.63
		5 año	69.42	7,572.63	0.00

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

5.6.1. Punto de equilibrio

Este análisis financiero denominado equilibrio es el volumen de ventas necesario para que los ingresos totales y los costos totales sean iguales; se puede expresar en unidades o en dólares derivados de las ventas.

Cuando una empresa supera el punto de equilibrio comenzará a tener utilidades y si está bajo éste, tendrá pérdidas.

El punto de equilibrio para este proyecto se estimó de dos formas; el punto de equilibrio en unidades y el punto de equilibrio en ventas. Para determinar el punto de equilibrio se clasificó los Costos en Fijos y Variables, de acuerdo al detalle que se presenta en el siguiente cuadro.

CUADRO No 41
PUNTO DE EQUILIBRIO COSTOS

DESCRIPCIÓN	TOTAL(USD)	FIJO(USD)	VARIABLE(USD)
Terreno	35,000.00	35,000.00	
Costo de producción			
Materiales directos	216,357.90	216,357.90	
Mano de obra directa	35,100.00		35,100.00
Gastos de Fabricación			
Mano de obra indirecta	13,660.00		13,660.00
Gastos			
Gastos administrativos	9,750.00	9,750.00	
Servicios básicos	1,704.15		1,704.15
Gastos financieros	340.83		340.83
Otros gastos	2,500.00		2,500.00
TOTAL	314,412.88	261,107.90	53,304.98

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

CUADRO No 42
RESUMEN PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS PUNTO DE EQUILIBRIO	VALORES(USD)
Ingresos	365,690.00
Costos fijos	261,107.90
Costos variables	53,304.98
Precio unitario	7,313.80
Costo variable unitario	6,527.36

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Con los datos presentados se procede a calcular el punto de equilibrio en unidades, aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo}}{\frac{\text{Costo variable}}{\text{ingresos}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{261,107.90}{1 - \frac{54,304.98}{365,690.00}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 261,106.35$$

El cálculo del punto de equilibrio nos indica debemos tener ingresos 261.106.35, por año para alcanzar el punto de equilibrio, lo que representa un 71.40 % para cubrir la inversión, el porcentaje restante sería la rentabilidad que la empresa tendría.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo}(u)}{\text{Precio} - \text{costo variable}(u)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{5.22216}{7,313.80 - 6,527.36}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 6.64 \text{ unidades}$$

El cálculo del punto de equilibrio nos indica que debemos construir 6.64, aproximándole 7 viviendas cada 45 días para alcanzar el punto de equilibrio.

5.7. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros proforma tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto, y se preparan a partir de información recopilada en los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto, hasta su operación, además se requieren principalmente, para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico, por lo que, deben contener en forma precisa comprensible la información relevante de la empresa en términos monetarios.

5.7.1. Estado de resultados

El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea este positivo o negativo, porque no siempre toda empresa genera rubros positivos en sus inicios.

Además las operaciones, también nos indica un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio durante un periodo determinados, por lo general se realiza anualmente.

CUADRO No 43
INMOBILIARIA GARCÍA
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO EN DÓLARES
Al 31 de Diciembre del 2012

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	365,690.00	379,659.36	394,162.35	409,219.35	424,851.53	441,080.85
Costos de producción	(266,117.90)	(276,283.60)	(286,837.64)	(297,794.84)	(309,170.60)	(320,980.91)
Costo terreno	(35,000.00)	(36,337.00)	(37,725.07)	(39,166.17)	(40,662.32)	(42,215.62)
Utilidad bruta	64,572.10	67,038.75	69,599.63	72,258.34	75,018.61	77,884.32
Gastos Administrativos	(9,750.00)	(10,122.45)	(10,509.13)	(10,910.58)	(11,327.36)	(11,760.07)
Gasto servicios básicos	(1,704.15)	(1,769.25)	(1,836.83)	(1,907.00)	(1,979.85)	(2,055.48)
Depreciación	(620.67)	(620.67)	(616.67)	(620.67)	(620.67)	(616.67)
Amortización	(160.00)	(160.00)	(160.00)	(160.00)	(160.00)	
Utilidad neta en operaciones	52,337.28	54,366.39	56,477.00	58,660.09	60,930.73	63,452.11
Intereses de crédito financiero	(340.83)	(273.90)	(206.36)	(138.20)	(69.42)	
Utilidad antes de participación	51,996.45	54,092.49	56,270.64	58,521.89	60,861.31	63,452.11
Participación a trabajadores (15%)	(7,795.42)	(8,105.77)	(8,432.20)	(8,774.23)	(9,205.95)	(9,593.97)
Utilidad antes de impuesto a la renta	44,201.03	45,986.72	47,838.44	49,747.66	51,655.36	53,858.14
Impuesto a la renta	(10166.24)	(10,554.59)	(10957.78)	(11,376.37)	(11,810.95)	(12,262.13)
Utilidad neta	34,034.79	35,432.13	36,879.66	38,371.29	39,844.41	41,596.01

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

5.7.2. Estado de situación financiera

INMOBILIARIA GARCÍA
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRES 2012

ACTIVO		PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTES		57,864.49		
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	57,864.49			
		OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	37,859.99	
ACTIVOS NO CORRIENTES		PRESTAMOS A LARGO PLAZO	37,859.88	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		36,785.33		
TERRENO	35,000.00			
EQUIPO DE COMPUTACION	1,700.00	PATRIMONIO NETO	56,789.83	
MUEBLES Y ENCERES	715.00	CAPITAL	56,789.83	
EQUIPO OFICINA	45.00			
(-) DEPRECIACION ACUMULADA PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	(674.67)			
TOTAL ACTIVOS		94,649.82	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO NETO	94,649.82

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

5.7.3. Flujo neto de fondos

El flujo de fondos es el proceso mediante el cual los recursos inicialmente disponibles en forma de liquides retornan a ese mismo estado después de sufrir una serie de transformaciones (inversiones de capital adquisiciones y conversión de insumos en bienes terminados, comercialización de contado o crédito de los mismo y recuperación de cartera.

Para el presente proyecto el flujo de fondos del proyecto, se supondrá que parte de todos los recursos de la inversión serán proporcionados por capital social y se recurrirá a un préstamo financiero para ejecutar la construcción de las viviendas.

CUADRO No 44
FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
INGRESOS	365,690.00	379,659.36	394,162.35	409,219.35	424,851.53	441,080.85
Costos de producción	(266,117.90)	(276,283.60)	(286,837.64)	(297,794.84)	(309,170.60)	(320,980.91)
Costo terreno	(35,000.00)	(36,337.00)	(37,725.07)	(39,166.17)	(40,662.32)	(42,215.62)
Utilidad bruta	64,572.10	67,038.75	69,599.63	72,258.34	75,018.61	77,884.32
Gastos Administrativos	(9,750.00)	(10,122.45)	(10,509.13)	(10,910.58)	(11,327.36)	(11,760.07)
Gasto servicios básicos	(1,704.15)	(1,769.25)	(1,836.83)	(1,907.00)	(1,979.85)	(2,055.48)
Depreciación	(620.67)	(620.67)	(616.67)	(620.67)	(620.67)	(616.67)
Amortización	(160.00)	(160.00)	(160.00)	(160.00)	(160.00)	
Utilidad neta en operaciones	52,337.28	54,366.39	56,477.00	58,660.09	60,930.73	63,452.11
Intereses de crédito financiero	(340.83)	(273.90)	(206.36)	(138.20)	(69.42)	
Utilidad antes de participación	51,996.45	54,092.49	56,270.64	58,521.89	60,861.31	63,452.11
Participación a trabajadores (15%)	(7,795.42)	(8,105.77)	(8,432.20)	(8,774.23)	(9,205.95)	(9,593.97)
Utilidad antes de impuesto a la renta	44,201.03	45,986.72	47,838.44	49,747.66	51,655.36	53,858.14
Impuesto a la renta	(10166.24)	(10,554.59)	(10957.78)	(11,376.37)	(11,810.95)	(12,262.13)
Utilidad neta	34,034.79	35,432.13	36,880.66	38,371.29	39,844.41	41,596.01
Préstamo		37,859.88				
Amortización de la deuda	(7,642.04)	(7,933.97)	(8237.05)	(8551.71)	(8878.39)	
Depreciación	674.67	674.67	674.67	674.67	674.67	674.67
Amortización	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	
Inversión Inicial		56789.826				
Reinversión equipo de computación					(1,300.00)	
FLUJO DE CAJA	94,649.71	27,227.42	28,332.16	29,478.28	30,654.25	42,270.68

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Como se observa el estado de flujo neto de fondos del inversionista, se toma en cuenta el préstamo bancario para cinco años, a este se le resta la amortización del capital.

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se fundamenta en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

5.8.1. Determinación de la tasa de descuento

La tasa de descuento (tasa requerida de rendimiento) es una corriente particular de los ingresos; esta es igual a la tasa de interés libre de riesgo más una prima de riesgo apropiada para el nivel de riesgo anexado a la corriente de ingresos de un proyecto en particular.

Para el caso del presente proyecto, se ha utilizado la siguiente ecuación para su cálculo.

TMAR = Tasa pasiva + Premio al riesgo

Para aplicar esta fórmula se tomó los siguientes datos:

Tasa pasiva: Se toma como referencia el rendimiento que tienen los Bonos del Estado que se estima en un 8% de interés.

Premio al riesgo: Se considera un 4% de riesgo en el precio de los materiales de construcción en el mercado.

TMAR = 8% + 4%

TMAR = 12%

La tasa de descuento sin financiamiento será del 12%.

5.8.2. Tasa de descuento de la inversión

Para la tasa de descuento de la inversión se consideró la tasa activa del banco del Pacífico es del 12%, de donde:

TMAR = 12%

CUADRO No 45
CUADRO DE INDICADORES FINANCIEROS

ORIGEN DE LOS FONDOS	APORTES	CANTIDAD	TMAR	TMAR PONDERADA
Recursos propios	60%	56,789.83	12.5 %	7.5
Crédito	40%	37,859.88	12.0%	5
Total	100%	94,649.71		12.5

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

La TMAR Ponderada para el presente proyecto será de 12,5%.

5.8.3. Evaluación financiera del proyecto

La evaluación financiera de un proyecto es la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene por finalidad escoger la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación desde el punto de vista del proyecto, esto es considerando que el proyecto se financiará parcialmente para su ejecución.

5.8.4. Criterios de evaluación

En el presente proyecto se analizarán los siguientes criterios de evaluación:

- Valor Presente Neto (VPN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Relación Beneficio/Costo (B/C)
- Período de Recuperación

5.8.5. Valor Actual Neto

El Valor Actual de un flujo de efectivo que se recibirá dentro de N años hacia el futuro es la cantidad que, si estuviera a la mano el día de hoy, crecería hasta ser igual a su monto futuro.

- Si el VAN es mayor a cero, se debe aceptar el proyecto.
- Si el VAN es menor a cero, no se debe aceptar el proyecto.

Para el presente proyecto si el VAN es igual a cero, quiere decir que la rentabilidad es igual a la tasa de oportunidad, que para el caso del presente proyecto es de 12.5%.

CUADRO No 46
VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO DE ACTUALIZADO
2012	27,227.42	23,582.84
2013	28,332.16	22,368.77
2014	29,478.28	20,703.54
2015	30,654.25	19,137.30
2016	30,500.64	16,925.69
2017	42,270.68	20,850.87
TOTAL	219,117.71	107,431.71

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

$VAN = \text{Valor Presente} - \text{inversión}$

$Van = 107,431.71 - 94,649.71$

$Van = 12.782.94$

5.8.6. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la rentabilidad que devuelve la inversión en el futuro y permite igualar a la inversión con los flujos futuros. Para que el proyecto sea rentable el TIR tiene que ser superior al costo de capital.

Para su análisis se calcula el VAN con tasa superior e inferior para luego de interpolar.

CUADRO No 47
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo de caja	Flujo de actualizado 12.5%	Flujo de actualizada 36%
2012	27,227.42	23,582.84	17,340.32
2013	28,332.16	22,368.77	12,093.84
2014	29,478.28	20,703.54	8,230.53
2015	30,654.25	19,137.30	5,594.03
2016	30,500.64	16,925.69	3,637.91
2017	42,270.68	20,850.87	3,295.27
TOTAL	219,117.71	107,431.71	50191.90

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Flujos actualizados inferior al 12%	107,431.71
Inversión inicial	-56,789.83
Van positivo	50,641.88
Flujos actualizados superior al 35%	50191.90
Inversión inicial	-94,649.71
Van negativo	-44,457.81
27239.81	25
50191.90	X= 46.06484039
TIR = 46.06 %	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

El TIR calculado es de 46.06 %, mayor a la tasa de redescuento de 12.5% por lo tanto el proyecto es aceptable.

5.8.7. Recuperación de la inversión

En el cuadro siguiente demostramos el tiempo que se necesita para que el proyecto recupere el capital invertido, es decir, mide la rentabilidad en términos de tiempo.

Se analiza utilizando los flujos de caja netos proyectados.

CUADRO No 48
RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN

Años operación	Capital	Flujo de caja	Recuperación Capital	Tiempo
2012	94,649.71	27,227.42	27,227.42	1 año
2013		28,332.16	55,559.58	2 año
2014		29,478.28	85,037.86	3 año
2015		30,654.25	85,037.86	2 meses 6 días
2016		30,500.64		
2017		42,270.68		

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Como podemos observar el tiempo que se necesita para la recuperación del capital invertido es de 3 años 2 meses y 6 días.

5.8.8. Beneficio costo

Refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y costos. El análisis de la relación B/C, implica valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica:

- a. $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, por lo cual el proyecto es aceptable.
- b. $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales a los egresos, por lo tanto el proyecto es indiferente.
- c. $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, lo que nos indica que el proyecto no es aconsejable.

CUADRO No 49
BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRE ACTUALIZ	EGRESOS ACTUAL
2012	365,690.00	314,412.88	325,057.78	280,367.00
2013	379,659.36	327,381.70	299977.77	258,671.96
2014	394,162.35	339,809.68	276,832.82	238,659.20
2015	409,219.35	352,714.37	255,473.63	220,197.84
2016	424,851.53	366,114.00	235,762.42	203,167.26
2017	441,080.85	380,027.48	217,572.03	187,456.23
TOTAL	2,414,663.44	2,081,460.11	1,610,676.45	1,388,519.49

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El Autor

$$\text{Costo beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}} - 1$$

$$\text{Costo beneficio} = \frac{1.610.676,45}{1.388.519,49} - 1$$

$$\text{Costo beneficio} = 0.16$$

De acuerdo al resultado del análisis de los ingresos y egresos deflactados del costo beneficio del proyecto, indica que por cada dólar de gasto realizado, este nos genera 0,16 dólares de ingreso o rentabilidad.

5.8.9. Rentabilidad del proyecto

La rentabilidad del proyecto se mide dividiendo la utilidad estimada, para la inversión total del proyecto.

$$R = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{inversión total}}$$

$$R = \frac{33091.06}{315412.88} = 0.10491347 = 0.10$$

$$R = \frac{35827.52}{327381.70} = 0.109436538 = 0.11$$

$$R = \frac{37270.30}{339809.68} = 0.109679924 = 0.11$$

$$R = \frac{38782.11}{352714.37} = 0.109953303 = 0.11$$

$$R = \frac{42405.33}{366114} = 0.11114101 = 0.11$$

$$R = \frac{40690.28}{380027.48} = 0.111584904 = 0.11$$

CUADRO No 50
ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Año	Índice de rentabilidad
2012	0,11
2013	0,11
2014	0,11
2015	0,11
2016	0,11
2017	0,11

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

Observando el cuadro anterior podemos indicar que los índices de rentabilidad son positivos; por lo tanto el proyecto debería aceptarse.

5.8.10. Resumen de la evaluación financiera

CUADRO No 51
CUADRO RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Indicador	Valor	Conclusión
VALOR ACTUAL NETO	\$ 12.782.94	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	46.06 %,	VIABLE
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	0.16	VIABLE
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	3 años 2 meses y 6 días	VIABLE

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y FUNCIONAL DE EMPRESA

Uno de los factores más importantes en toda organización es el recurso humano que hace parte de ella, su vinculación con los objetivos de la empresa son el éxito de la organización.

Cabe resaltar que toda la organización debe tener claros los objetivos a corto, mediano y largo plazo, además de poseer una estructura organizacional que más se adapte a las necesidades y requerimientos institucionales.

6.1. DENOMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Para la selección del nombre se ha considerado diferentes criterios interno y externo puedan ser identificados con facilidad, y lleguen parte de la imagen del negocio, así como su estructura orgánica, para ello se tomó en cuenta la claridad, sencillez, atractivo y reflejo del nombre para su impacto en el medio comercial.



Elaborado por: El Autor

6.1.2. Importancia

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de tareas que han de desarrollar las personas que conforman la misma, para trabajar juntos de forma óptima, para así alcanzar las metas y objetivos planteados en el funcionamiento de la empresa.

6.1.3. Beneficiarios

En este proyecto de creación de la empresa inmobiliaria, se puede apreciar la existencia de beneficiarios directos como indirectos. Siendo los beneficiarios directos los habitantes del sector, ya que tendrán una fuente de trabajo en el lugar de residencia y los beneficiarios indirectos son todos los bienes de calidad y bajo costo.

6.1.4. Sector económico

La empresa a implantar se ubica en el área urbano-rural, ya que su actividad de este sector se desempeña en el campo de la construcción y la elaboración y comercialización de productos artesanales.

6.1.5. Tipo de empresa

Inmobiliaria "GARCÍA CIA LTDA" empresa de construcción de bienes inmuebles prefabricados a base de hormigón armado. Se define al capital como el monto fijado en la escritura de la construcción de la empresa.

La empresa constructora del proyecto se deberá establecer respetando el ámbito jurídico necesario que cumpla con todos los parámetros legales, que permita su funcionamiento.

Se comprometerá a respetar y cumplir la Constitución vigente de la República del Ecuador, las leyes y reglamentos establecidos para la creación de una

empresa constructora, así como también los estatutos y reglamentos que regirán a la nueva empresa.

Se definirá la constitución de la empresa, esto es se determinará qué tipo de empresa se creará, su razón social, logotipo, slogan, misión, visión, principios, valores y objetivos, bajo los cuales funcionará la nueva constructora y metas propuestas.

6.1.6. Misión

“Constituirse en una empresa eficiente y competitiva dedicada a la construcción y comercialización de viviendas construida con la más alta tecnología, que brinden a los usuarios, la seguridad, comodidad y la satisfacción de vivir en un complejo habitacional, rodeado de la naturaleza precios asequibles”.

6.1.7. Visión

Ser reconocidos como una de la empresa líder en la rama de la construcción de viviendas prefabricadas, en un plazo de 5 años, ocupar un espacio importante en el mercado inmobiliario, mediante un crecimiento sostenible, que nos permita ser parte del mercado de producción y comercialización de viviendas en la provincia de Imbabura.

6.1.8. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

6.1.8.1. Objetivo General

Planificar, diseñar y construir viviendas, con el fin de mejorar las condiciones de vida de las familias que no cuenten con vivienda propia, al ofertar productos alternativos con una ubicación privilegiada y plusvalía garantizada, considerando que este es uno de los mecanismos más importantes para la sustentación del nuevo esquema monetario (dolarización).

6.1.8.2. Objetivos Específicos

- a) Propender al progreso social y económico de todos quienes se involucren directa e indirectamente con la ejecución del proyecto en el diseño, planificación y construcción de viviendas y mini-departamentos.
- b) Fomentar el crecimiento urbanístico, a través de la edificación de nuevas moradas que vayan acorde al crecimiento económico y social de la ciudad.
- c) Promover alianzas estratégicas entre empresas productoras de materiales de construcción y demás empresas que coadyuven al normal desenvolvimiento del negocio.

6.1.9. Políticas

- 1) La Inmobiliaria García brindará atención personalizada a los clientes que permita generar un círculo de confianza.
- 2) La empresa establecerá un vínculo social con la comunidad y el entorno.
- 3) La Inmobiliaria García creará un clima organizacional agradable que permita el desarrollo personal y de la organización.
- 4) La entidad mantendrá programas de capacitaciones para sus colaboradores y la comunidad.

6.1.10. Valores

- 1) Responsabilidad: Es uno de los más importantes para la organización, ya que mediante el cumplimiento de plazos y calidades se ganará la imagen institucional.
- 2) Honestidad: realizar cada una de las actividades dentro de la microempresa con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

- 3) Ética profesional: debe estar reflejada en cada uno de los trabajos a realizarse ya que de eso depende la confiabilidad tanto de los clientes internos como externos.
- 4) Cooperación: es importante la ayuda y compañerismo dentro de la microempresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en equipo.

6.1.11. Principios de la empresa

- a) Compromiso social.- Es la disposición consciente y responsable de la empresa con el sector rural y la sociedad para promover el desarrollo comunitario, humano y material.
- b) Criticidad.- La universidad se constituye en un centro crítico de la sociedad que busca la vigencia de una sociedad justa, libre y solidaria, que permita a los nuevos profesionales alcanzar una vida digna y socialmente comprometida.
- c) Eticidad.- La empresa se guiará por los valores éticos de honestidad, honradez, responsabilidad y justicia. Sus trabajadores se desempeñaran con un sólido Código de Ética profesional y humano.
- d) Aprendizaje.- La entidad es una comunidad de aprendizaje donde todos sus miembros tendrán un permanente deseo de llegar al conocimiento. A través del aprovechamiento de amplias fuentes de información del conocimiento, científico, tecnológico y cultural.
- e) Humanismo.- Contribuye a la construcción de una comunidad más consciente sobre las necesidades más evidentes promocionando el buen vivir.

- f) Ecologismo.- La organización se constituirá como preservadora del medio ambiente y propugnadora del desarrollo a través de nuevas tecnologías.

6.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Para el presente proyecto se diseñó una estructura horizontal básica, tomando en consideración que son sus inicios con el transcurrir se irá agrandando esta estructura, acopla adecuadamente a las condiciones y necesidades de la empresa.

GRÁFICO No 12
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: El Autor

6.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.3.1. ADMINISTRADOR

El administrador es el responsable directo del logro de los objetivos que la organización se ha planteado. Para ello se le brinda de los recursos necesarios, para su buen funcionamiento en el cargo encomendado.

El deberá conducir la labor de la organización en pos de la consecución de los objetivos propuestosy:

- a) Reportara a la Junta de Accionistas todos los por menores que resalten en el cumplimiento del trabajo de la inmobiliaria,
- b) Supervisara sigilosamente el desempeño de la Auxiliar administrativa y Contador a más de los trabajadores en todas las áreas y el avance de la obra en cada una de sus etapas de construcción y cumplir con ciertos requisitos detallados a continuación.

6.3.2. Descripción del puesto

En ámbito a su acción de responsabilidad es el responsable de la coordinación, dirección, organización, control y planificación del curso operacional de la empresa para su correcto desarrollo.

6.3.3. Tareas a desarrollar

- a) Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- b) Controlar todas las posiciones gerenciales.
- c) Formular planes y programas que debe cumplir la empresa.
- d) Dirigir a los subalternos.
- e) Realizar controles periódicos acerca del cumplimiento de los diferentes procesos de construcción y ensamblamientos de las viviendas.

- f) Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo junto con objetivos de la empresa.
- g) Tomar decisiones.

6.3.4. Perfil del puesto

Nivel de Instrucción: Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

Experiencia: mínimo dos años de desempeño del cargo

6.3.5. Habilidades

- a) Habilidad técnica: conocimientos especializados
- b) Capacidad para analizar problemas mediante el uso de herramientas y técnicas de esa especialidad.
- c) Habilidad humanística: capacidad para relacionarse con otras personas y trabajar en grupos hacia el logro de objetivos comunes.
- d) Autoconocimiento conciencia de sus propias actitudes, posiciones y conceptos),
- e) Empatía y habilidades para la comunicación.
- f) Reconocer y valorar la diversidad individual de los miembros de la empresa.
- g) Reconocer los deseos y ofrecer oportunidades para que los trabajadores los satisfagan, generando, paralelamente, beneficio para la organización.
- h) Inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

6.3.6. Responsabilidades y roles del administrador

- a) Roles interpersonales, asociados con la interacción de la empresa.

- b) Autoridad para contratar, adiestrar, motivar y retroalimentar a los trabajadores, además de conciliar las necesidades individuales de sus subordinados con las de la organización.
- c) Establecer contactos al margen de la cadena formal de mando, brindando interacciones con la posibilidad de obtener información útil para la toma de decisiones.
- d) Roles informativos relacionados con la recepción, procesamiento y transmisión de información.
- e) Monitor de la información tanto interna como externa
- f) Roles decisorios, vinculados con la toma de decisiones.
- g) Generar iniciativas para adaptar la organización o unidad que dirige a las cambiantes condiciones del entorno.
- h) Distribuir recursos a los distintos procesos al interior de la organización o unidad.
- i) Atender y negociar situaciones de competencia o conflicto, tanto internamente como con entes externos.

6.4. CONTADOR

El profesional, Contador estará formado con todas las normas de carácter nacional e internacional en prácticas contables sistematizadas al grado de información financiera ampliamente válidos y comprables para: Inversionistas, Gobierno, Agencias Internacionales, Bancos y de cualquier organismo normativo.

Conocimientos en sistemas automatizados no tiene otro enlace que modernizarlo a la aplicación de las redes informáticas en el desempeño de sus funciones profesionales en un mundo cada vez más globalizado, a más de esto deberá:

- a) Reportara el estado financiero de la empresa a través de estados financieros al Administrador de la inmobiliaria sobre el desempeño de los recursos monetarios.
- b) Supervisara toda la documentación necesaria para registrar las transacciones ejercidas en la esencia de la inmobiliaria.

6.4.1. Descripción del puesto

El Contador, deberá implementar y manejar un Sistema de Información Contable, con un enfoque en Ingeniería de Sistemas Administrativo. Contables, actualmente desempeñado el control y el registro para de los movimientos monetarios cronológicamente sintetizando la información para la toma de decisiones.

6.4.2. Tareas a desarrollar

- a) Conoce y maneja la normativa jurídica vigente: Debe participar de los procesos contables ajustándose a las normas legales que debe conocer e interpretar bien. Asimismo, debe participar de la constitución, liquidación, fusión, etc., de la empresa cuando son planteados los acuerdos financieros.
- b) Dirigir grupos de trabajo: El contador debe saber trabajar en equipo, dirigiendo grupos de trabajo para el análisis, proyección y revisión de estados contables y presupuestos. Asimismo, debe saber responder cuando es requerido para trabajar conjuntamente con otras áreas de la empresa (marketing, gerencia, etc.).
- c) Amplios conocimientos de impuestos, contabilidad, auditoría, finanzas, presupuestos. Manejar a la perfección los procesos de contabilidad, auditorías, presupuestos, finanzas, impuestos y más. Del mismo modo,

debe manejar el lenguaje técnico y los símbolos propios de cada uno de ellos.

- d) Sentido de la responsabilidad: Se trata de que tenga la capacidad de gestión suficiente como para encargarle los ingresos y egresos de la empresa. En ese sentido, debe ser una persona con experiencia en el manejo de la contabilidad y finanzas que pueda hacer las cosas bien con tu empresa.

6.4.3. Perfil del puesto

Nivel de Instrucción: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA

Experiencia: mínimo dos años de desempeño del cargo

6.4.4. Habilidades

- a) Las aperturas de los libros de contabilidad.
- b) Establecimiento de sistema de contabilidad.
- c) Estudios de estados financieros y sus análisis.
- d) Certificación de planillas para pago de impuestos.
- e) Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- f) Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones como son:
 - Estado de situación financiera
 - Estado de pérdidas y ganancias
 - Estado de flujo de efectivo
 - Estado de evolución de patrimonio

6.4.5. Responsabilidades

- a) Debe tener una sólida formación académica y profesional.
- b) Debe tener seguridad en el manejo de sistemas de información.
- c) Debe tener capacidad creativa en el campo de las redes informáticas.

- d) Debe tener autoridad para conformar equipos de programadores de sistemas, analista en sistemas de información contable y de otras disciplinas.
- e) Debe tener amplitud de criterio.
- f) Debe tener capacidad para resolver conflictos administrativos y tecnológicos.
- g) Debe ser innovador en las metodologías y técnicas para el diseño de sistemas de información contable.
- h) Debe tener capacidad para decidir.
- i) Debe tener condiciones para trabajar en equipos multidisciplinarios.

6.5. AUXILIAR ADMINISTRATIVA

Podemos decir que se trata de un puesto de oficina, consistente en dar apoyo al resto de la unidad administrativa en la que reportara a través de informes escritos o verbales de los hechos ocurridos en las áreas encargadas al administrador.

- a) Tramitación de expedientes (gasto, contratos, personal, certificados...).
- b) Atención al ciudadano, bien sea presencial o telefónica.
- c) Gestión de archivos y documentación, tanto física como telemática.
Manejo del Word y el Excel.
- d) Grabación y mantenimiento de bases de datos.
- e) Funciones de apoyo al resto de miembros de las unidades administrativas en las que presten servicio.
- f) Otras funciones específicas.

6.6. ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

Inmobiliaria “García”, tendrá que cumplir con los siguientes requisitos legales para su funcionamiento:

6.6.1. Registro Único de Contribuyente (RUC) SRI

- Original y copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Original y copia del certificado de votación del representante legal.
- Informe de donde se encuentra ubicada la empresa, con direcciones actualizadas.
- Planillas de (agua, luz o teléfono)
- Nombre de la empresa y tipo de empresa.

6.6.2. Patente municipal

- Recibo del último pago de impuesto predial de la ubicación de la planta.
- Copia del RUC.
- Documentos del representante legal

6.6.3. Permisos de funcionamiento

- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Permiso Sanitario de funcionamiento.

CAPÍTULO VII

7. PRINCIPALES IMPACTOS

En este capítulo se aprecia y verifican los principales impactos que va a tener el proyecto, los aspectos positivos y negativos, generados en los diferentes ámbitos de las metodologías existentes para realizar el análisis de impacto, y para esta investigación se ha escogido la que más se adapte a la misma.

7.1. MATRIZ DE IMPACTOS

En la presente investigación se utiliza una matriz general para realizar el análisis individual de los impactos. La matriz que utilizamos realiza un análisis de los impactos en base a los indicadores, se ha establecido un rango de nivel de impacto que va desde -3 negativos hasta 3 positivos y con un nivel indiferente de cero.

CUADRO No 52

TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

Valoración	Negativo	Positivo
Alto	-1	
Medio	-2	
Bajo	-3	
Cero	0	
Bajo		1
Medio		2
Alto		3

Elaborado por: El Autor

En el cuadro podemos observar la matriz con los indicadores, su respectiva valoración dependiendo de su nivel. Para el cálculo del nivel de impacto se realizará la siguiente operación:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria total}}{\text{Numero de indicador}}$$

7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1. Impacto socio- cultural

Dentro de este ámbito, el presente proyecto a dado un cambio a muchas afecciones socio-culturales, siendo un generador de empleo como también un medio de modo de vida para muchas familias que habita dentro de la zona de influencia de micro empresarial, conformando un efecto multiplicador en el entorno, representando una serie de aspectos que no deberían dejarse de lado en los procesos de ayuda en el mejoramiento de la calidad de vida de la población ecuatoriana.

**CUADRO No 53
IMPACTO SOCIO-CULTURAL**

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Fuente de empleo							x	
Nivel de vida						x		
Actitud emprendedora							x	
Capacidad organizativa						x		
Total						4	6	10

Elaboradopor:ElAutor

Nivel de impacto = $10 / 4 = 2.5 \approx 3$ Equivalente a un impacto positivo

Análisis

El análisis del impacto nos entrega un resultado que es de “3”, que nos permite evidenciar que la creación de la empresa será positiva para la

comunidad evidenciando que es una gran oportunidad para crecer personal y comunitariamente para el sector y el país.

7.2.2. Impacto económico

La puesta en marcha el presente proyecto ayudara el nivel de ingresos de la población del sector del cantón Cotacachi, en los momentos de crisis del desempleo que vive nuestro país. Quienes se beneficien podrán obtener niveles de rentabilidad sostenible, lo que les permitirá mejorar la economía familiar y disminuirá su nivel de endeudamiento.

CUADRO No 54
IMPACTO ECONÓMICO

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Rentabilidad							x	
Productividad							x	
Ingresos familiares						x		
Nivel de endeudamiento						x		
Credibilidad crediticia							x	
Total						4	9	13

Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = $13 / 5 = 2.6 \approx 3$ Equivalente a un impacto positivo

Análisis

El resultado obtenido refleja un alto positivo, lo que indica que el éxito de una actividad comercial se ve reflejado en el nivel de ingresos de las personas involucradas en esta empresa, por esta razón el trabajo que realicen todos y cada uno de los miembros de la organización debe ser de gran responsabilidad, para producir bienes de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor.

7.2.3. Impacto ambiental

En el proceso de construcción no trae consigo el daño del medio ambiente ya en estos sectores se procederá a la siembra de plantas ornamentales y árboles que vayan acorde con el entorno.

En esta perspectiva podemos señalar que el producto no es nocivo para el medio ambiente ni produce contaminación de ninguna clase para la salud del ser humano ni de la naturaleza.

CUADRO No 55
IMPACTO AMBIENTAL

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Daño del suelo			x					
Productos químicos			x					
Contaminación ambiental					x			
Nivel de endeudamiento			x					
Producción técnica					x			
Total			-3		2			-1

Elaborado por:El Autor

Nivel de impacto = $-3/2 = -1,5 \approx -2$ Equivalente a un medio negativo

Análisis

El resultado indica que está en un nivel medio negativo, lo que significa que mediante un manejo adecuado de los desechos, está en un porcentaje que puede disminuir, puesto que los materiales son reciclables y se los puede utilizar en otras construcciones además que la contaminación ambiental será mínima ya que se utilizara materiales de última tecnología para ubicar a la empresa como icono de la amistad con el medio ambiente.

7.2.4. Impacto general del proyecto

CUADRO No 56
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto social							x	
Impacto económico							x	
Impacto ecológico		x						
Total		-2					6	4

Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = $6/-2 = 3 \approx$ Equivalente a un medio positivo

Análisis

El resultado de este impacto da una minimización al daño causado a la parte ambiental, las expectativas de que el proyecto es bueno y que la ejecución tendrá un tratamiento sustentable y sostenible para la comunidad y al país puesto que se va a manejar maquinaria y materiales de última tecnología para contrarrestar la contaminación a más de generar un desarrollo económico y social al urbanizar un sector destacado por la calidad de su producto y servicio.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- a) El presente estudio presenta una gran aceptación y desarrollo empresarial porque en el sector de creación de este proyecto no presenta competencia alguna por ser un proyecto nuevo en la región.
- b) El servicio de esta empresa es de gran acogida porque promoverá el incremento comercial en el sector de influencia mejorando la plusvalía del proyecto.
- c) La ciudad de Cotacachi no presenta proyectos de viviendas prefabricadas pues los existentes son dirigidos a la población de clase alta y de la construcción tradicional para los sectores económicos medios altos y extranjeros residentes en la ciudad..
- d) La oferta que ofrecerá la empresa cubrirá en mínima parte la gran demanda de vivienda que existe en el cantón y específicamente en la población de clase media y baja económicamente hablando.
- e) La empresa en sus etapas iniciales va a ser organizada con lo básico de una estructura organizacional para minimizar los costos y manejar un recurso humano estrictamente necesario.
- f) El estudio financiero del proyecto determina que éste es aceptable, pues los valores del VAN y la TIR tanto para el proyecto puro como para el inversionista así lo determina, pese a que la ganancia no es muy significativa.

RECOMENDACIONES

- a) Iniciar a la brevedad posible la ejecución del proyecto, para ubicarse como la empresa pionera en este tipo de construcción cubriendo una mínima parte la demanda de vivienda existente dentro del mercado.
- b) Explotar este sistema de construcción en la ciudad de Cotacachi por la rapidez de la construcción y la calidad de la materia prima dando al sector un prestigio habitacional a los futuros clientes y que proporcionará un desarrollo económico, por su ubicación.
- c) Consolidar un perfil publicitario y social en el cantón escogido para el proyecto que motiven el incremento de la demanda de viviendas a construir tanto para el sector económico bajo y para el sector extranjero que visita y radica en el área de influencia.
- d) Buscará nuevas alternativas de construcción para seguir cubriendo la demanda del mercado tanto para el sector económico bajo y medio alto, y alianzas de financiamiento para los posibles clientes que respalden el ingreso la inversión realizada.
- e) Incorporar a la empresa inmobiliaria García el personal más idóneo y específico para iniciar las operaciones de la empresa, efectuando una adecuada organización y estructura jerárquica, facilitando la toma de decisiones.
- f) Establecer de una forma racional los costos de producción y el precio de venta para no amilanar a los posibles clientes y ganar así un posicionamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- REY, José; Contabilidad general: administración y finanzas, Editorial Paraninfo, 2009
- VILAJOSAMA, Crusells Jordi; El Manager Integral Inmobiliario, Editorial Univ. Politéc. de Catalunya, 2009
- FERRÍ, Cortés Jaime; Principios de Construcción, Editorial Club Universitario, 2010
- TAPÍA; Barbado Héctor; Asesoría Jurídica y Practica Notarial, Editorial Lex Nova, 2008.
- MERINO, María Jesús; Pintado Teresa; Introducción a la Investigación de Mercados, Editorial ESIC, 2010.
- LOPÉZ, Pinto Bernardo; Los Pilares del Marketing, Editorial Univ. Politéc. de Catalunya, 2010
- VÉRTICE, Editorial; Aspectos Prácticos de la Calidad en el Servicio, Editorial Vértice, 2008
- CHAIN, SapagNassair; Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación, 2007
- FERRÍ, Cortés Jaime; Apuntes de Iniciación a la Construcción, Editorial Club Universitario, 2008
- ARAMBURU, Nekane, Goya, Rivera, Hernaéz Olga, Editorial Universidad de Deusto, 2008.
- MORA, EnguidanosAracelí; Diccionario de Contabilidad, Auditoría y Control de Gestión, Vol. 3, Editorial ECOBOOK, 2009.
- MONTESINOS, Vicente; Introducción a la Contabilidad Financiera, Editorial Ariel, 2008.
- GARCÍA, Ricardo; Velar Luis A.; Cañuelas, Ángel F; Análisis de los Estados Contables en el Nuevo PGC, 2008, Editorial ESIC, 2009.

- HARVARD, Business Publishing; Entendiendo las Finanzas, Editorial Impact Medio Comercial, 2009.
- BELEY, Scott; 2010. Fundamentos de Administración Financiera, Editorial COSEGRAF, Catorceava Edición; México.
- ZARAGOSA, Martínez Javier, Planes de Obra, Editorial Club Universitario, 2009.
- SASTRE, Castillo Miguel Ángel; Diccionario de Dirección de Empresas y Marketing vol. 8. Editorial ECOOBOOK, 2009.
- AGUÉDA, Talaya Esteban; Principios de Marketing, Editorial ESIC 2008.
- Fernández, Espinoza Saúl; Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera, Editorial Tecnológica de CR, 2010.
- Departamento de Medio Ambiente del Banco Mundial, Libro de Consulta para Evaluación Ambiental (Trabajo Técnico N. 139). Volumen I.
- LLOYD, Dale Jane; Proyectos Políticos, Revueltas Populares y Represión Oficial en México, Editorial Universidad Iberoamericana, 2010.
- Proyecto SALTO/USAID (2005)
- CÓRDOBA, Marcial (2006) pág. No 22.
- FERRER, Jorge (2005) pág. No. 10
- RODRÍGUEZ, Inma (2006) pág. No 110
- Diccionario Contable (2007) pág. No 75
- DÍAZ Mosto Jorge. Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración; Pág. 220
- BERK, Jonathan (2008)
- DUARTE, Javier (2005) pág. No 78
- SORIANO. Bárbara (2006) pág. No 158

LINCOGRAFÍA

- ARISMENDI Fred (<http://www.gerenciacarlos.zoomblog.com>)
- <http://www.definicionabc.com/general/construccion>
- Acosta Jaime A; Análisis e Interpretación de la Información Financiera I;www.gestiopolis.com
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>.
- http://www.es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo.
- http://www.degerencia.com/articulo/estrategia_de_productos.
- <http://www.marketwatch.com.ec/es/inmobiliario.pdf>
- <http://books.google.es/books>.
- <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado>.
- <http://dearkitectura.blogspot.com/2011/02/que-son-los-materiales-para-la.html>
- <http://materialesdeconstruccion-civil42.blogspot.com/2010/05/agregados-materiales-de-construccion.html>
- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4080020/Lecciones/Capitulo%203/MAMPOSTERIA%20ESTRUCTURAL.htm>
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/calidadserviciocliente.html>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSTRUCTORA-INMOBILIARIA CASAS PREFABRICADAS EN LA
CUIDAD DE COTACACHI

ENCUESTA

Encuesta dirigida a posibles consumidores de los bienes prefabricados.

El objetivo de esta encuesta es conocer si la sociedad podría adquirir casas prefabricadas y determinar las condiciones que lo haría.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.
- Marque con una sola "X"; por pregunta; en el paréntesis según corresponda su respuesta.
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas.

DATOS TÉCNICOS:

FECHA: SEXO: M () F ()

EDAD: DOMICILIO.....

OCUPACIÓN:

CUESTIONARIO:

1. ¿Conoce usted de instituciones que oferten casas prefabricadas?

Si ()

No ()

2. ¿cuáles son las razones por las que usted no ha adquirido su vivienda en la actualidad?

No tener trabajo fijo ()

Falta de información ()

Cuotas altas ()

3. ¿El recurso económico familiar mensual con el que cuenta actualmente es de?

200 a 300 ()

300 a 400 ()

400 a 500 ()

Más de 500 ()

4. ¿El valor de la cuota inicial que está dispuesto a pagar es de:

2000 ()

2500 ()

3000 ()

3500 ()

5. ¿Cuánto Ud. estaría dispuesto a pagar mensualmente por una casa prefabricada?

150 a 200 ()

201 a 250 ()

251 a 300 ()

300 en adelante ()

6. ¿A usted le gustaría tener una casa prefabricada?

Poco ()

Mucho ()

Bastante ()

7. ¿La vivienda que usted desearía tener que características le gustaría que disponga?

a. 2 dormitorios, sala, cocina, comedor ()

b. 3 dormitorios, sala, cocina, comedor ()

c. 4 dormitorios, sala, cocina, comedor ()

8. ¿Cuál es el medio de información que más utiliza?

Televisión ()

Radio ()

Internet ()

Hojas volantes ()

9. ¿Cuál de las siguientes opciones adoptaría para contar con su vivienda propia?

Comprar el terreno y luego construir ()

En construcción ()

Comprar una vivienda terminada ()

10. ¿Usted en el caso de adquirir una vivienda prefabricada como le gustaría que ésta sea?

Condominio ()

Casas adosadas ()

Casas individuales ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
CONSTRUCTORA-INMOBILIARIA CASAS PREFABRICADAS EN LA
CIUDAD DE COTACACHI

ENTREVISTA

ENTREVISTA DIRIGIDA A INMOBILIARIAS COMERCIANTES DE CASAS
PREFABRICADAS Y A FUNCIONARIOS DE GOBIERNO AUTÓNOMO
MUNICIPAL DE COTACACHI

El objetivo de esta entrevista es conocer si las inmobiliarias existentes están ejecutando proyectos de viviendas prefabricadas y en las condiciones en que estas las aplican hacia la sociedad.

DATOS TÉCNICOS:

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN:.....

NOMBRE DEL REPRESENTANTE:.....

CARGO QUE OCUPA.....

EDAD: SEXO: M () F ()

FECHA:.....DOMICILIO.....

CUESTIONARIO:

1. ¿Ud. cree que las ofertas de casas prefabricadas pueden tener demanda en Cotacachi?

2. ¿Cuáles cree que sean los factores para que tenga demanda este proyecto?
3. ¿Es necesario considerar el lugar donde se ejecutará la obra de construcción, por qué?
4. ¿En la actualidad que tipos y modelos de viviendas son las más requeridas por la población?
5. ¿En qué lugar de la ciudad de Cotacachi se ha incrementado más la construcción de viviendas?
6. ¿Para la Construcción de una vivienda se toma en cuenta el lugar donde se ejecutará la obra?
7. ¿Qué tipos de viviendas son las más requeridas por la población en la actualidad?
8. ¿Piensa que las autoridades a cargo de los trámites respectivos facilitan el normal desenvolvimiento, en cuanto al diseño, planificación, construcción y venta de viviendas?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN