

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**



**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



**CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TESIS DE GRADO**

**Factibilidad para la creación de la urbanización “Las Lomas”,  
cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, año 2012**

**AUTORA**

**Janeth María Kahil Morán**

**DIRECTORA**

**ING. Elsa Leuvany Álvarez Morales, MSc.**

**QUEVEDO- ECUADOR**

**2012**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Janeth María Kahil Morán, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**JANETH MARÍA KAHIL MORÁN**

## **CERTIFICACIÓN**

La suscrita, **Ing. Elsa Leuvany Álvarez Morales, MSc.** Docente de Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada: **Janeth María Kahil Morán**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, Titulada: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA URBANIZACIÓN “LAS LOMAS”, CANTÓN QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RÍOS, AÑO 2012.**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

---

**Ing. Elsa Leuvany Álvarez Morales, MSc.**  
**DIRECTORA DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

Presentado al consejo directivo como requisito previo para la obtención del  
título de:

**INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Aprobado:**

---

Ing. Máximo Tovar Pérez, Esp.  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

---

Ing: Rosa Pallaroso Granizo, MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

---

Lcda. Alexandra Haro Chong, MSc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2012

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo en constancia mi más sincero agradecimiento.

A Dios por darme la vida y lograr una más de mis metas, a mis padres, a mi esposo también reitero mis agradecimientos muy sinceros.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, meritoria institución de enseñanza e investigación.

A las Autoridades de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Ing. Roque Luis Vivas Moreira, MSc. Rector de la UTEQ, por su misión en beneficio de la Colectividad Universitaria.

Ing. Guadalupe Del Pilar Murillo Campuzano, MSc. Vicerrectora Administrativa de la UTEQ, por su trabajo diario y constante que ha obtenido sus resultados en favor de la educación.

Econ. Roger Tomás Yela Burgos, MSc. Director de la Unidad de Estudios a Distancia, por su trabajo arduo y responsabilidad a favor de la población estudiantil.

A la Ing. Elsa Leuvany Álvarez Morales, MSc. Quién con sus conocimientos ha sabido guiarme en el desarrollo y culminación de mi tesis.

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis:

A Dios por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.

A mi esposo y amigo Diego, por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales.

Gracias por haber sido mi fuente de inspiración en mi deseo de proseguir con mis estudios.

A mi padre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

A mis suegros por sus palabras de aliento y de confianza.

Janeth

# ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE CUADROS .....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xix
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xx
RESUMEN .....	xxi
ABSTRAC .....	xxii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Introducción.....	2
1.1.1. Planteamiento del Problema .....	3
1.1.2. Formulación del Problema.....	3
1.1.3. Delimitación del Problema.....	4
1.1.4. Justificación y Factibilidad .....	4
1.2. Objetivos .....	5
1.2.1 General.....	5
1.2.2 Específicos .....	5
1.3. Hipótesis.....	6
1.3.1. General.....	6
1.3.2. Especifica .....	6
CAPÍTULO II.....	7

MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Fundamentación teórica .....	8
2.1.1. Factibilidad .....	8
2.1.1.1. Factibilidad Técnica .....	8
2.1.1.2. Factibilidad económica .....	9
2.1.1.3. Factibilidad financiera .....	9
2.1.2. Estudio de Mercado.....	10
2.1.2.1. Definición de producto .....	11
2.1.2.2. Análisis de la demanda.....	13
2.1.2.3. Análisis de la oferta .....	15
2.1.2.4. Precio.....	16
2.1.2.5. Comercialización .....	17
2.1.2.6. Canales de distribución.....	18
2.1.2.7. Muestreo.....	19
2.1.2.8. Determinación del tamaño de la muestra .....	20
2.1.3. Estudio Técnico.....	21
2.1.3.1. Tamaño.....	21
2.1.3.2. Localización .....	22
2.1.3.3. Ingeniería del proyecto .....	23
2.1.3.3.1. Tecnología .....	23
2.1.3.3.2. Procesos productivos.....	23
2.1.3.3.3. Infraestructura.....	23
2.1.3.3.4. Determinación de necesidades de insumos .....	24
2.1.3.3.5. Promoción.....	24
2.1.3.3.6. Publicidad .....	26
2.1.3.3.7. Financiamiento.....	27

2.1.3.3.8. Presupuesto.....	27
2.1.4. Estudio Económico.....	28
2.1.4.1. Inversión.....	28
2.1.4.2. Ingresos.....	28
2.1.4.3. Depreciación.....	29
2.1.4.4. Estudio administrativo.....	29
2.1.4.4.1. Planeación estratégica.....	30
2.1.4.4.2. Planificación de recursos humanos .....	31
2.1.4.5. Marco legal .....	32
2.1.4.5.1. Marco fiscal.....	33
2.1.4.5.2. Aspecto laboral .....	33
2.1.4.5.3. Aspecto ecológico .....	34
2.1.4.6. Estructura organizacional .....	34
2.1.4.6.1. Organigrama .....	35
2.1.5. Estudio Financiero.....	35
2.1.5.1. Flujos de fondos netos o caja .....	35
2.1.5.2. Estado de resultados .....	36
2.1.5.3. Indicadores de rentabilidad.....	36
2.1.5.3.1. VAN.....	36
2.1.5.3.2. TIR .....	37
2.1.5.3.3. Período de recuperación de inversión .....	37
2.1.5.3.4. Relación beneficio costo .....	38
2.1.5.3.5. Análisis de sensibilidad .....	39
2.1.6. Estudio Ambiental .....	40
2.1.6.1. Impactos ambientales significativos.....	41
2.1.6.2. Plan de mitigación ambiental.....	42
2.1.7. Género .....	42

CAPÍTULO III .....	44
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	44
3.1. Materiales y métodos .....	45
3.1.1. Materiales y Equipos .....	45
3.1.2. Métodos Utilizados .....	45
3.1.2.1. Deductivo-Inductivo .....	46
3.1.2.2. Lógico-Histórico .....	46
3.1.2.3. Analítico-Sintético .....	47
3.1.2.4. Sistémico .....	47
3.2. Tipo de Investigación.....	48
3.2.1. De campo .....	48
3.2.2. Bibliográfica.....	48
3.3. Diseño de Investigación .....	48
3.3.1. Fuentes de investigación.....	48
3.3.1.1. Primarias.....	48
3.3.1.2. Secundarias.....	49
3.3.2. Técnicas e Instrumentos de Evaluación .....	49
3.3.2.1. Observación directa.....	49
3.3.2.2. Encuestas .....	49
3.3.2.3. Entrevistas.....	49
3.4. Población y Muestra .....	50
3.4.1. Población.....	50
3.4.2. Muestra .....	51
Elaboración: La autora .....	52
CAPÍTULO IV.....	53
RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	53
4.1. Resultados .....	54

4.1.1. Análisis de la encuesta aplicada a los demandantes .....	54
4.1.1.1. Género de los encuestados .....	54
4.1.1.2. Edad de los encuestados.....	54
4.1.1.3. Actividad económica.....	55
4.1.1.4. Rama de la actividad económica .....	56
4.1.1.5. Miembros integrantes de la familia .....	56
4.1.1.6. Adultos y menores de edad en la familia .....	57
4.1.1.7. Edad de los integrantes .....	57
4.1.1.8. Ingresos familiares.....	58
4.1.1.9. Situación de vivienda .....	59
4.1.1.10. Deseo de tener vivienda propia .....	59
4.1.1.11. Características de la vivienda .....	60
4.1.1.12. Importancia de un conjunto residencial.....	61
4.1.1.13. Precio a pagar por una vivienda .....	61
4.1.1.14. Sistema de pago.....	62
4.1.1.15. Sistema de financiamiento.....	63
4.1.1.16. Años de financiamiento para adquirir una vivienda ..	63
4.1.1.17. Porcentaje de entrada para adquirir vivienda .....	64
4.1.1.18. Estilo de vivienda a su elección .....	64
4.1.1.19. Dimensiones de la vivienda .....	65
4.1.1.20. Estructura de la vivienda.....	65
4.1.1.21. Elementos adicionales en vivienda a adquirir .....	66
4.1.1.22. Número de cuartos .....	66
4.1.2. Análisis de las entrevistas aplicadas a los ofertantes.....	67
4.1.2.1. Datos generales de la oferta.....	67
4.1.2.2. Sistema de venta .....	67
4.1.2.3. Tipo de vivienda que poseen .....	68

4.1.2.4. Dimensiones de las viviendas.....	68
4.1.2.5. Valor de las viviendas.....	69
4.1.3. Observación directa .....	70
4.1.4. Estudio de mercado .....	70
4.1.4.1. Demanda histórica.....	70
4.1.4.1. Demanda actual.....	71
4.1.4.2. Proyección de la demanda .....	71
4.1.4.3. Oferta histórica y actual .....	72
4.1.4.4. Proyección de la oferta .....	72
4.1.4.5. Demanda insatisfecha .....	73
4.1.5. Estudio técnico .....	74
4.1.5.1. Tamaño.....	74
4.1.5.2. Localización .....	74
4.1.5.3. Ingeniería del proyecto .....	75
4.1.5.3.1. Descripción del proceso.....	75
4.1.6. Estudio administrativo .....	77
4.1.6.1. Visión .....	77
4.1.6.2. Misión .....	77
4.1.6.4. Registro de la actividad comercial .....	79
4.1.6.4.1. Aspectos legales.....	80
4.1.6.4.2. Aspectos tributarios.....	80
4.1.6.4.3. Costos por permisos de construcción .....	80
4.1.7. Estudio económico .....	82
4.1.7.1. Inversión fija tangible .....	82
4.1.7.2. Inversión fija intangible .....	83
4.1.7.3. Capital de trabajo.....	83
4.1.7.4. Resumen de Inversiones Iniciales .....	85

4.1.7.5. Financiamiento .....	85
4.1.7.6. Amortización de la deuda .....	86
4.1.7.7. Costos de operación .....	87
4.1.7.8. Ingresos .....	88
4.1.7.9. Estado de resultados .....	88
4.1.7.10. Flujo de caja .....	88
4.1.7.11. Punto de equilibrio .....	88
4.2. Discusión .....	95
CAPÍTULO V .....	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	97
5.1 Conclusiones .....	98
5.2. Recomendaciones .....	99
CAPÍTULO VI .....	100
BIBLIOGRAFÍA .....	100
6.1. Bibliografía .....	101

## ÍNDICE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Página</b>
1. Detalle de la población total.....	51
2. Muestra obtenida de la población total.....	52
3. Género de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	54
4. Edad de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	55
5. Actividad económica de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	55
6. Funciones de la actividad en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	56
7. Número de miembros en la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	57
8. Integrantes de la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	57
9. Edad de los integrantes de la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	58
10. Ingresos familiares en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	58
11. Tipo de vivienda propia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	59

12. Aspiraciones de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	60
13. Características de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	60
14. Aceptación de un nuevo conjunto residencial en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	61
15. Precio de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	62
16. Sistema de pago para vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	62
17. Sistema de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	63
18. Años de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	63
19. Porcentaje de entrada como parte de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	64
20. Estilo de vivienda que prefiere en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	64
21. Dimensiones de la vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	65
22. Pisos de la vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	65

23. Elementos adicionales en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	66
24. Número de cuartos en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	66
25. Datos generales de la oferta inmobiliaria en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	67
26. Sistema de venta de ofertantes de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	68
27. Tipo de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	68
28. Dimensiones de las viviendas en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	69
29. Valor de las viviendas en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	69
30. Demanda actual en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	71
31. Demanda proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	71
32. Oferta histórica y actual en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	72
33. Oferta proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	73

34. Demanda insatisfecha proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	73
35. Tamaño del proyecto en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	74
36. Inversión en activos fijos tangibles en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	82
37. Inversión en activos fijos intangibles en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	83
38. Capital de trabajo en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	84
39. Resumen inversión inicial en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	85
40. Financiamiento de la inversión en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	85
41. Amortización de la deuda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 ..	86
42. Costos de producción proyectados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	87
43. Ingresos proyectados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	89
44. Estados de resultados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	90

45. Flujo de caja en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	91
46. Punto de equilibrio en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	92
47. Relación Beneficio costo en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012 .....	93
48. Tiempo de recuperación del capital en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012.....	94

# ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Página</b>
1. Mapa de las parroquias urbanas de Quevedo .....	75
2. Flujograma de proceso de entrega de vivienda .....	76
3. Organigrama propuesto para Urbanización Las Lomas.....	78
4. Modelo de casa Urbanización Las Lomas .....	80
5. Punto de equilibrio graficado para el primer año de operatividad del proyecto. .....	92

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo	Página
1. Formato de encuestas a demandantes.....	106
2. Formato de encuestas a ofertantes .....	110
3. Formato de observación .....	111
4. Presupuesto de obra de casa modelo dos plantas .....	112
5. Presupuesto de obra de casa modelo una planta.....	114
6. Plano de casa planta baja.....	116
7. Modelo de casa.....	117
8. Población en el cantón Quevedo .....	118

## RESUMEN

La investigación se desarrolló en la ciudad de Quevedo, en la parte norte de la Provincia de Los Ríos, con las siguientes coordenadas geográficas: 0°43'16" de latitud sur y 79°27'00" de longitud oeste. El proceso de investigación tuvo una duración de 120 días.

La investigación de campo realizada a los hogares Quevedo, determinó que el 54.7% desean invertir en este proyecto, pero el segmento objetivo al cual va dirigido este producto es a los hogares con ingresos mayores de \$800,00 además se determinó que la preferencia de los hogares con lo que respecta al producto, es de una vivienda modelo moderno, dos plantas y cuatro habitaciones.

Con la realización de la investigación de campo se logró determinar la demanda actual para el proyecto de 5,311 unidades habitacionales; sin embargo la oferta proyectada para el 2013 es de 38 unidades habitacionales, dando como resultado una demanda insatisfecha. Por otra parte la estrategia de comercialización que implementará el proyecto utilizará medios que será a través de un agente constructor el mismo que funcionará como intermediario entre quien ejecuta el proyecto y el cliente potencial, pero cabe señalar que la venta se la realizará de forma directa con el cliente.

El estudio financiero realizado permitió concluir que las inversiones que se requerirán para llevar a cabo su ejecución es de \$391,718.09, de los cuáles se financiera el 70% a través de un crédito la Corporación Financiera y el 30% con recursos propios. A través del estudio financiero realizado al flujo del proyecto se obtuvieron los siguientes resultados: un VAN de \$ 2,517.120.44, una TIR del 132.74%, con un tasa de descuento que es del 16%, un período de recuperación de la inversión de 10 meses y 10 días; la relación beneficio costo que demuestra que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,61 centavos.

## **ABSTRAC**

The research was carried out in the city of Quevedo, in the northern part of the province's rivers, with the following geographical coordinates: 0 ° 43'16 "South latitude and 79 ° 27'00" West longitude. The research process lasted for 120 days.

Field research carried out to Quevedo households, found that 54.7 percent want to invest in this project, but the target segment which is directed this product is to households with income greater than \$800.00 also found that the preference of households with regard to the product, is a housing model modern, two-storey and three rooms.

With the completion of field research was achieved to determine the current demand for the project, facing a lawsuit from 5,311 housing units; However since the availability of land for building of the existing housing estates is scarce bid for 2013 is 38 units rooms, resulting in an unsatisfied demand. On the other hand the marketing strategy which will implement the project will use media which will be through an agent Builder which will operate as an intermediary between who is running the project and the potential customer, but it is noted that sale held it is directly with the customer.

The financial study led to the conclusion that the investments that will be required to carry out his execution is \$391,718.09, of which will finance 70% through a credit Finance Corporation and 30% with own resources. Through the financial study to the flow of the project the following results were obtained: a VAN for \$2,520.459.26, an TIR of the 132.74%, with a rate of discount that is 16%, a recovery period of 5 months investment and relationship benefit cost which demonstrates that for every dollar invested is obtained a profit of 0.61 cents.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Introducción**

Los proyectos urbanísticos a nivel mundial se han incrementado debido a la necesidad de vivienda de una población que crece cada día y que se han agrupado en diferentes tipos de organizaciones sociales con el objeto de conseguir una vivienda.

En Ecuador, las soluciones habitacionales, cada vez son más comunes en las grandes ciudades, donde existen una oferta de vivienda de manera permanente, por un sin número de inmobiliarias que buscan satisfacer la gran demanda de vivienda.

En la actualidad el mercado de la vivienda ha logrado una gran expansión, a pesar de la alta competencia en el mercado ecuatoriano de ciudades grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca.

También se puede notar que con el transcurrir del tiempo en el mercado de bienes y raíces se ha desarrollado un incremento en la oferta y demanda del sector de la construcción lo que ha permitido que el mercado inmobiliario se mantenga saludable, pese al aumento de las tasas de interés en las financieras.

El sector más importante en el mercado de bienes y raíces es el sector de la construcción, ya que ha demostrado señales de desarrollo.

La facilidad de obtener créditos para la vivienda ha ampliado los campos de inversión para que así la comunidad logre sus expectativas inmobiliarias a corto plazo, sin duda la demanda ha venido creciendo en este sector a través de los últimos años.

Esto ha motivado a inversionistas y constructores a ingresar a este negocio debido al crecimiento poblacional de la ciudad de Quevedo, es necesario impulsar la creación de la Urbanización Las Lomas, como iniciativa de solución

habitacional para las diferentes familias que carecen de una vivienda en el área urbana y contribuir a una eficiente organización urbanística de la ciudad.

### **1.1.1. Planteamiento del Problema**

La inexistencia de inmobiliarias en el Cantón Quevedo que permita ofrecer una vivienda de acuerdo a las condiciones de pago de los necesitados de las mismas ocasiona aumento de viviendas de arriendo, permitiendo grandes ganancias a los propietarios de dichos bienes inmuebles.

Además, han existido invasiones en la ciudad de Quevedo, donde se ha negociado tierras de manera informal y se han construido viviendas sin los más elementales servicios públicos, lo que ocasiona un desordenamiento territorial, no permitiendo que la urbe crezca en forma ordenada.

La falta de ampliación y adecuación de la oferta crediticia para vivienda, especialmente para los sectores socioeconómicos medio y bajo de la población ocasiona que las familias tengan que buscar otras alternativas para obtener vivienda.

La escasa participación del sector de la construcción en el Cantón Quevedo en productos habitacionales, dirigido a familias de escasos recursos económicos bajo un principio de responsabilidad social no permite a Quevedo crecer urbanísticamente fomentado el bienestar de sus habitantes.

### **1.1.2. Formulación del Problema**

¿Cómo se determinaría la factibilidad para la creación de la Urbanización “Las Lomas” en el Cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos en el año 2012 que permita mejorar la oferta de vivienda a las familias quevedeñas?

### **1.1.3. Delimitación del Problema**

**Campo:** Proyecto de inversión

**Área:** Administración y gestión financiera

**Objetivo:** Factibilidad de creación de urbanización “Las Lomas”

**Espacio:** Cantón Quevedo, provincia Los Ríos.

**Tiempo:** Año 2012

### **1.1.4. Justificación y Factibilidad**

Siendo Quevedo la novena ciudad en importancia en el Ecuador, dos terceras partes de su área urbana se encuentra desatendida, incluso por organismos institucionales y en los últimos tiempos no se han generado asistencia para planes habitacionales, en cuanto a proyectos urbanísticos se refiere; lo que hace necesario presentar un proyecto de factibilidad para la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo.

El presente proyecto de factibilidad, es importante para la solución habitacional que requiere la población económica activa que vive en esta ciudad, al mismo tiempo que contribuye con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Quevedo en la planificación urbanística de la ciudad.

Ya que una de las prioridades de todos los ciudadanos es tener un hogar propio en donde habitar, se ha basado en estas necesidades de los ciudadanos de Quevedo específicamente, para así determinar y disminuir esas barreras que impiden a muchos de ellos; microempresarios, empleados, trabajadores, a obtener una vivienda propia, al alcance de sus recursos, con seguridad y calidad de vida, tomando como prioridad estos factores en las preferencias de vida de cada ecuatoriano.

La meta es mejorar y cubrir esta demanda para así disminuir el número de las familias que carecen de hogar propio en la ciudad mencionada anteriormente; ayudando además al desarrollo de ésta, ampliando campos de inversión, teniendo como meta futura aumentar el comercio y la inversión interna y externa, y generando confianza en sus ciudadanos y personas ajenas a la provincia, para realizar negocios e inversiones en ésta ciudad que sin duda es muy atractiva comercialmente, pero lamentablemente la falta de confianza de sus ciudadanos en ella detiene su crecimiento, dándole a Quevedo una perspectiva de crecimiento a largo plazo .

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1 General**

Determinar la factibilidad para la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo de la provincia de Los Ríos, año 2012.

### **1.2.2 Específicos**

- Investigar el comportamiento del mercado habitacional en el Cantón Quevedo.
- Establecer el estudio técnico arquitectónico de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo.
- Evaluar la viabilidad socioeconómica y financiera de la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo, año 2012.

## **1.3. Hipótesis**

### **1.3.1. General**

El estudio de factibilidad permitirá determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo.

### **1.3.2. Especifica**

El estudio de mercado, técnico, socioeconómico y financiero ayudará a determinar la viabilidad de la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Fundamentación teórica**

### **2.1.1. Factibilidad**

**BLANCO (2008)**, el estudio de factibilidad es un trabajo inteligente en el que concurren talentos diferentes especializados en las más diversas áreas según su magnitud y complejidad, lo que supone altos costos y tiempo suficiente para su realización.

Se puede observar una relación directa entre tiempo y costos incurridos y la profundidad del estudio de pre inversión.

Los estudios de mercado, las consideraciones tecnológicas, la forma de organización tanto para la fase de ejecución como para la operación, el marco institucional y las connotaciones ambientales, proveen la información básica que permite estructurar financieramente el proyecto al identificar los flujos de caja (valores en dinero efectivo ubicados en momentos determinados del horizonte) lo que permite contar con un elenco de posibles alternativas viables.

#### **2.1.1.1. Factibilidad Técnica**

**MEJÍA (2007)**, es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.

Algunos aspectos que deben ponerse en claro son:

- Correcto funcionamiento del producto o servicio (número de pruebas, fechas...)
- Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores.
- Escalas de producción (es posible ampliar o reducir la producción).

- Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; ¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel? ¿si existen proveedores alternativos a los seleccionados?....

#### **2.1.1.2. Factibilidad económica**

**MEJÍA, (2007)**, debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas:

**Costos:** Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables.

**Ventas:** En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...)

#### **2.1.1.3. Factibilidad financiera**

**MEJÍA, (2007)**, sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios.

Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como:

Periodo de recuperación: indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años).

La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales.

El valor actual neto (VAN) es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa. Indica un monto que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la "tasa de corte" establecida (interés del mercado, tasa de rentabilidad de la empresa, tasa elegida por el inversionista, tasa que refleje el costo de oportunidad).

### **2.1.2. Estudio de Mercado**

**MARIOTTI (2008)**, el estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende

1. La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
2. También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien.
3. Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su

comportamiento.

**BLANCO (2008)**, el estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

**HERNÁNDEZ (2001)**, el estudio de mercado de un proyecto, es uno de los más importantes y complejos análisis que debe realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrán que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo.

El estudio de mercado, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, debe ser la base sólida para realizar un estudio completo y proporcionar datos básicos para las partes de la investigación.

Cada proyecto requiere un estudio de mercado, que sea tan diferente de acuerdo a los productos que se estudien. A pesar de esto, es posible generalizar un proceso que considere un estudio histórico para determinar una relación causa – efecto, sobre las experiencias de otros y los resultados logrados. Hay que realizar un estudio que permita definir la situación actual con y sin el proyecto, además de un estudio proyectado que concluya cual será el mercado particular que pueda tener la empresa, con la determinación de la estrategia comercial, que es importante para los nuevos productos, por lo tanto es necesario contar con un estudio acerca del consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra.

#### **2.1.2.1. Definición de producto**

**BONTA Y FARBER (2008)**, el producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus

necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada.

**HERNÁNDEZ (2001)**, los productos pueden clasificarse desde diferentes puntos de vista.

Por su vida de almacén, puede clasificarse como duraderos (no perecederos) o como no duraderos (perecederos).

Los productos de consumo, ya sea intermedio o final, también pueden clasificarse como:

- De conveniencia, los que a su vez se subdividen en básicos, como los alimentos, cuya compra se planea, y de conveniencia por impulso, cuya compra no necesariamente se planea, como ocurre con las ofertas, los artículos novedosos, etcétera.
- Productos que se adquieren por comparación, que se subdividen en homogéneos (como vinos, latas, aceites lubricantes) y heterogéneos (como muebles, autos, casas), donde interesan más el estilo y la presentación, que el precio.

- Productos que se adquieren por especialidad, como el servicio médico, el servicio relacionado con los automóviles, con los cuales ocurre que cuando el consumidor encuentra lo que satisface, siempre regresa al mismo sitio.
- Productos no buscados (cementeros, abogados, hospitales, etcétera), que son productos o servicios con los cuales nunca se quiere tener relación, pero cuando se necesitan y se encuentra uno que es satisfactorio, la próxima vez acude al mismo sitio.

También se puede clasificar los productos en una forma general como bienes de consumo intermedio (industrial) y bienes de consumo final.

#### **2.1.2.2. Análisis de la demanda**

**HERNÁNDEZ (2001)**, el término demanda se puede definir como el número de unidades de un determinado bien y servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un período determinado de tiempo y según determinadas condiciones de precio, calidad, ingresos, gustos de los consumidores, etc.

La demanda para un determinado producto, representa las diferentes cantidades que se pueden comprar a distintos precios en un tiempo determinado. Sin embargo, la demanda para un bien servicio depende:

- Del precio del bien o servicio en cuestión. Establece que cuando el precio del bien o servicio aumenta, la cantidad demandada disminuye, esto implica que precio y cantidad reaccionan en sentido inverso.
- El precio de los bienes sustitutos. Se dice que un bien es sustituto de otro, cuando al aumentar el precio de uno la cantidad demandada aumenta.

- Ingreso de los consumidores. Este establece que, al aumentar el ingreso de los consumidores, la cantidad demandada aumenta y disminuye si el ingreso disminuye.
- Gustos y preferencias. Nos dice que, si los gustos y preferencias aumentan, la demanda de éste aumenta y viceversa.

**BONTA Y FARBER (2008)**, el análisis de la demanda de mercado, se puede dividir en dos grandes rubros: Demanda actual, la cual puede ser: local., regional, o nacional y exterior.

El conocimiento de la demanda actual sirve no sólo para determinar el volumen que se consume en el presente, sino también para estimar la cantidad que se consumirá en el futuro, sin embargo, la proyección se hace tomando como base el comportamiento histórico y el análisis de las situaciones que han influido, para lograr lo -anterior se recurre a fuentes externas.

Con el objeto de que el análisis de la demanda se pueda realizar en forma objetiva y que las conclusiones que se obtengan estén sustentadas con base en la información recopilada, es necesario tomar en consideración:

- El bien que se piensa producir o el servicio que se va a ofrecer.
- A que parte de la sociedad estará dirigido. En este aspecto hay que tener presente que el estudio del total de la población por la cual existe interés es demasiado grande, y que por lo tanto el estudio llevaría tiempo y su costo de realización sería demasiado alto, es por eso que se hace necesario recurrir a sólo una parte de esa población llamada muestra, la cual debe ser representativa de tal forma, que nos permita sacar conclusiones acerca del comportamiento de la población de la cual se extrajo la muestra.

### 2.1.2.3. Análisis de la oferta

**MERINO (2008)**, el estudio de la oferta, consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber, el mayor número de características de las empresas que los generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar información sobre sí mismos, por lo que hay necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere. Por ello, lo primero es determinar el número de productores y oferentes que intervienen en el área de influencia, es decir, nuestra competencia.

Si existe sólo un productor, se trata de una especie de monopolio que posiblemente tenga asegurada su venta y, en estas condiciones, poco se puede hacer, ya que la solución probablemente reviste un mayor carácter político que técnico. Pero, si es el caso contrario, porque hay muchas empresas que compiten, entonces los datos más importantes a obtener serán en torno a los costos de producción, niveles de calidad y servicios que se agregan al producto.

Si son pocos los oferentes, se debe buscar información, como por ejemplo: capacidad instalada, producción real y potencial, programas de expansión, posicionamiento, etc. Los aspectos a considerar pueden ser: prestigio de la marca, políticas de expansión, costos de producción, niveles de competencia, distancias con los centros de consumo, tipos y costos de transporte y períodos y motivos por los que se eleva o baja la producción.

**HERNÁNDEZ (2001)**, el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. Los determinantes que influyen en la cantidad ofrecida son:

- **El precio del bien en cuestión.** Se establece que a medida que el precio aumenta, la cantidad ofrecida es mayor, será menor si el precio disminuye, por lo tanto precio y cantidad reaccionan en razón directa. Sin embargo el precio está determinado por:
  - El costo de la materia prima
  - Los intereses que se pagan por el uso del capital
  - Sueldos y salarios que son otorgados por la empresa.
  - Dividendos a la organización.
  - Impuestos al gobierno
  - Publicidad
  - El precio a que venderá este artículo en el mercado por otros productores. Es decir, que el precio debe ser competitivo tanto en calidad como en precio esto es, producir con el mínimo costo y que éste sea por lo menos, igual al de otras empresas que produzcan artículos semejantes en calidad y cualidades.
  
- **La tecnología.** A medida que la tecnología se perfecciona (evoluciona) la producción aumenta.
  
- **La oferta de los insumos.** La abundancia o escasez de los insumos, es una limitante en la cantidad que se pueda ofrecer al consumidor.
  
- **Condiciones meteorológicas.** Hay artículos que sólo se pueden producir bajo ciertas condiciones naturales: temperatura, lluvia, grado de humedad, etc., por lo tanto la cantidad que se pueda producir, dependerá de que las condiciones naturales sean óptimas.

#### 2.1.2.4. Precio

**DICCIONARIO DE MARKETING (2000)**, el precio es una evaluación efectuada sobre un producto y que traducida a unidades monetarias expresa la

aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo su capacidad para satisfacer necesidades.

**MERINO (2008)**, el precio es la expresión de un valor que fija una empresa para uno de sus productos, tendrá en cuenta el valor que los consumidores estén dispuestos a pagar por ése producto.

#### **2.1.2.5. Comercialización**

**DÍAZ DE CASTRO (2007)**, es determinar cuáles son los canales de distribución más eficientes para hacer llegar el producto a los puntos de venta en tiempo y forma, y qué medidas tomar para incentivar a los distribuidores.

Como podemos ver, el área necesita del trabajo conjunto con otras áreas relacionadas y de las cuales va a necesitar su apoyo o información. Serán cruciales para su desempeño las áreas de producción, costos, desarrollo de producto, ventas, relaciones públicas, departamento de legales, logística, atención a clientes, etc.

Si bien en las empresas grandes hay un área para cada una de las actividades que se desarrollan en una empresa, y están bien delimitadas las tareas y responsabilidades de cada una, cuando hablamos de pequeñas y medianas empresas lógicamente no vamos a encontrar un área de marketing, una de ventas, otra de publicidad, y de relaciones públicas, etc.

Primero porque no es necesario puesto que un pequeño número de personas, de acuerdo a las funciones y actividad de la empresa, son suficientes para realizar eficientemente estas tareas. Y segundo que sería un derroche de recursos y dinero malgastado.

**HERNÁNDEZ (2001)**, es la transferencia del bien de los centros reproducción a los centros d consumo, pero esta transferencia debe contemplar: el colocar el

bien en tiempo y lugar adecuado, que le permita al consumidor efectuar sus compras para satisfacer sus necesidades.

Para llevar a cabo la venta de sus productos, el empresario (productor) recurre a la selección de canales de distribución, los cuales son la ruta que sigue un producto de los centros de producción hasta el consumidor final, teniendo en consideración que entre mayor sea el número de intermediarios que participen en esta etapa, el precio de las mercancías irá aumentando aplazar de un punto a otro.

#### **2.1.2.6. Canales de distribución**

**COCHRAN (2007)**, es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

### 2.1.2.7. Muestreo

**COCHRAN (2007)**, se refiere al procedimiento empleado para obtener una o más muestras de una población. Este se realiza una vez que se ha establecido un marco muestral representativo de la población, luego se procede a la selección de los elementos de la muestra aunque hay muchos diseños de la muestra.

Al tomar varias muestras de una población, las estadísticas que calculamos para cada muestra no necesariamente son iguales, lo más probable es que varíen de una muestra a otra.

Las razones para el muestreo son las siguientes:

1. No estamos interesados realmente en todos los elementos: sino sólo en algunos ejemplares o casos de la población. Este tipo habitual de investigación no es de hecho un estudio de muestreo, sino un estudio de caso ampliado.
2. Estamos interesados por igual en todos los elementos de la población y querríamos estudiarlos todos. Pero por razones prácticas, tendremos que escoger solo una muestra. Tal vez tenemos una población de millones de objetos y es imposible abarcar incluso una mayoría de entre ellos.

En la investigación de muestreo estamos siempre interesados no es en la muestra sino en la población; más exactamente, en los atributos de los elementos de la población. Cuando estamos estudiando los elementos del ejemplo querríamos escoger elementos que tengan los mismos atributos que la media de la población. Si ese es el caso, nuestra muestra es representativa.

Este es el caso ideal, pero en la práctica no tenemos medio de saber si los elementos son representativos en realidad; el cálculo de probabilidades nos dice que en la mayor parte de los casos habrá algunas diferencias entre la

muestra y la población. La diferencia se llama sesgo, y en alguna medida casi siempre está presente en la muestra, simplemente por el carácter accidental del muestreo.

Sin embargo, si tenemos razones para sospechar de la presencia de un sesgo sistemático en la muestra, debiéramos siempre intentar encontrar cuál es y ver si puede ser eliminado.

**HERNÁNDEZ (2001)**, el muestreo es simplemente el proceso de seleccionar los elementos de una población de la que se desea medir ciertos factores.

#### **2.1.2.8. Determinación del tamaño de la muestra**

**COCHRAN (2007)**, en Estadística el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

1. Objetivos de la determinación del tamaño adecuado de una muestra
2. Estimar un parámetro determinado con el nivel de confianza deseado.
3. Detectar una determinada diferencia, si realmente existe, entre los grupos de estudio con un mínimo de garantía.
4. Reducir costos o aumentar la rapidez del estudio.

Por ejemplo, en un estudio de investigación epidemiológico la determinación de un tamaño adecuado de la muestra tendría como objetivo su factibilidad. Así:

1. Si el número de sujetos es insuficiente habría que modificar los criterios de selección, solicitar la colaboración de otros centros o ampliar el periodo de reclutamiento. Los estudios con tamaños muestrales insuficientes, no son

capaces de detectar diferencias entre grupos, llegando a la conclusión errónea de que no existe tal diferencia.

2. Si el número de sujetos es excesivo, el estudio se encarece desde el punto de vista económico y humano. Además es poco ético al someter a más individuos a una intervención que puede ser menos eficaz o incluso perjudicial.

### **2.1.3. Estudio Técnico**

#### **2.1.3.1. Tamaño**

**COCHRAN (2007)**, el estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.

Las especificaciones técnicas de los equipos pueden presentar tres características respecto del tamaño:

- a. Que la cantidad demanda total sea menor que la capacidad de producción de la menor tecnología existente en el mercado;
- b. Que la cantidad demandada sea similar a la capacidad de producción de alguna tecnología; y
- c. Que la cantidad demandada sea mayor que la capacidad de producción de la tecnología disponible.

**HERNÁNDEZ (2001)**, el tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definido en términos

técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

### **2.1.3.2. Localización**

**SAPAG (2007)**, la localización que se elija para el proyecto puede ser determinante para su éxito o fracaso, por cuanto de ello dependerán –en parte importante- la aceptación o rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que adolece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etcétera). Además de variables de índole económica, el evaluador de un proyecto deberá incluir en su análisis variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad, entre muchos otros.

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad. Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica estas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias del proyecto eliminan la mayoría de ellas.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y el de micro localización, que determina el lugar específico donde se instalara el proyecto.

**HERNÁNDEZ (2001)**, se refiere a la macro localización como a la micro localización de la nueva unidad de producción, llegándose hasta la definición precisa de su ubicación.

Los factores importantes que hay que considerar en el estudio de terrenos y sitios para la localización de plantas son: materia prima, transportes, agua industrial, eliminación de desechos, combustible y energía, mano de obra, clima y factores de la comunidad.

### **2.1.3.3. Ingeniería del proyecto**

**COCHRAN (2007)**, comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio, así tenemos:

#### **2.1.3.3.1. Tecnología**

**COCHRAN (2007)**, consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc., en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, bordadoras, etc.

#### **2.1.3.3.2. Procesos productivos**

**COCHRAN (2007)**, en toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto, o la prestación del servicio.

#### **2.1.3.3.3. Infraestructura**

**COCHRAN (2007)**, todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, para lo cual se tiene que considerar:

- El área del local
- Las características del techo, la pared y de los pisos

- Los ambientes
- La seguridad de los trabajadores (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

#### **2.1.3.3.4. Determinación de necesidades de insumos**

**COCHRAN (2007)**, en todo proceso productivo el uso de materia prima o de insumos que permitan llevar a cabo el proceso de fabricación del producto es necesario y en todo proceso de planeación es importante prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, va a depender de los insumos que se empleen en la fabricación del producto en cuanto a variedad y cantidad, sumado a ello la política de inventarios para insumos que en la empresa se puedan establecer (proyecto).

#### **2.1.3.3.5. Promoción**

**KOTLER Y KELLER (2006)**, la mercadotecnia moderna requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes meta.

Las compañías también deben comunicarse con éstos, y lo que dicen nunca debe dejarse al azar. Para tener una buena comunicación, a menudo las compañías contratan compañías de publicidad que desarrollen anuncios efectivos, especialistas en promociones de ventas que diseñan programas de incentivos de ventas, y empresas de relaciones públicas que les creen una imagen corporativa. También entrenan a sus vendedores para que sean amables, serviciales y persuasivos. Pero, para la mayor parte de las compañías, la cuestión no está en si deben tener una comunicación, sino en cuánto deben gastar y en qué forma.

Una compañía moderna maneja un complejo sistema de comunicaciones de mercadotecnia Tiene comunicación con sus intermediarios, sus consumidores y

diversos públicos. Sus intermediarios, a su vez, se comunican con los consumidores y con sus públicos. Los consumidores tienen comunicaciones verbales entre sí y con otros públicos. En todo este proceso, cada grupo retroalimenta a todos los demás.

El programa total de comunicaciones de mercadotecnia de una compañía - llamado su mezcla promocional- está formado por la mezcla específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que utiliza la compañía para alcanzar sus objetivos de publicidad y mercadotecnia.

Las cuatro principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

- **Publicidad:** Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.
- **Promoción de ventas:** Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

Dentro de estas categorías se encuentran instrumentos específicos, como las presentaciones de ventas, las exhibiciones en los puntos de venta, los anuncios especiales, las presentaciones comerciales, las ferias, las demostraciones, los catálogos, la literatura, los paquetes de prensa, los carteles, los concursos, las bonificaciones, los cupones y las estampillas de propaganda. Al mismo tiempo, la comunicación rebasa estas herramientas de

promoción específicas. El diseño del producto, su precio, la forma, color de su empaque y las tiendas que los venden... todo comunica algo a los compradores. Así, aunque la mezcla promocional es la principal actividad de comunicación de una compañía, toda la mezcla de mercadotecnia - la promoción y el producto, el precio y el lugar deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

Los tres principales instrumentos de la promoción masiva son la publicidad, la promoción de las ventas y las relaciones públicas. Se trata de herramientas de mercadotecnia en gran escala que se oponen a las ventas personales, dirigidas a compradores específicos.

#### **2.1.3.3.6. Publicidad**

**KOTLER Y KELLER (2006)**, utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto u organización, es una poderosa herramienta de promoción. Los mercadólogos estadounidenses gastan más de \$109 mil millones anuales en publicidad, la cual puede ser muy variada y tener diferentes usos. La toma de decisiones sobre publicidad es un proceso constituido por cinco pasos:

- Determinación de objetivos
- Decisiones sobre el presupuesto
- Adopción del mensaje
- Decisiones sobre los medios que se utilizarán,
- Evaluación.

Los anunciantes deben tener muy claros sus objetivos sobre lo que supuestamente debe hacer la publicidad, informar, convencer o recordar.

El presupuesto puede determinarse según lo que puede gastarse, en un porcentaje de las ventas, en lo que gasta la competencia, o en los objetivos y tareas. La decisión sobre el mensaje exige que se seleccione quién lo

redactará; que se evalúe su trabajo y se lleve a cabo de manera efectiva. Al decidir sobre los medios, se deben definir los objetivos de alcance, frecuencia e impacto; elegir los mejores tipos, seleccionar los vehículos y programarlos. Por último, será necesario evaluar los efectos en la comunicación y las ventas antes durante y después de hacer la campaña de publicidad.

**INIESTA (2001)**, Publicidad es toda transmisión o difusión masiva de anuncios o mensajes comerciales.

Realmente, la publicidad carece de contenido propio puesto que se limita a servir de vehículo a campañas de imagen o promotoras, transmitiendo mensajes a través de agencias y /o medios. Caso de que la transmisión fuera directa esto es por vía de medios propios (mailing, tele marketing, etc.), no se trataría técnicamente de publicidad sino de marketing directo.

#### **2.1.3.3.7. Financiamiento**

**KOTLER Y KELLER (2006)**, es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

**COCHRAN (2007)**, recursos financieros que el empresario obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

#### **2.1.3.3.8. Presupuesto**

**COCHRAN (2007)**, estimación financiera anticipada, generalmente anual, de los egresos e ingresos necesarios para cumplir con las metas de los programas establecidos. Asimismo, constituye el instrumento operativo básico que expresa las decisiones en materia de política económica y de planeación.

**BURBANO Y ORTIZ (2006)**, el presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

#### **2.1.4. Estudio Económico**

**SAPAG y SAPAG (2000)**, en esta etapa del proyecto se tiene por objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcione las etapas anteriores como es elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto.

##### **2.1.4.1. Inversión**

**DÁVALOS (2000)**, la inversión es la transformación de bienes circulantes o líquidos rentables o productivos. El término es aplicable tanto al acto transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura.

**TARRÁGO (2006)**, inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

##### **2.1.4.2. Ingresos**

**DÁVALOS (2000)**, son entradas o salidas de dinero o valores que lo representen, se originan en las ventas de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado.

**SPILLER y GOSMAN (2001)**, es la cantidad que se dispone para gastos de consumo personal y ahorros. También es proveniente de sueldos, salarios, dividendos, rentas, intereses, negocios, etc.

#### **2.1.4.3. Depreciación**

**AYALA (2001)**, es la pérdida del valor de los bienes de activos fijos al uso, deterioro o desuso.

**TARRÁGO (2006)**, dentro del ámbito de la economía, el término **depreciación** es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. La depreciación puede venir motivada por tres motivos; El uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. Para los contables o contadores, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

#### **2.1.4.4. Estudio administrativo**

**ANZOLA (2007)**, el estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales.

**MERCADO (2007)**, uno de los aspectos que poco se tiene en cuenta en el estudio de un proyecto es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales, por lo que el Estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

**ANZOLA (2007)**, su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

A continuación se muestran los elementos que conforman el estudio administrativo para el desarrollo de un proyecto de inversión:

#### **2.1.4.4.1. Planeación estratégica**

**ANZOLA (2007)**, la planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. Una vez definida la planeación estratégica es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responderse ¿quién lo hará?, ¿cuándo se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?, y para lograr esto se recomienda aplicar los componentes de la planeación como son:

- **Misión:** Que identifique el propósito de la organización más la exigencia social. Una clara Misión sirve de fundamento a la toma de decisiones.

- **Visión:** La empresa debe identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre al negocio y sus líderes para establecer los nuevos retos.
- **Objetivos:** Una vez identificada la visión y misión, el empresario debe establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.
- **Políticas:** Definen el área de trabajo para tomar decisiones, pero no dan la decisión; dan lineamientos. Generalmente toda política es establecida por el dueño de cada empresa. Puedan ser internas, externas, originadas y jerárquicas.
- **Estrategias:** Las estrategias denotan un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos hacia el logro de objetivos generales. Es el plan básico que se traza para alcanzar los objetivos organizacionales y ejecutar así su misión.
- **Valores:** Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito.
- **Análisis FODA:** Es una herramienta útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. Esta se logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marca posibles evoluciones exitosas de la organización y permite que el nivel gerencia de la empresa reflexione sobre ella y conozca mejor la organización a la que pertenece.

#### **2.1.4.4.2. Planificación de recursos humanos**

**RODRÍGUEZ (2008)**, una organización que no planifica sus recursos humanos puede encontrar que no está satisfaciendo sus requisitos de personal ni sus metas generales debidamente. Esta planificación apoya al proyecto de inversión para tener en claro cuántas personas se requieren y con qué

habilidades específicas para cada puesto. Tener un equilibrio en las contrataciones es de suma importancia ya que no se debe incorporar a empleados de más o de menos que no puedan desarrollar sus actividades laborales con satisfacción.

A continuación se encuentran dos métodos que apoyan la planificación del recurso humano como son:

- **Reclutamiento:** Este elemento consiste en proveer a la empresa de una cantidad suficiente de candidatos durante el transcurso de un periodo de tiempo determinado para depurar entre ellos a los que reúnen los requisitos necesarios para ocupar el puesto vacante. Los medios de reclutamiento pudieran ser: el periódico, la radio, televisión, volantes, entre otros.
- **Selección de personal:** Es la elección de la persona idónea para un puesto determinado y a un costo adecuado. Esta selección también debe permitir la realización del trabajador en el desempeño de su puesto, así como el desarrollo de sus habilidades potenciales a fin de hacerlo más satisfactorio así mismo y a la comunidad en que se desenvuelve, para contribuir con ello a los propósitos de la organización.

**RODRÍGUEZ (2008)**, el proceso de selección incluye los siguientes elementos: Formulación de solicitud de empleo, entrevista con el encargado, pruebas psicológicas, físicas y de habilidades, en algunos casos se vuelve a entrevistar con el que sería el jefe inmediato y finalmente viene la contratación. Para la elaboración del proyecto de inversión se debe proponer una estructura adecuada para seleccionar al recurso humano necesario para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

#### **2.1.4.5. Marco legal**

**RODRÍGUEZ (2008)**, en este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa,

pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

#### **2.1.4.5.1. Marco fiscal**

**RODRÍGUEZ (2008)**, para cumplir con las leyes fiscales, es necesario registrarse ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, mediante el formato R1 para dar crédito de los impuestos correspondientes. Para efectos de la presentación del proyecto de inversión es necesario identificar cada una de las obligaciones fiscales a las que se hará acreedora el proyecto estas deben ser las federales, estatales como las municipales y mostrar los procesos para la realización de los pagos correspondientes.

#### **2.1.4.5.2. Aspecto laboral**

**RODRÍGUEZ (2008)**, toda empresa bien constituida debe tener en cuenta lo que es el aspecto laboral para lograr una mejor integración entre los trabajadores y los patrones. Dentro del aspecto laboral, se pueden mencionar el contrato de trabajo y el reglamento interior.

- **Contrato de trabajo:** El contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su forma o nombre, es aquel por virtud del cual una persona se obliga a prestar a otra un trabajo subordinado, mediante el pago de un salario. En él se destacan al menos los siguientes puntos: la prestación de un trabajo o servicio, que el trabajo o servicio es personal o subordinado y que existe un pago por concepto de sueldos o salarios por la prestación del servicio.
- **Reglamento de trabajo:** Debe ser considerado como un instrumento para lograr la disciplina de los trabajadores y el adecuado cumplimiento de las labores para las cuales fue contratado, dando origen a una disciplina ejemplar y un buen servicio.

Este debe contener al menos las horas de entrada, de salida, el lugar de trabajo, los días y lugar de pago, permisos y licencias, procedimientos para la aplicación de la disciplina, formas para prevenir el riesgo de trabajo, entre otros. En un proyecto de inversión este debe contemplar todos los elementos necesarios para que la armonía en el trabajo se pueda dar con el cumplimiento de lo establecido.

#### **2.1.4.5.3. Aspecto ecológico**

**FERNÁNDEZ (2007)**, dentro del estudio administrativo es muy importante también tomar en cuenta la conciencia y el compromiso ecológico que toda empresa debe tener, considerar el tratamiento que se le dará a los desechos generados por la actividad diaria de tal forma que no perjudiquen el entorno y además la contribución adicional que puede otorgarse a la sociedad mediante campañas de concientización sobre el cuidado que se debe tener hacia el medio ambiente.

**RODRÍGUEZ (2008)**, el estudio de la organización de la empresa no arroja elementos cuantitativos para la inversión inicial de proyecto, sin embargo su importancia radica al momento de ser aceptado el proyecto y el desarrollo de la implementación. Para ello es importante tener una base que permita a los administradores del proyecto hacer un análisis especializado dependiendo del tamaño de la empresa. Cuando los recursos financieros son escasos y lo que más se necesita es liquidez para el logro de los objetivos planteados, es importante trabajar esos recursos de una manera eficiente y solo una buena administración de los mismos lo pudiera lograr, de ahí la importancia de prevenir estas actividades administrativas desde la primera etapa del proyecto y no dejarlo para lo último.

#### **2.1.4.6. Estructura organizacional**

**VAN KOMMER (2007)**, la estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en

cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar, formalmente, en tres formas básicas: por función, por producto/mercado o en forma de matriz.

#### **2.1.4.6.1. Organigrama**

**MERCADO (2007)**, consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales. Los organigramas son útiles porque exhiben la estructura formal de la organización y quién es responsable de ciertas tareas. Sin embargo, en la realidad, el organigrama no puede captar, ni con mucho, las relaciones interpersonales que constituyen la estructura informal de la organización.

### **2.1.5. Estudio Financiero**

#### **2.1.5.1. Flujos de fondos netos o caja**

**HERNÁNDEZ y HERNÁNDEZ (2001)**, el flujo de fondos, es decir, resumir los ingresos y egresos que el proyecto tendrá durante la vida útil, constituye el primer gran paso en la evaluación financiera de proyectos de inversión o en general en el análisis de toma de decisiones. Una vez que se haya realizado la construcción del flujo de fondos, el siguiente paso es encontrar los indicadores de rentabilidad que son señales que indican la viabilidad del proyecto.

### **2.1.5.2. Estado de resultados**

**TERRANOVA (2000)**, es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta.

**TARRÁGO (2006)**, es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos de las entidades del Sector Paraestatal en un periodo determinado

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares.

### **2.1.5.3. Indicadores de rentabilidad**

#### **2.1.5.3.1. VAN**

**SAPAG (2007)**, es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyecto. Mide la rentabilidad deseada

después de recuperar la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que cero, mostrara cuando se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa  $i$  que exigía de retorno al proyecto, si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa  $i$  que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

**HERNÁNDEZ y HERNÁNDEZ (2001)**, el valor actual neto (VAN) se define como el valor presente de los rendimientos futuros descontados del costo de capital menos el costo de la inversión.

#### **2.1.5.3.2. TIR**

**ORTEGA (2002)**, indica la tasa de interés a la cual la decisión de inversión es indiferente entre el proyecto y el mejor uso alternativo.

**TARRÁGO (2006)**, sigla de tasa interna de rentabilidad, también denominado rendimiento interno de un activo. Se utiliza generalmente para definir la rentabilidad de un activo de renta fija en función de comparar su cupón con su precio de mercado.

#### **2.1.5.3.3. Período de recuperación de inversión**

**VÁQUIRO (2006)**, el periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

El PRI<sup>1</sup> es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**TARRÁGO SABATÉLA (2006)**, es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto.

Los inconvenientes que se le atribuyen, son los siguientes:

- El defecto de los métodos estáticos (no tienen en cuenta el valor del dinero en las distintas fechas o momentos)
- Ignora el hecho de que cualquier proyecto de inversión puede tener corrientes de beneficios o pérdidas después de superado el periodo de recuperación o reembolso.

Puesto que el plazo de recuperación no mide ni refleja todas las dimensiones que son significativas para la toma de decisiones sobre inversiones, tampoco se considera un método completo para poder ser empleado con carácter general para medir el valor de las mismas.

#### **2.1.5.3.4. Relación beneficio costo**

**HERNÁNDEZ y HERNÁNDEZ (2001)**, se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés. Tanto los beneficios como los costos no se

---

<sup>1</sup>Período de Recuperación de capital

cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toma en cuenta criterios sociales.

**TARRÁGO (2006)**, el análisis de coste-beneficio es un término que se refiere tanto a:

- Una disciplina formal (técnica) a utilizarse para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.
- Un planteamiento informal para tomar decisiones de algún tipo, por naturaleza inherente a toda acción humana.

Bajo ambas definiciones el proceso involucra, ya sea explícita o implícitamente, un peso total de los gastos previstos en contra del total de los beneficios previstos de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable. Muy relacionado, pero ligeramente diferentes, están las técnicas formales que incluyen análisis costo-eficacia y análisis de la eficacia del beneficio.

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se supone que todos los hechos y actos pueden evaluarse bajo esta lógica, aquellos dónde los beneficios superan el costo son exitosos, caso contrario fracasan.

#### **2.1.5.3.5. Análisis de sensibilidad**

**TARRÁGO (2006)**, los análisis de sensibilidad de los proyectos de inversión tienen por finalidad mostrar los efectos que sobre la Tasa Interna de Retorno (TIR) tendría una variación o cambio en el valor de una o más de las variables de costo o de ingreso que inciden en el proyecto (por ejemplo la tasa de interés, el volumen y/o el precio de ventas, el costo de la mano de obra, el de

las materias primas, el de la tasa de impuestos, el monto del capital, etc.), y, a la vez, mostrar la holgura con que se cuenta para su realización ante eventuales cambios de tales variables en el mercado.

Un proyecto de inversión puede ser aceptable bajo las condiciones previstas en el mismo, pero podría no serlo si en el mercado las variables de costo variaran significativamente al alza o si las variables de ingreso cambiaran significativamente a la baja. Por ejemplo ¿cuál sería la TIR si el costo de las materias primas aumentara o disminuyera en 10%, 20% o en 50% con respecto a los estimados en el proyecto? ¿Esta nueva TIR está por encima o por debajo de nuestra TIO (Tasa de Interés de Oportunidad)? En consecuencia, ¿Es o no conveniente realizar el proyecto?, y si lo es ¿qué holguras o márgenes de maniobra administrativa se tienen ante la eventualidad de que se presenten tales cambios

**VÁQUIRO (2006)**, con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa, puede efectuarse un análisis de sensibilidad, el cual indicará las variables que más afectan el resultado económico de un proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto al parámetro más incierto; por ejemplo, si se tiene una incertidumbre con respecto al precio de venta del artículo que se proyecta fabricar, es importante determinar qué tan sensible es la Tasa Interna de Retorno (TIR) o el Valor Presente Neto (VPN) con respecto al precio de venta. Si se tienen dos o más alternativas, es importante determinar las condiciones en que una alternativa es mejor que otra.

### **2.1.6. Estudio Ambiental**

**GÓMEZ, (2007)**, se define como el estudio de los distintos tipos de impacto que tiene lugar más comúnmente sobre el medio ambiente. Se hace notar que la clasificación ni es exhaustiva, ni excluyente, esto es, pueden existir impactos

no descritos, y un impacto concreto puede pertenecer a la vez a dos o más grupos tipológicos.

**LAYNEZ *et al.*, (2007)**, expone la clasificación de los estudios ambientales

- Por la variación de la calidad ambiental.
- Por la intensidad (grado de destrucción).- Pueden ser: impacto notable o muy alto; impacto mínimo o bajo; impactos medio y alto.
- Por la extensión.- Impacto puntual, Impacto parcial, Impacto extremo, Impacto total.
- Por el momento en que se manifiesta.- Impacto latente (corto, medio y largo plazo), Impacto inmediato, Impacto de momento crítico.
- Por su persistencia.- puede ser temporal o permanente.
- Por su periodicidad.- continuo, discontinuo, periódico, de aparición irregular.
- Por la necesidad de aplicación de medidas correctoras.- crítico, severo o moderado.

#### **2.1.6.1. Impactos ambientales significativos**

**GÓMEZ, (2007)**, El Impacto ambiental es un conjunto de análisis técnico-científicos, sistemáticos, interrelacionados entre sí, cuyo objetivo es la identificación, predicción y evaluación de los impactos significativos positivos y/o negativos, que pueden producir una o un conjunto de acciones de origen antrópico sobre el medio ambiente físico, biológico y humano. La información entregada por el estudio debe llevar a conclusiones sobre los impactos que puede producir sobre su entorno la instalación y desarrollo de un proyecto,

establecer las medidas para mitigarlos y seguirlos, y en general, proponer toda reducción o eliminación de su nivel de significancia.

Un Estudio de Impacto Ambiental analiza un sistema complejo, con muchos factores distintos y con fenómenos que son muy difíciles de cuantificar. Para hacer estos estudios hay varios métodos y se usan unos u otros según la actividad de que se trate, el organismo que las haga o el que las exija.

Un estudio de impacto ambiental permite comparar las situaciones y/o dinámicas ambientales previas y posteriores a la ejecución de una acción humana. Para ello se compara la situación ambiental existente con aquella que se espera generar como consecuencia de la acción. A través de este proceso de simulación se evalúan tanto los impactos directos como los indirectos.

#### **2.1.6.2. Plan de mitigación ambiental**

**LAYNEZ *et al.*, (2007)**, se debe prever en todo proyecto la mitigación del impacto ambiental surgido, entre las cuales pueden ser:

- Medidas protectoras, que evitan la aparición del efecto modificando los elementos definatorios de la actividad.
- Medidas correctoras, de impactos recuperables, dirigidas a anular, atenuar, corregir o modificar las acciones y efectos.
- Medidas compensatorias, de impactos irrecuperables e inevitables, que no evitan la aparición del efecto, ni lo anulan o atenúan, pero contrapesan de alguna manera la alteración del factor.

#### **2.1.7. Género**

**FERNÁNDEZ (2007)**, estudio de las diferencias existentes en las condiciones, necesidades, índices de participación, acceso a los recursos y desarrollo,

acceso al poder de la toma de decisiones, etc., entre hombres y mujeres debidas a los roles que tradicionalmente se les ha asignado.

El análisis de género implica necesariamente estudiar formas de organización y funcionamiento de las sociedades y analizar las relaciones sociales. Estas últimas pueden darse de mujer a mujer, de varón a varón, de varón a mujer y viceversa.

El análisis de género no debe limitarse al papel de la mujer, sino que debe cubrir y comparar el papel de la mujer respecto al hombre y viceversa. Las variables a considerar en este aspecto son: división sexual y genérica del trabajo, acceso y control de recursos y beneficios, participación en la toma de decisiones.

El análisis de género debe identificar:

- La división laboral entre hombres y mujeres (trabajo productivo y trabajo reproductivo).
- El acceso y control sobre los recursos y beneficios.
- Las necesidades específicas (prácticas por ejemplo acceso al trabajo y estratégicas por ejemplo participación en la toma de decisiones a nivel directivo en las organizaciones) de hombres y mujeres.
- Las limitaciones y oportunidades.
- La capacidad de organización de hombres y mujeres para promover la igualdad.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## 3.1. Materiales y métodos

### 3.1.1. Materiales y Equipos

Los materiales que se utilizaron para realizar la investigación son los siguientes:

#### **Materiales**

- Fichas cuestionarios (hojas) 400
- Materiales bibliográficos (lápiz, borrador, lapiceros) 10
- Suministros de oficina (hojas) 1000
- Hojas (resmas) 3
- USB (unidad) 1
- Discos magnéticos(unidad) 3
- Mapa de Quevedo 1
- Carpetas 10
- Libros 20
- Maqueta 1
- Publicidad

#### **Equipos**

- Equipo de computación 1
- Calculadora 1
- Equipo de oficina 1
- Impresora 1
- Cámara fotográfica 1

### 3.1.2. Métodos Utilizados

Para el desarrollo del tema de la investigación se aplicaron los siguientes métodos:

### **3.1.2.1. Deductivo-Inductivo**

El método inductivo, es un proceso analítico – sintético, mediante el cual se parte del estudio de las cosas, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que los rige. Es decir que “va de lo particular a lo general”.

El método deductivo por el contrario permite partir de ideas o conceptos generales que llevan a definir las particularidades. Es decir que “va de lo general a lo particular”.

La investigación del proyecto partió de hechos o fenómenos ocurridos en el área de estudio, la necesidad de vivienda que permita mejorar las condiciones de vida, es parte importante para el ciudadano quevedeño, mediante esta observación se determinó la necesidad de crear una empresa que ofrezca dicho producto dentro del sector.

El presente proyecto parte de ideas y conceptos generales que llevan a definir la particularidad, el tipo de vivienda que se pueda en el medio, adecuando al gusto del cliente, con materiales que contrasten con el medio y que pueda durar mucho tiempo.

### **3.1.2.2. Lógico-Histórico**

Se refiere a los hechos históricos y vigentes del problema identificado o la necesidad que se desea resolver. Se desprenden de la etapa inicial de inversión del proyecto.

En esta primera parte del estudio de factibilidad, se identificó y justificó el Proyecto, dentro del contexto de las políticas públicas, las disposiciones legales y el entorno económico del país. Así mismo, se definieron los objetivos generales y específicos del proyecto y se determinó la metodología de la

investigación, para el establecimiento de las etapas que conforman el estudio de factibilidad.

### **3.1.2.3. Analítico-Sintético**

El método analítico: Implica el análisis, “del griego análisis, que significa descomposición” esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

El método sintético: Implica la síntesis, “del griego *synthesis*, que significa reunión”, esto es, unión de elementos para formar un todo observar y penetrar en cada una de las partes de un objeto que se considera como unidad.

Estos métodos fueron aplicados en el proyecto en el estudio financiero y en la evaluación financiera ya que consiste en reunir los diversos elementos que se habían analizado anteriormente.

El análisis es provechoso en cuanto que proporciona nuevos elementos de juicio. La síntesis es indispensable en cuanto reúne esos elementos y produce nuevos juicios, criterios, tesis y argumentación.

### **3.1.2.4. Sistémico**

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad.

Está dirigido a modelar el tipo de vivienda que desean los quevedeños mediante la determinación de sus componentes, así como las relaciones entre ellos. Esas relaciones determinan por un lado la estructura del bien inmueble y por otro su dinámica.

## **3.2. Tipo de Investigación**

### **3.2.1. De campo**

Se aplicó este tipo de investigación por la necesidad de entrar en contacto directo con la realidad, esto es los actores del problema que se investiga de este modo se obtuvo la información requerida de una manera objetiva.

### **3.2.2. Bibliográfica**

Se utilizó este tipo de investigación que permitió recopilar información, la que se obtuvo de fuentes directas, tesis, proyectos de factibilidad, mapa de la ciudad de Quevedo, artículos científicos, libros, páginas de internet, leyes, entre otros.

## **3.3. Diseño de Investigación**

### **3.3.1. Fuentes de investigación**

#### **3.3.1.1. Primarias**

- **Observación directa**, estuvo basada en la información a través de las verificaciones directas realizadas a los demandantes de vivienda en el Cantón Quevedo.
- **Encuestas**, se utilizó como instrumento de verificación un cuestionario o formulario de encuesta, cuyos resultados sustentarán la factibilidad del proyecto.

### **3.3.1.2. Secundarias**

Se recurrió a textos, folletos, revistas, internet, proyectos de factibilidad, mapa de la ciudad de Quevedo, artículos científicos que sustentaron el trabajo de investigación, lo cual se indicó en el marco teórico.

## **3.3.2. Técnicas e Instrumentos de Evaluación**

### **3.3.2.1. Observación directa**

Estuvo basada en la información que se obtuvo a través de las visitas que se realizaron a los arrendatarios de vivienda en el cantón Quevedo y su área de influencia, para determinar el efecto que produce el no contar con una vivienda en el Cantón Quevedo y establecer las deficiencias y debilidades de la oferta de vivienda en la ciudad.

### **3.3.2.2. Encuestas**

Se utilizó un cuestionario de preguntas, que permitieron verificar la factibilidad del proyecto, fue aplicada a demandantes de vivienda en la ciudad de Quevedo.

### **3.3.2.3. Entrevistas**

Entrevistas a los propietarios de las empresas inmobiliarias existentes en Quevedo que en total suma 3.

## **3.4. Población y Muestra**

### **3.4.1. Población**

El mercado objetivo, fue dirigido a la población económicamente activa de la ciudad de Quevedo, específicamente al que está compuesto por personas que laboran, tanto en el sector privado, público, y profesionales en libre ejercicio, los cuales representan las principales fuentes de ingresos para la ciudad, siendo Quevedo una ciudad muy comercial.

Se dirigió a un mercado de personas, de un nivel socioeconómico medio y que mantengan un trabajo estable y con beneficios económicos para poder invertir en un bien inmueble.

La presente investigación se realizó considerando la población total de 173.575 del Cantón Quevedo con sus parroquias rurales San Carlos y La Esperanza. La población económicamente activa es 68.367 habitantes en el 2010, la proyección para el 2011 considerando la tasa de crecimiento (2.41%) es 70.015 PEA y para el 2012 la PEA es 71.702 (INEC, 2010).

Se contó también con las estadísticas de las personas que no tienen vivienda propia en Quevedo, teniendo así:

Total de Viviendas Ciudad de Quevedo: 31.953

Se conoce que el 67,50 % de la población cuenta con una vivienda propia. Mientras que el 22,70% habitan en viviendas de familiares, alquiladas u otras.

Así tenemos, que la demanda no satisfecha de viviendas en la población de Quevedo es de 7.245 Viviendas.

Además queda establecido que en Quevedo existen 3 proyectos inmobiliarios: Palmar del Sol, Conjunto Residencial Génesis, Portón de Israel.

### 3.4.2. Muestra

En el plan de muestreo para las encuestas dirigidas al PEA de la ciudad se escogió una muestra probabilística.

Para obtener dicha muestra se recurrió a usar técnicas de extracción de la misma. La técnica que se implementó fue: Muestreo aleatorio simple.

Para obtenerla, se enumeraron los elementos de la población y se seleccionaron al azar los elementos que contiene la muestra.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N}{(E^2N - 1) + 1}$$

Desarrollo:

n= Tamaño de la muestra

N= Unidad Objetiva

P= Probabilidad de aceptación (0.5)

Q= Probabilidad de rechazo (0.5)

E= Margen de error = 5%

z= Nivel de Confianza 95%

#### Cuadro 1. Detalle de la población total

Detalle	Población
Gerentes o propietarios de empresas inmobiliarias	3
PEA de la ciudad de Quevedo	71.702
Habitantes que no poseen vivienda	7.245
Total	78.950

$$n = \frac{78.950}{(0.0025 \times 78.949) + 1} = 197,3725 + 1 = 198.3725 = 397.98 = 398$$

$$n = \frac{N \times p}{N} = \frac{398 \times 71.702}{78.950} = 361.45 = 361$$

$$n = \frac{N \times p}{N} = \frac{398 \times 7.245}{78.950} = 36.52 = 37$$

El resultado de la muestra total basándonos en los datos anteriormente nombrados es:

### **Cuadro 2. Muestra obtenida de la población total**

<b>Detalle</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
Entrevista a Gerentes o propietarios de empresas inmobiliarias	3	3
Encuesta a PEA de la ciudad de Quevedo	71.702	361
Observación Habitantes que no poseen vivienda	7.245	37
<b>Total</b>	<b>78.950</b>	<b>401</b>

Elaboración: La autora

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## 4.1. Resultados

### 4.1.1. Análisis de la encuesta aplicada a los demandantes

#### 4.1.1.1. Género de los encuestados

Los resultados indica el porcentaje de los encuestados según el género, teniendo así:

Tal como se aprecia en el cuadro 3, un 59.26% corresponde al género femenino de la población encuestada y el 40.74% corresponde a la población masculina de los encuestados.

**Cuadro 3. Género de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	214	59.26
Masculino	147	40.74
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.2. Edad de los encuestados

Las distribuciones de la edad están divididas de la siguiente forma: un 46,54% corresponde a las personas de entre 20 a 30 años de edad. 35,73% corresponde a las personas de entre 31 a 40 años de edad y 17.73% corresponde a las personas de 41 años o más. Cuadro 4.

**Cuadro 4. Edad de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20-30	168	46.54
31-40	129	35.73
mas de40	64	17.73
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.3. Actividad económica**

El 36,01 % se dedica a negocio propio; el 32,13 % se dedica a una actividad del sector privada, el 19.94% de los encuestados son profesionales en libre ejercicio y el 11.91 % son empleados del sector público. Cuadro 5.

**Cuadro 5. Actividad económica de los encuestados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Privada	116	32.13
Publica	43	11.92
Negocio propio	130	36.01
Profesional en libre ejercicio	72	19.94
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### 4.1.1.4. Rama de la actividad económica

Según el cuadro 6, el 30.47% de los encuestados son propietarios de empresa o negocios; el 22.71% son gerentes y el 20.50% son empleados de la empresa, el 14.68% indican que son docentes y el 11.63% profesionales.

**Cuadro 6. Funciones de la actividad en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
propietario de empresa o negocio	110	30.47
gerente	82	22.72
empleado	74	20.50
obrero	0	-
docente	53	14.68
profesional	42	11.63
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.5. Miembros integrantes de la familia

El 60.66% de las familias de la población de Quevedo está compuesto de 1 a 3 integrantes. Un 31.30% tiene de 4 a 6 integrantes. Y el 8,03% 7 o más integrantes.

Tenemos como conclusión que el tamaño de las viviendas proyectadas para el conjunto residencial “Las Lomas” es factible ya que están diseñadas para familias con ese volumen de integrantes promedio. Cuadro 7.

**Cuadro 7. Número de miembros en la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 3	219	60.66
4 a 6	113	31.30
7 o más	29	8.04
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.6. Adultos y menores de edad en la familia**

El 62.05% de las familias quevedeñas está compuesta por adultos y el 37.95% de ellos corresponde a menores de edad. Cuadro 8.

**Cuadro 8. Integrantes de la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Adultos	224	62.05
Menores de edad	137	37.95
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.7. Edad de los integrantes**

El cuadro 9, destaca la edad de los integrantes de los miembros de la familia, estableciéndose que en los adultos el 68.06% están entre 31 a 42 años y con respecto a los niños el 44.00% corresponde a edades ente 0 y 5 años.

**Cuadro 9. Edad de los integrantes de la familia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Adultos</b>		
17- 30	14	3.92
31-42	245	68.06
mas de 42	101	28.02
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>
<b>Niños</b>		
0-5	159	44.00
6-11	116	32.00
12-17	87	24.00
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.8. Ingresos familiares**

El 47.65 % de los encuestados obtiene ingresos promedios de 691 a 1000 dólares, el 28.25 % obtiene ingresos superiores a 1000 dólares como sueldo. Cuadro 10.

**Cuadro 10. Ingresos familiares en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Rango ingresos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
295-690	87	24.10
691-1000	172	47.65
mas de 1000	102	28.25
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### 4.1.1.9. Situación de vivienda

Con respecto a las condiciones que vive, el cuadro 11 detalla que el 48.15% de los encuestados vive en casa propia, el 29.63% en vivienda alquilada y el 22.22% restante habitan en vivienda de algún familiar. Siendo estas cifras de beneficio para el proyecto ya que 51.85% del mercado no posee una vivienda propia, convirtiéndose en parte del mercado objetivo correspondiente a la suma de las familias que habitan con familiares y en vivienda alquilada.

**Cuadro 11. Tipo de vivienda propia en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Propia	174	48.15
Alquilada	107	29.63
Familiar	80	22.22
Otras especifique	0	0
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.10. Deseo de tener vivienda propia

El cuadro 12 muestra que el 72.30 .80% de los encuestados desean tener una vivienda, mientras que el 27.70% dice que no, mostrando así la factibilidad de una posible demanda del proyecto habitacional.

**Cuadro 12. Aspiraciones de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	261	72.30
No	100	27.70
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.11. Características de la vivienda**

La característica más sobresaliente entre los encuestados al momento de escoger una vivienda es la seguridad como factor más importante con el 33.27% seguida por ambiente con 30.47 % y ubicación con 22.16%. Cuadro 13.

**Cuadro 13. Características de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Seguridad	120	33.24
Precio	11	3.05
Ubicación	80	22.16
Ambiente	110	30.47
Acabados	40	11.08
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### 4.1.1.12. Importancia de un conjunto residencial

El 100 % de los encuestados manifiesta que es muy importante que Quevedo cuente con un nuevo conjunto residencial. Cuadro 14.

**Cuadro 14. Aceptación de un nuevo conjunto residencial en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	361	100.00
No	0	0.00
Total	361	100.00

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### 4.1.1.13. Precio a pagar por una vivienda

El precio es una de las estadísticas más representativas dentro de las características de preferencia de una vivienda en los encuestados.

El cuadro 15 detalla que el 76.00% de los encuestados podrían pagar de 40 a 60 mil dólares por una vivienda, el 20.00% pagarían de 61 a 80 mil dólares y en mínimo porcentaje pagarían entre 81 y 100 mil dólares por adquirir una vivienda.

**Cuadro 15. Precio de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
40mil a 60 mil	274	76.00
61mil a 80 mil	72	20.00
81 mil a 100 mil	14	4.00
mas de 100 mil	0	
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### **4.1.1.14. Sistema de pago**

Como estadística más representativa tenemos que 95.84% de los encuestados piensan que el financiamiento mediante crédito es la mejor opción al momento de escoger una vivienda. Seguido de un 4.16%, que piensan que debe ser al contado.

**Cuadro 16. Sistema de pago para vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Contado	15	4.16
Crédito	346	95.84
<b>Total</b>	<b>361</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La autora

#### 4.1.1.15. Sistema de financiamiento

El 53.47 % de los encuestados optaron por créditos con institución financiera; el 32.37% con Mutualista y Cooperativa y el porcentaje restante a través de la inmobiliaria. Cuadro 17.

**Cuadro 17. Sistema de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Institución financiera	185	53.47
Mutualista	112	32.37
La propia inmobiliaria	49	14.16
Total	346	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.16. Años de financiamiento para adquirir una vivienda

El 70.79% de los encuestados prefieren de 6 a 10 años el tiempo de financiamiento para obtener casa propia; el 16.69 % de ellos afirman que lo realizarían de 1 a 5 años como máximo. Cuadro 18.

**Cuadro 18. Años de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5 años	58	16.69
6 a 10 años	245	70.79
mas de 10 años	43	12.52
Total	346	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.17. Porcentaje de entrada para adquirir vivienda

El 58.40% de los encuestados desea aportar con el 30% del total del valor de la vivienda, el 30.33% aportaría 40% y el 11.27% daría el 50% del valor de la vivienda como parte de pago. Cuadro 19.

**Cuadro 19. Porcentaje de entrada como parte de financiamiento en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
30%	202	58.40
40%	105	30.33
50%	39	11.27
Total	346	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.18. Estilo de vivienda a su elección

El 96.00% de los encuestados prefiere el estilo moderno al momento de decidirse a adquirir una vivienda y el 4.00% la vivienda clásica. Cuadro 20

**Cuadro 20. Estilo de vivienda que prefiere en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Moderna	347	96.00
Clásica	14	4.00
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.19. Dimensiones de la vivienda

El 40.00% de los encuestados se inclinan por viviendas que posean 150 metros cuadrados; el 32.00% opina que sea una vivienda que posea un área de 120 m<sup>2</sup> y el 28.00% restante desea una vivienda de 102 m<sup>2</sup>. Cuadro 21.

**Cuadro 21. Dimensiones de la vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
102m <sup>2</sup>	101	28.00
120 m <sup>2</sup>	116	32.00
150 m <sup>2</sup>	144	40.00
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.20. Estructura de la vivienda

El cuadro 22 muestra que el 65.38% de los encuestados prefieren vivienda de 2 plantas.

**Cuadro 22. Pisos de la vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 planta	60	16.62
2 plantas	236	65.37
mas de 2 plantas	65	18.01
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.21. Elementos adicionales en vivienda a adquirir

Entre los elementos adicionales que debe poseer una vivienda está el patio con 49.86 %; Jardín con 17.17 % y Garaje 14.13. Cuadro 23.

**Cuadro 23. Elementos adicionales en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Patio	180	49.86
Garaje	51	14.13
Jardín	62	17.17
Otras	68	18.84
Total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.1.22. Número de cuartos

En el cuadro 24 se aprecia que el 36.29% de los encuestados prefiere una vivienda que posea 4 cuartos sin incluir sala y comedor, el 36.01% la de 6 cuartos; y el 27.70% mas de 8 cuartos.

**Cuadro 24. Número de cuartos en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
4	131	36.29
6	130	36.01
mas de 8	100	27.70
total	361	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

## 4.1.2. Análisis de las entrevistas aplicadas a los ofertantes

### 4.1.2.1. Datos generales de la oferta

En la ciudad de Quevedo existen tres ofertantes de inmuebles, están ubicados en las límites de la zona urbana de la ciudad, destacando que el Conjunto Residencial “Génesis” es un proyecto todavía sin ejecutarse, ya que hasta la presente fecha no posee casas habitadas, únicamente la casa modelo se encuentra en los predios, Portón de Israel posee 14 viviendas y no posee área para expandir la urbanización, sin embargo Palmar del sol cuenta con grandes extensiones para seguir promocionando la urbanización. Cuadro 25.

**Cuadro 25. Datos generales de la oferta inmobiliaria en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Empresas</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Área del predio</b>	<b>Áreas verdes</b>	<b>Número de viviendas</b>
Génesis	Vía El Empalme	2 Ha	400 m <sup>2</sup>	1 (casa modelo)
Portón de Israel	Vía Valencia	0.8 ha	100 m <sup>2</sup>	14
Palmar del Sol	Vía El Empalme	5 ha	500 m <sup>2</sup>	17

Fuente: Entrevista a ofertantes

Elaboración: La autora

### 4.1.2.2. Sistema de venta

En lo referente al sistema de venta se destaca que existe disponibilidad de acceder a crédito bancario en los tres conjuntos habitacionales, pero en el caso de Palmar del sol se puede acceder mediante venta directa (Contado) con descuento para quienes accedan por este sistema. Cuadro 26.

**Cuadro 26. Sistema de venta de ofertantes de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Empresas	Sistema de venta	
	Directo	Banco
Génesis		✓
Portón de Israel		✓
Palmar del Sol	✓	✓

Fuente: Entrevista a ofertantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.2.3. Tipo de vivienda que poseen

Sólo el conjunto habitacional Palmar del sol oferta viviendas de 1 planta tipo villa, tal como se detalla en el cuadro 27.

**Cuadro 27. Tipo de vivienda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Empresas	Tipo de vivienda	
	1 planta	2 plantas
Génesis		✓
Portón de Israel		✓
Palmar del Sol	✓	✓

Fuente: Entrevista a ofertantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.2.4. Dimensiones de las viviendas

Las dimensiones más comunes en las viviendas ofertadas es 120 m<sup>2</sup> según informan han considerado el promedio de miembros por familia en la ciudad.

**Cuadro 28. Dimensiones de las viviendas en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Empresas	Dimensiones de vivienda		
	102 m <sup>2</sup>	120 m <sup>2</sup>	150 m <sup>2</sup>
Génesis	✓	✓	
Portón de Israel		✓	
Palmar del Sol	✓	✓	✓

Fuente: Entrevista a ofertantes

Elaboración: La autora

#### 4.1.2.5. Valor de las viviendas

La urbanización Palmar del sol tiene viviendas con diferentes precios de acuerdo a los acabados y modelos de las mismas, en cambio El Conjunto Residencial “Génesis y Portón de Israel tienen limitado el precio de las viviendas por que ofertan solo un tipo de casa. Cuadro 29.

**Cuadro 29. Valor de las viviendas en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Empresas	Precios de vivienda			
	40 mil a 60 mil	61 mil a 80 mil	81 mil a 100 mil	Más de 100 mil
Génesis	✓			
Portón de Israel		✓		
Palmar del Sol		✓	✓	✓

Fuente: Entrevista a ofertantes

Elaboración: La autora

### **4.1.3. Observación directa**

En lo referente a la observación directa realizada a familias que ocupan una vivienda como inquilinos, se pudo observar que el promedio de tiempo de arriendo va de 1 a 3 años, por dicho arriendo pagan \$ 150.00 dólares mensuales en la cual pagan adicional como servicios básicos un promedio de \$ 20.00 dólares mensuales. Dando una totalidad de 170 dólares que se los podría invertir en pagos de las alícuotas mensuales para la adquisición de una vivienda propia.

### **4.1.4. Estudio de mercado**

#### **4.1.4.1. Demanda histórica**

Son varios los factores por los cuales muchas familias no cuentan con una vivienda propia, los cuales se analizarán para obtener una resolución a dichos problemas.

Los factores analizados son: problemas económicos, faltas de financiamiento, tasas de intereses, diversidad para elegir.

Se pudo observar que muchas familias en la ciudad optan por la vía de alquiler de viviendas, que basándose en la teoría de costos de oportunidad, podrían ese dinero invertir en una vivienda que sería propia, he aquí más clientes potenciales.

Para el 33.24 % del total encuestado, la razón más importante por la que comprarían una casa es: seguridad, seguida de los ambientes que tendría la nueva vivienda (cuadro 13). Siguiendo con lo anterior, del total de personas interesadas en una vivienda; el 65.38 % se encuentran interesados en la casa de 2 plantas y el otro 16.62 % están interesados en la casa de una sola planta (cuadro 22).

#### 4.1.4.1. Demanda actual

Luego de haber recolectado, tabulado y analizado detenidamente los datos, se puede resaltar que la investigación de mercado se logró satisfacer los objetivos planteados y permitió obtener suficiente información relevante de las preferencias y perfiles del consumidor o cliente meta.

**Cuadro 30. Demanda actual en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Año</b>	<b>PEA/familias</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>	<b>Familias que alquilan</b>	<b>Demanda</b>
2010	17,092	2.41%	29.63%	5,064
2011	17,504	2.41%		5,186
2012	17,926	2.41%		5,311

Fuente: INEC, 2010

Elaboración: La autora

#### 4.1.4.2. Proyección de la demanda

En base a la demanda histórica y utilizando la proyección lineal se establece la siguiente demanda futura de familias que desean vivienda.

**Cuadro 31. Demanda proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Año</b>	<b>x Años</b>	<b>Demanda</b>
2013	4	5,434
2014	5	5,558
2015	6	5,681
2016	7	5,805
2017	8	5,928
2018	9	6,052

Elaboración: La autora

#### 4.1.4.3. Oferta histórica y actual

El mercado Inmobiliario en la ciudad de Quevedo está en período de crecimiento, planes habitacionales aun están en etapa de construcción.

La existencia de 3 conjuntos residenciales en la misma área hace posible que Urbanización “Las Lomas” entre a competir en este mercado creciente.

La oferta y demanda es creciente en esta industria, y Urbanización “Las Lomas” entra al mercado con precios competitivos, lo cual es un diferenciador de la competencia.

**Cuadro 32. Oferta histórica y actual en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Año	Número de viviendas en urbanizaciones	Tasa de crecimiento	Oferta
2010	17	2.41%	17
2011	32		33
2012	38		39

Elaboración: La autora

#### 4.1.4.4. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se estimó la oferta actual, a partir de los datos de consumo aparente. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes de viviendas, tal como se aprecia en el cuadro 33.

**Cuadro 33. Oferta proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Años</b>	<b>x Años</b>	<b>Oferta</b>
2013	4	51
2014	5	62
2015	6	73
2016	7	83
2017	8	94
2018	9	105

Elaboración: La autora

#### **4.1.4.5. Demanda insatisfecha**

La demanda potencial insatisfecha de la cantidad de viviendas que es probable que se requiera en los años futuros, se plantea en el próximo cuadro.

**Cuadro 34. Demanda insatisfecha proyectada en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>D.I.</b>
2013	5,434	51	-5,383
2014	5,558	62	-5,496
2015	5,681	73	-5,609
2016	5,805	83	-5,721
2017	5,928	94	-5,834
2018	6,052	105	-5,947

D.I. Demanda Insatisfecha

Elaboración: La autora

## 4.1.5. Estudio técnico

### 4.1.5.1. Tamaño

Para estimar el tamaño del proyecto se consideró la demanda insatisfecha de vivienda, El 72.30% de las personas encuestadas estarían interesadas en un proyecto urbanístico y de éstas, el 58.40 % estaría en posibilidades de pagar la cuota de entrada del 30% (Cuadro 19) y el resto financiado con lo que se puede llegar a anticipar la compra de 38 casas.

De las personas que desean y tienen posibilidades económicas de comprar una casa; el 16.62 % desean adquirir una casa tipo 1 (1 planta) y el restante 83.38%, adquirir la casa tipo 2 de dos plantas (cuadro 22), por ésta razón de las 38 casas a construirse en el primer año, 6 casas serán del tipo 1) mientras que 32 serán del tipo 2.

**Cuadro 35. Tamaño del proyecto en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Años</b>	<b>D.I.</b>	<b>% de mercado</b>	<b>Aporte del proyecto</b>
2013	5,383	0.71%	38
2014	5,496	0.75%	41
2015	5,609	0.76%	43
2016	5,721	0.80%	46
2017	5,834	0.83%	48
2018	5,947	0.81%	48

D.I. Demanda Insatisfecha

Elaboración: La autora

### 4.1.5.2. Localización

Urbanización Las Lomas estará localizada en el sector Santa Rosa (parroquia 24 de mayo) con acceso a servicios básicos (agua, teléfono, energía eléctrica) y a escasos cinco minutos del centro de la ciudad.



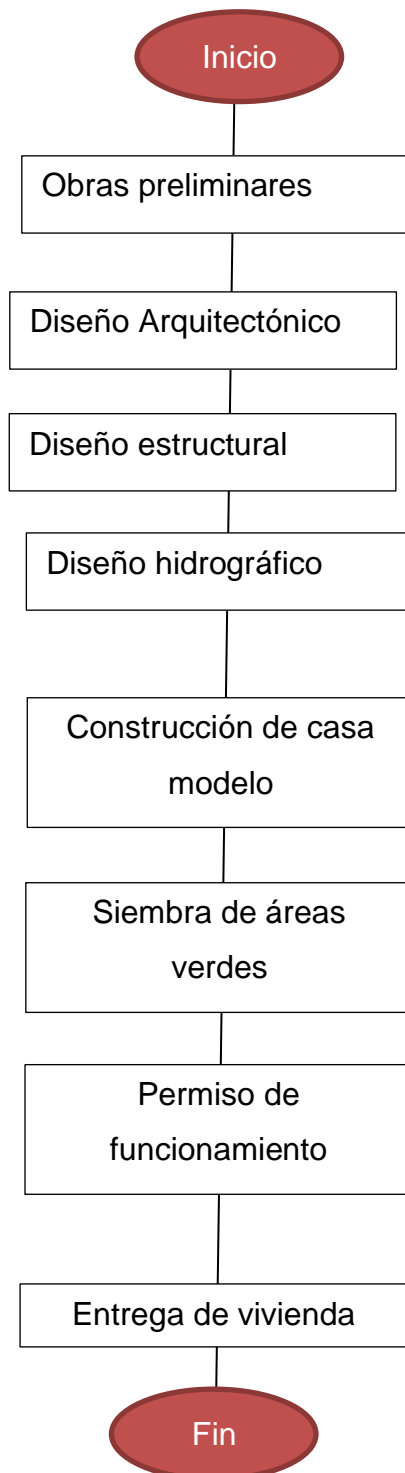
**Figura 1.** Mapa de las parroquias urbanas de Quevedo

#### **4.1.5.3. Ingeniería del proyecto**

##### **4.1.5.3.1. Descripción del proceso**

El flujograma de proyecto está basado en el proceso de construcción del conjunto habitacional, es decir, se clasificará en función del bien que se ofrecerá en el mercado detallando las actividades que se van a realizar para la implantación del mismo.

A continuación se esquematiza las actividades del proceso de construcción y entrega de vivienda:



**Figura 2.** Flujograma de proceso de construcción y entrega de vivienda

Elaborado: La autora

## **4.1.6. Estudio administrativo**

### **4.1.6.1. Visión**

Ser líderes en el mercado de interés, con un conjunto residencial completo, y bajo todas las comodidades que nuestros clientes requieren, alcanzando la satisfacción total de ellos.

### **4.1.6.2. Misión**

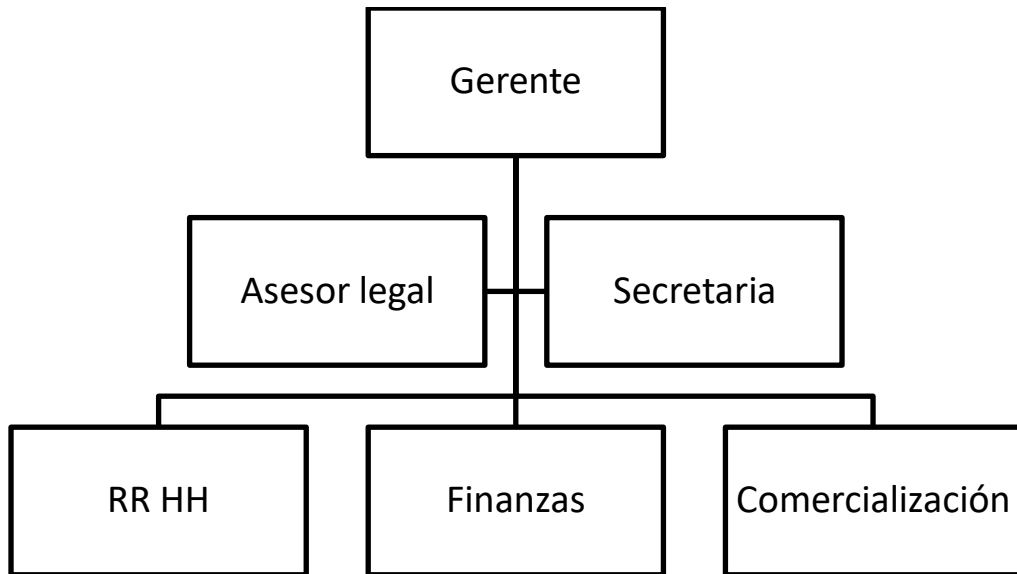
Entender, atender, y priorizar; las necesidades de vivienda, de nuestros actuales y futuros clientes, haciéndolas nuestras y procurando la total satisfacción de ellas, a un nivel de vida completo, seguro, y al alcance de los mismos.

### **4.1.6.3. Organigrama**

Con este proyecto participaran sin excepción alguna y con carácter de urgente, todas las personas involucradas en el proceso:

La empresa, al inicio de las operaciones contará con 4 personas en relación de Dependencia

En la Figura 3, se muestra el organigrama estructural de la empresa la misma que tendrá una posición vertical donde toda la responsabilidad girará alrededor del gerente de la empresa.



**Figura 3.** Organigrama propuesto para Urbanización Las Lomas

Las actividades que realizarán cada uno de los integrantes será:

**Gerente:**

- Control de la empresa
- Disponer el pago del personal
- Dotar de implementos y materiales

**Asesor legal:**

- Realizar los contratos con empleados, proveedores
- Representa a la empresa en materia jurídica

**Secretaria:**

Ayuda al nivel administrativo en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Apoya a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales

Será la persona encargada de llevar los reportes contables, y todo lo relacionado a la administración de la empresa. Atenderá las llamadas y guiará a los clientes con los respectivos asesores de venta. También se encargará de cualquier trámite legal y tributario de la compañía, y ayudará a la Gerencia en General

#### **RRHH, Finanzas y Comercialización:**

Responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa.

#### **4.1.6.4. Registro de la actividad comercial**

Para registrar el nombre comercial de la compañía se procederá ir al IEPI, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para inscribir el nombre y este no sea repetido. Los servicios legales requieren una inversión de US \$ 5,000.00 sin incluir el valor de la tasas, su trámite completo toma aproximadamente 8 meses y debe ser actualizado cada 10 años.



**¡Más que una casa.... Un hogar!**



**Figura 4.** Modelo de casa Urbanización Las Lomas

#### **4.1.6.4.1. Aspectos legales**

Es importante tener en cuenta que la Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, que son las instituciones estatales que regulan estos procesos, exigen el auspicio de un abogado para realizar los respectivos trámites legales.

#### **4.1.6.4.2. Aspectos tributarios**

Los aspectos tributarios considerados para la ejecución de este proyecto son la Obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) para personas jurídicas, el Permiso de Funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos y el Permiso de Funcionamiento y construcción de la Municipalidad de Quevedo contando con un estudio del suelo el cual da la viabilidad de construcción es este espacio físico.

#### **4.1.6.4.3. Costos por permisos de construcción**

Entre los trámites que se consideran con el fin de obtener los permisos y licencias de construcción de Urbanización Las Lomas se detallan a continuación los siguientes:

**1. Aprobación de condominios:** Donde se tramita la subdivisión de predios y aprueba el proyecto de construcción.

**2. Alineamiento y número general:** Es el trámite por el cual se verifica que el terreno no tenga afectaciones a futuro de acuerdo.

**3. Uso del suelo e impacto ambiental:** Donde se verifica que el uso del suelo sea apropiado según la carta urbana de la ciudad y se estudia el impacto que tendrá en su entorno.

**4. Levantamiento topográfico:** El levantamiento Topográfico es un conjunto de operaciones que determinan las posiciones de puntos.

**5. Estudio de agua potable , eléctrico y alcantarillado :** Se realiza un estudio profundo de Agua Potable , Electricidad y Alcantarillado para dotación de los servicios básicos, para permitirse obtener una vivencia exenta de agentes exógenos que comprometan o afecten su salubridad por ello los asentamientos habitacionales, llámense urbanizaciones, lotizaciones o cooperativas de vivienda, deben de contar con una infraestructura que preste la asistencia de agua potable, drenajes de aguas residuales y superficiales ; por lo cual es necesario contar con la infraestructura sanitaria básica en todos los solares proyectados de la Urbanización Las Lomas, que garanticen las mínimas condiciones óptimas de salubridad para sus habitantes. El objetivo del presente estudio está encaminado primordialmente a la consecución de los fines antedichos.

**6.Licencias y terminación de la obra :** En el trámite de licencias de construcción se revisa el proyecto con el fin de que cumpla con lo establecido en el reglamento de construcción de la ciudad .También se verifica que el proyecto cuente con la memoria del calculo correspondiente al diseño estructural .Por lo que respecta al trámite de terminación de la obra , se verifica que lo construido coincida con lo autorizado en licencias y que los requisitos pedidos por el informe de impacto ambiental se hayan llevado a cabo.

## 4.1.7. Estudio económico

### 4.1.7.1. Inversión fija tangible

En el Cuadro 38, se presenta la inversión fija de los activos fijos tangibles los mismos que asciende a la cantidad de 153,704.00 dólares.

**Cuadro 36. Inversión en activos fijos tangibles en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Terreno</b>	ha	2	\$ 150,000.00	<b>\$ 150,000.00</b>
Muebles y enseres				
Escritorio Gerente proyecto	unidad	1	\$ 275.00	\$ 275.00
Escritorio Ventas	unidad	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Sillas	unidad	8	\$ 75.00	\$ 600.00
Archivador	unidad	2	\$ 220.00	\$ 440.00
<b>Total muebles y enseres</b>				<b>\$ 1,465.00</b>
Equipos de oficina				
Calculadora	unidad	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Teléfonos	unidad	2	\$ 78.00	\$ 156.00
Fax	unidad	1	\$ 158.00	\$ 158.00
<b>Total equipos de oficina</b>				<b>\$ 389.00</b>
Equipos de computación				
Computadoras	unidad	2	\$ 780.00	\$ 1,560.00
Impresora multifunción	unidad	2	\$ 145.00	\$ 290.00
Total equipo de computación				\$ 1,850.00
<b>Total activo depreciable</b>				<b>\$ 3,704.00</b>
<b>Total activo fijo</b>				<b>\$153,704.00</b>

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.2. Inversión fija intangible

Los principales ítems que configuran esta inversión son los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información pre operativos

**Cuadro 37. Inversión en activos fijos intangibles en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Rubros	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Asesoría jurídica proyecto	Global	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
<b>Planificación</b>				
Arquitectura	Global	1	\$ 15,000.00	\$15,000.00
Estudio del suelo	Global	1	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Diseño eléctrico	Global	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Levantamiento topográfico	Global	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Permisos	Global	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Derechos EMAP	Global	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Derecho CNT	Global	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Derechos CNEL	Global	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Derecho predial	Global	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00
Impuesto aprobación planos	Global	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Total activos intangibles				\$ 46,400.00

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.3. Capital de trabajo

Para iniciar las labores y puesta en marcha de la Urbanización Las Lomas se va a necesitar la implementación de una oficina para las operaciones administrativas y comerciales del proyecto inmobiliario, a continuación se detallara todos costos de capital de trabajo necesarios. Aquí se agrega el valor de las casas modelos establecidas antes del inicio de las operaciones. Cuadro 38.

**Cuadro 38. Capital de trabajo en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Rubros</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. Anual</b>
Oficina	Alquiler	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00
<b>Servicios básicos</b>				
Agua	mes	1	\$ 8.00	\$ 96.00
teléfono	mes	1	\$ 20.00	\$ 240.00
Luz	mes	1	\$ 25.00	\$ 300.00
<b>Personal</b>				
Gerente	sueldo	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Asesor legal	Asesoría	1	\$ 500.00	\$ 3,000.00
Secretaria	sueldo	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Jefe de RRHH	sueldo	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Jefe Finanzas	sueldo	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
jefe Comercialización	sueldo	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Ingeniero civil	Asesoría	1	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
Arquitecto	Asesoría	1	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Diseñador	Asesoría	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
<b>Gastos administrativos</b>				
Papelería	Unidad	1	\$ 50.00	\$ 600.00
Insumos	Unidad	1	\$ 20.00	\$ 240.00
<b>Costos casas modelos</b>				
una planta	Unidad	1		\$ 29,300.45
Dos plantas	Unidad	1		\$ 23,437.64
<b>Gastos promocionales</b>				
Publicidad	Unidad	1	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Promociones	Unidad	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
<b>Total capital de trabajo</b>			<b>\$ 11,823.00</b>	<b>\$ 191,614.09</b>

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.4. Resumen de Inversiones Iniciales

El resumen de inversiones iniciales del presente proyecto son las siguientes:

**Cuadro 39. Resumen inversión inicial en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Inversión total</b>	<b>Monto</b>
Terreno	\$ 150,000.00
Inversión activo fijo depreciable	\$ 3,704.00
Inversión activos Intangibles	\$ 46,400.00
Inversión de Capital de Trabajo	\$ 191,614.09
<b>Total inversión inicial</b>	<b>\$ 391,718.09</b>

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.5. Financiamiento

Para poder financiar y poner en marcha el proyecto, se procederá a la siguiente estructura:

El financiamiento con recursos propios será el 30% y el restante 70% será obtenido a través de un crédito bancario. Cuadro 40.

**Cuadro 40. Financiamiento de la inversión en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>Financiamiento</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
Inversión propia	30%	\$ 117,515.42
Financiado	70%	\$ 274,202.67
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 391,718.09</b>

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.6. Amortización de la deuda

Las características de financiamiento directo que otorga la CFN, son las siguientes: tasa de interés del 14% anual por crédito hipotecario por un monto de 274,202.67 dólares en un plazo de veinte años, dando como resultado cuotas anuales de 40,872.31 dólares.

**Cuadro 41. Amortización de la deuda en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Nº Años	Saldo inicial	Interés	Cuota anual	Capital	Saldo insoluto
0	\$ 274,202.67				\$ 274,202.67
1		\$ 38,388.37	\$ 41,400.76	\$ 3,012.39	\$ 271,190.28
2		\$ 37,966.64	\$ 41,400.76	\$ 3,434.13	\$ 267,756.15
3		\$ 37,485.86	\$ 41,400.76	\$ 3,914.90	\$ 263,841.25
4		\$ 36,937.77	\$ 41,400.76	\$ 4,462.99	\$ 259,378.26
5		\$ 36,312.96	\$ 41,400.76	\$ 5,087.81	\$ 254,290.45
6		\$ 35,600.66	\$ 41,400.76	\$ 5,800.10	\$ 248,490.35
7		\$ 34,788.65	\$ 41,400.76	\$ 6,612.12	\$ 241,878.23
8		\$ 33,862.95	\$ 41,400.76	\$ 7,537.81	\$ 234,340.42
9		\$ 32,807.66	\$ 41,400.76	\$ 8,593.11	\$ 225,747.31
10		\$ 31,604.62	\$ 41,400.76	\$ 9,796.14	\$ 215,951.17
11		\$ 30,233.16	\$ 41,400.76	\$ 11,167.60	\$ 204,783.57
12		\$ 28,669.70	\$ 41,400.76	\$ 12,731.06	\$ 192,052.51
13		\$ 26,887.35	\$ 41,400.76	\$ 14,513.41	\$ 177,539.10
14		\$ 24,855.47	\$ 41,400.76	\$ 16,545.29	\$ 160,993.81
15		\$ 22,539.13	\$ 41,400.76	\$ 18,861.63	\$ 142,132.18
16		\$ 19,898.50	\$ 41,400.76	\$ 21,502.26	\$ 120,629.92
17		\$ 16,888.19	\$ 41,400.76	\$ 24,512.58	\$ 96,117.34
18		\$ 13,456.43	\$ 41,400.76	\$ 27,944.34	\$ 68,173.00
19		\$ 9,544.22	\$ 41,400.76	\$ 31,856.54	\$ 36,316.46
20		\$ 5,084.30	\$ 41,400.76	\$ 36,316.46	\$ 0.00

Elaborado: La Autora

#### 4.1.7.7. Costos de operación

Se presentan los costos necesarios para la operatividad del proyecto, están divididos en costos fijos con un monto de \$138,797.30 y costos variables con \$ 1,115.080.31.

**Cuadro 42. Costos de producción proyectados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

RUBRO	AÑOS					
	1	2	3	4	5	6
<b>COSTOS FIJOS</b>						
Gerente	\$ 9,600.00	\$ 9,984.00	\$ 10,383.36	\$ 10,798.69	\$ 11,230.64	\$ 11,679.87
Asesor legal	\$ 3,000.00	\$ 3,120.00	\$ 3,244.80	\$ 3,374.59	\$ 3,509.58	\$ 3,649.96
Secretaria	\$ 4,200.00	\$ 4,368.00	\$ 4,542.72	\$ 4,724.43	\$ 4,913.41	\$ 5,109.94
Jefe de RRHH	\$ 6,000.00	\$ 6,240.00	\$ 6,489.60	\$ 6,749.18	\$ 7,019.15	\$ 7,299.92
Jefe Finanzas	\$ 6,000.00	\$ 6,240.00	\$ 6,489.60	\$ 6,749.18	\$ 7,019.15	\$ 7,299.92
jefe Comercialización	\$ 6,000.00	\$ 6,240.00	\$ 6,489.60	\$ 6,749.18	\$ 7,019.15	\$ 7,299.92
Ingeniero civil	\$ 14,400.00	\$ 14,976.00	\$ 15,575.04	\$ 16,198.04	\$ 16,845.96	\$ 17,519.80
Arquitecto	\$ 36,000.00	\$ 37,440.00	\$ 38,937.60	\$ 40,495.10	\$ 42,114.91	\$ 43,799.50
Diseñador	\$ 12,000.00	\$ 12,480.00	\$ 12,979.20	\$ 13,498.37	\$ 14,038.30	\$ 14,599.83
Depreciación	\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 272.38	\$ 272.38	\$ 2,719.72
Gastos financieros	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 139,325.75</b>	<b>\$ 143,213.75</b>	<b>\$ 147,257.27</b>	<b>\$ 151,009.93</b>	<b>\$ 155,383.40</b>	<b>\$ 162,379.14</b>
<b>Costos Variables</b>						
<b>Gastos administrativos</b>						
Papelería	\$ 600.00	\$ 624.00	\$ 648.96	\$ 674.92	\$ 701.92	\$ 729.99
Insumos	\$ 240.00	\$ 249.60	\$ 259.58	\$ 269.97	\$ 280.77	\$ 292.00
<b>Costos casas modelos</b>						
una planta	\$ 140,625.86	\$ 205,103.16	\$ 164,063.50	\$ 187,501.14	\$ 187,501.14	\$ 187,501.14
Dos plantas	\$ 937,614.45	\$ 996,215.35	\$ 1,054,816.26	\$ 1,113,417.16	\$ 1,172,018.06	\$ 1,172,018.06
<b>Gastos promocionales</b>						
Publicidad	\$ 24,000.00	\$ 24,960.00	\$ 25,958.40	\$ 26,996.74	\$ 28,076.61	\$ 29,199.67
Promociones	\$ 12,000.00	\$ 12,480.00	\$ 12,979.20	\$ 13,498.37	\$ 14,038.30	\$ 14,599.83
Oficina	\$ 4,200.00	\$ 4,368.00	\$ 4,542.72	\$ 4,724.43	\$ 4,913.41	\$ 5,109.94
<b>Servicios básicos</b>						
Agua	\$ 96.00	\$ 99.84	\$ 103.83	\$ 107.99	\$ 112.31	\$ 116.80
teléfono	\$ 240.00	\$ 249.60	\$ 259.58	\$ 269.97	\$ 280.77	\$ 292.00
Luz	\$ 300.00	\$ 312.00	\$ 324.48	\$ 337.46	\$ 350.96	\$ 365.00
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 1,115,080.31</b>	<b>\$ 1,239,632.12</b>	<b>\$ 1,258,725.90</b>	<b>\$ 1,342,358.29</b>	<b>\$ 1,402,616.79</b>	<b>\$ 1,404,340.70</b>
<b>Total costos de operación</b>	<b>\$ 1,254,406.05</b>	<b>\$ 1,382,845.86</b>	<b>\$ 1,405,983.17</b>	<b>\$ 1,493,368.22</b>	<b>\$ 1,558,000.20</b>	<b>\$ 1,566,719.84</b>

Elaborado: La Autora

#### **4.1.7.8. Ingresos**

En el cuadro 43, el presupuesto de ingresos por concepto de ventas en el primer año asciende a la cantidad de 1.834.794.70 dólares en el cual se va incrementando para los siguientes años.

#### **4.1.7.9. Estado de resultados**

En el cuadro 44, se observa la utilidad neta, luego de descontar todos los costos y gastos que se incurren cada año de vida útil del proyecto. Para el primer año la utilidad es de \$ 361.282.76 la misma que se incrementa positivamente para los siguientes años.

#### **4.1.7.10. Flujo de caja**

En el cuadro 45, el flujo de caja generado para el primer año es de 448.186,62 dólares, incrementándose en el sexto año en 1,008.699.32 dólares.

#### **4.1.7.11. Punto de equilibrio**

El nivel de equilibrio monetario del primer año es de 139.325,75 con lo cual la empresa ni gana ni pierde. Esto da la pauta para conocer el nivel básico de producción que el inversionista tiene que producir para no perder ni ganar. En cuanto al punto de equilibrio en unidades habitacionales es 4 casas por año. Cuadro 46.

**Cuadro 43. Ingresos proyectados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Detalle	Años					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Casa una planta	6	7	7	8	8	8
Casa dos plantas	32	34	36	38	40	40
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>46</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
<b>Costo (\$)</b>						
Casa una planta	\$ 38,000.00	\$ 39,520.00	\$ 41,100.80	\$ 42,744.83	\$ 44,454.63	\$ 46,232.81
Casa dos plantas	\$ 50,000.00	\$ 52,000.00	\$ 54,080.00	\$ 56,243.20	\$ 58,492.93	\$ 60,832.65
<b>Total</b>	<b>\$ 88,000.00</b>	<b>\$ 91,520.00</b>	<b>\$ 95,180.80</b>	<b>\$ 98,988.03</b>	<b>\$ 102,947.55</b>	<b>\$ 107,065.46</b>
<b>Ingresos</b>						
Casa una planta	\$ 241,384.95	\$ 270,738.56	\$ 298,839.21	\$ 325,170.78	\$ 357,774.52	\$ 370,136.30
Casa dos plantas	\$ 1,593,409.75	\$ 1,787,176.29	\$ 1,972,671.93	\$ 2,146,489.59	\$ 2,361,710.65	\$ 2,443,312.18
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 1,834,794.70</b>	<b>\$ 2,057,914.85</b>	<b>\$ 2,271,511.14</b>	<b>\$ 2,471,660.36</b>	<b>\$ 2,719,485.17</b>	<b>\$ 2,813,448.48</b>

Elaborado: La Autora

**Cuadro 44. Estados de resultados en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Presentación	Años					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos netos	\$ 1,834,794.70	\$ 2,057,914.85	\$ 2,271,511.14	\$ 2,471,660.36	\$ 2,719,485.17	\$ 2,813,448.48
Costos de producción	\$ 1,119,875.87	\$ 1,119,875.87	\$ 1,119,875.87	\$ 1,119,875.87	\$ 1,119,875.87	\$ 1,119,875.87
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	\$ 714,918.82	\$ 938,038.97	\$ 1,151,635.27	\$ 1,351,784.49	\$ 1,599,609.30	\$ 1,693,572.60
Gastos de mano de obra directa	\$ 97,200.00	\$ 101,088.00	\$ 105,131.52	\$ 109,336.78	\$ 113,710.25	\$ 118,258.66
Utilidad neta en ventas	\$ 617,718.82	\$ 836,950.97	\$ 1,046,503.75	\$ 1,242,447.71	\$ 1,485,899.04	\$ 1,575,313.94
Gastos en administración	\$ 9,600.00	\$ 9,984.00	\$ 10,383.36	\$ 10,798.69	\$ 11,230.64	\$ 11,679.87
Utilidad neta en operaciones	\$ 608,118.82	\$ 826,966.97	\$ 1,036,120.39	\$ 1,231,649.01	\$ 1,474,668.40	\$ 1,563,634.07
Gastos financieros	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76	\$ 41,400.76
Utilidad neta antes de impuestos	\$ 566,718.06	\$ 785,566.21	\$ 994,719.63	\$ 1,190,248.25	\$ 1,433,267.64	\$ 1,522,233.31
Reparto de utilidades a trabajadores	\$ 85,007.71	\$ 117,834.93	\$ 149,207.94	\$ 178,537.24	\$ 214,990.15	\$ 228,335.00
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 481,710.35	\$ 667,731.28	\$ 845,511.68	\$ 1,011,711.01	\$ 1,218,277.49	\$ 1,293,898.31
Impuesto a la renta a utilidades	\$ 120,427.59	\$ 166,932.82	\$ 211,377.92	\$ 252,927.75	\$ 304,569.37	\$ 323,474.58
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 361,282.76</b>	<b>\$ 500,798.46</b>	<b>\$ 634,133.76</b>	<b>\$ 758,783.26</b>	<b>\$ 913,708.12</b>	<b>\$ 970,423.73</b>

Elaborado: La Autora

**Cuadro 45. Flujo de caja en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

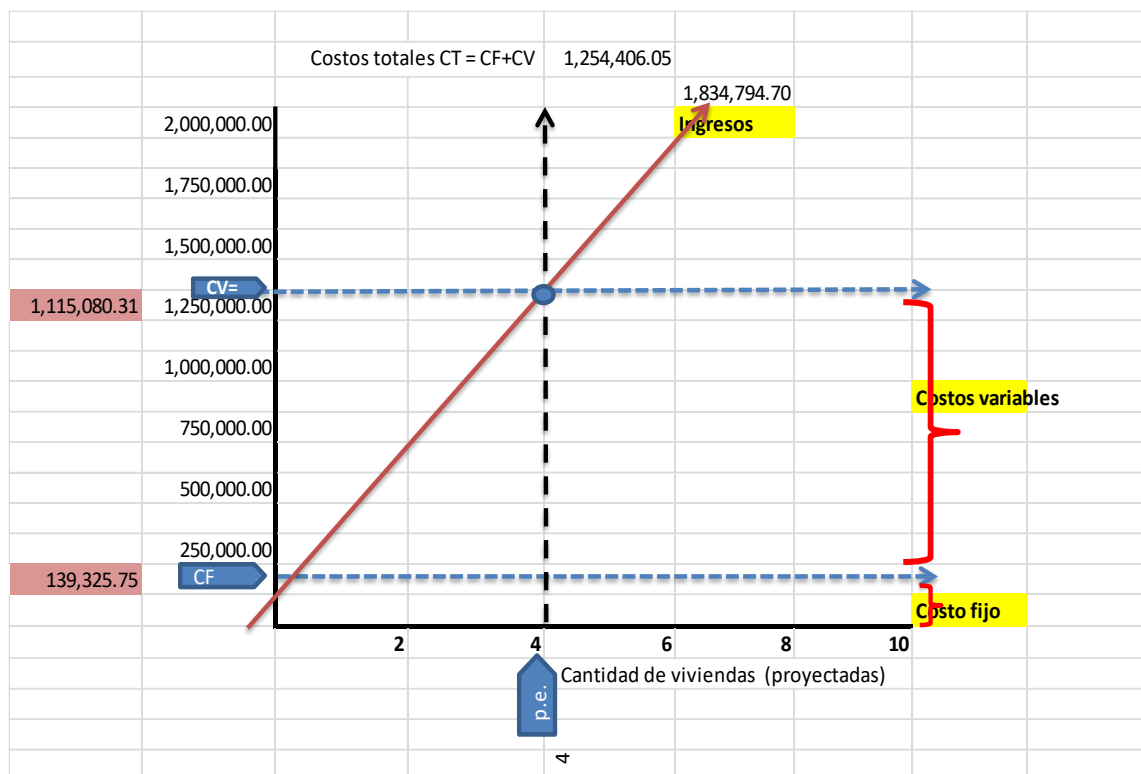
Rubros	Años						
	0	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos por ventas		\$ 1,834,794.70	\$ 2,057,914.85	\$ 2,271,511.14	\$ 2,471,660.36	\$ 2,719,485.17	\$ 2,813,448.48
Costos variables		\$ 1,115,080.31	\$ 1,239,632.12	\$ 1,258,725.90	\$ 1,342,358.29	\$ 1,402,616.79	\$ 1,404,340.70
Costos fijos		\$ 139,325.75	\$ 143,213.75	\$ 147,257.27	\$ 151,009.93	\$ 155,383.40	\$ 162,379.14
Gastos de administración		\$ 9,600.00	\$ 9,984.00	\$ 10,383.36	\$ 10,798.69	\$ 11,230.64	\$ 11,679.87
Depreciación maquinaria		\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 272.38	\$ 272.38	\$ 2,719.72
Pago de intereses		\$ 38,388.37	\$ 37,966.64	\$ 37,485.86	\$ 36,937.77	\$ 36,312.96	\$ 35,600.66
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 531,675.29	\$ 626,393.36	\$ 816,933.77	\$ 930,283.29	\$ 1,113,668.99	\$ 1,196,728.39
Impuesto a pagar (15%)		\$ 79,751.29	\$ 93,959.00	\$ 122,540.07	\$ 139,542.49	\$ 167,050.35	\$ 179,509.26
<b>UTILIDAD NETA (después de impuestos)</b>		\$ 451,924.00	\$ 532,434.36	\$ 694,393.71	\$ 790,740.80	\$ 946,618.64	\$ 1,017,219.13
Depreciación maquinaria		\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 724.98	\$ 272.38	\$ 272.38	\$ 2,719.72
Terreno	-\$ 150,000.00						
Inversión activo fijo depreciable	-\$ 3,704.00						
Inversión activos Intangibles	-\$ 46,400.00						
Inversión de Capital de Trabajo	-\$ 191,614.09						
Préstamo	-\$ 274,202.67						
Amortización de la deuda		\$ 3,012.39	\$ 3,434.13	\$ 3,914.90	\$ 4,462.99	\$ 5,087.81	\$ 5,800.10
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$ 391,718.09</b>	\$ 448,186.62	\$ 528,275.25	\$ 689,753.82	\$ 786,005.42	\$ 941,258.45	\$ 1,008,699.32
<b>VAN</b>	<b>\$ 2,517,120.44</b>						
<b>TIR</b>	<b>132.74%</b>						
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>0.16</b>						

Elaborado: La Autora

**Cuadro 46. Punto de equilibrio en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

Presentación	Años					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Costos fijos	\$ 139,325.75	\$ 143,213.75	\$ 147,257.27	\$ 151,009.93	\$ 155,383.40	\$ 162,379.14
Costos variables	\$ 1,115,080.31	\$ 1,239,632.12	\$ 1,258,725.90	\$ 1,342,358.29	\$ 1,402,616.79	\$ 1,404,340.70
Total ingresos	\$ 1,834,794.70	\$ 2,057,914.85	\$ 2,271,511.14	\$ 2,471,660.36	\$ 2,719,485.17	\$ 2,813,448.48
P. e. monetario	\$ 139,325.14	\$ 143,213.14	\$ 147,256.71	\$ 151,009.39	\$ 155,382.88	\$ 162,378.64
P. e. Casas	4	4	4	4	3	4

Elaborado: La Autora



**Figura 5. Punto de equilibrio graficado para el primer año de operatividad del proyecto.**

## 4.1.8. Evaluación Financiera

### 4.1.8.1. Relación Beneficio costo

La relación beneficio costo actualizado se ha determinado dividiendo beneficio actualizado para el total de egresos actualizados, la misma que dio un resultado de 1,61. Cuadro 47.

**Cuadro 47. Relación Beneficio costo en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

	Años					
	2013	2014	2015	2016	2017	20108
<b>Beneficios=</b>	1,834,794.70	2,057,914.85	2,271,511.14	2,471,660.36	2,719,485.17	2,813,448.48
<b>14%</b>	1.14	1.30	1.48	1.69	1.93	2.19
	1,609,469.03	1,583,498.65	1,533,205.32	1,463,421.35	1,412,415.38	1,281,769.28
<b>Beneficios=</b>	<b>8,883,779.02</b>					
<b>Costos =</b>	1,254,406.05	1,382,845.86	1,405,983.17	1,493,368.22	1,558,000.20	1,566,719.84
<b>14%</b>	1.14	1.30	1.48	1.69	1.93	2.19
	1,100,356.19	1,064,054.99	948,998.59	884,193.87	809,176.48	713,776.48
<b>Costos =</b>	<b>5,520,556.60</b>					
<b>RB/C</b>	1.61					

Elaborado: La Autora

### 4.1.8.2. Tasa interna de retorno (TIR) y valor actual neto (VAN)

La tasa interna de retorno es de 132,74%, superior a la tasa de interés del mercado, el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. Se indica que cuando al actualizar al VAN este es positivo es muestra de liquidez para la empresa. Se lo detalla en el cuadro 45.

### 4.1.8.3. Tiempo de recuperación del capital

El período de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por la inversión, sea igual a la suma de los flujos de efectivo negativos requeridos por la misma inversión, para este caso se prevé recuperar todo el capital invertido en 10 meses y 13 días.

**Cuadro 48. Tiempo de recuperación del capital en el estudio de factibilidad para determinar la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo. 2012**

<b>391,718.09</b>	<b>Total inversión</b>		
		Años/utilidad neta	
		2013	448,186.62
		2014	
		2015	
		2016	
		2017	
		2018	
Suma 1 año			448,186.62
<b>448,186.62</b>	<b>se recupera en</b>	<b>1 año</b>	
<b>391,718.09</b>	<b>X ?</b>		
	<b>391,718.09</b>	<b>X</b>	<b>1 = 0,86</b>
	<b>448,186.62</b>		
<b>0 años</b>			
	<b>12</b>	<b>0.87</b>	<b>10.44</b>
	<b>30</b>	<b>0.44</b>	<b>13</b>

Elaborado: La Autora

## 4.2. Discusión

La inversión fija de los activos fijos tangibles los mismos que asciende a la cantidad de 153,704.00. **Ayala 2001**, coincide con esta clasificación para iniciar las acciones de una empresa con excepción del capital de trabajo. En esta inversión se detalla los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información pre operativos dando un total de activos fijos intangibles de 46,400.00 dólares.

Al iniciar las labores y puesta en marcha de la Urbanización Las Lomas se va a necesitar la implementación de una oficina para las operaciones administrativas y comerciales del proyecto inmobiliario, el cual se detalla el costo de trabajo Anual en 191,614.09 dólares.

El financiamiento con recurso propio que es el 30% con 117,515.42 y el restante 70% es obtenido a través de un crédito bancario con 274,702.67 dólares. La tabla de amortización demuestra interés del 14% anual por crédito hipotecario por un monto de 274,702.67 dólares en un plazo de veinte años.

Los costos de operación se basan en la operatividad del proyecto, están divididos en costos fijos con un monto de \$139,325.75 y costos variables con \$ 1,115.080.31. El presupuesto de ingresos por concepto de ventas en el primer año asciende a la cantidad de 1,834.794.70 dólares; aceptando lo indicado por **Dávalos (2000)**; quien citan que esta variable permite medir el grado de respuestas del producto con el precio de mercado.

En los estados de resultados se observa la utilidad neta, luego de descontar todos los costos y gastos que se incurren cada año de vida útil del proyecto. Para el primer año la utilidad es de \$ 361,282.76, **Terranova (2000)**, al respecto indica que el estado de pérdida es un resumen de las operaciones de una empresa en el que se revelan los ingresos descargados y los gastos con los cuales se calcula una utilidad neta.

En lo que corresponde al flujo de caja generado para el primer año es de 448,186.62 dólares, incrementándose en el sexto año en 1,009,608.79 dólares. El punto de equilibrio monetario del primer año es de 139.325,75 dólares con lo cual la empresa ni gana ni pierde. Esto da la pauta para conocer el nivel básico de producción que el inversionista tiene que producir para no perder ni ganar.

En lo referente a la Relación Beneficio costo se ha determinado dividiendo beneficio actualizado para el total de egresos actualizados, la misma que dio un resultado de 1,61.

La tasa interna de retorno es de 132,74%, superior a la tasa de interés del mercado, el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. Se indica que cuando al actualizar al VAN este es positivo es muestra de liquidez para la empresa. Concuera con **Tarrágo Sabatéla (2006)** quien indica que cuando la TIR es superior a la tasa activa de mercado el proyecto es positivo. El valor actual neto también fue positivo lo que significa el retorno líquido actualizado por el proyecto, **Tarrágo Sabatéla (2006)** indica que cuando al actualizar al VAN este es positivo es muestra de liquidez para la empresa.

El período de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo neto positivos, producidos por una inversión, sea igual a la suma de los flujos de efectivo negativos requeridos por la misma inversión

En base a los resultados obtenidos en el estudio económico y financiero, se acepta la hipótesis “El estudio de mercado, técnico, socioeconómico, financiero y ambiental ayudará a determinar la viabilidad de la creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo”.

**CAPÍTULO V.  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 Conclusiones

- El estudio de factibilidad efectuado en la presente investigación permitió establecer la viabilidad de creación de la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo.
- La investigación de mercado realizada a los hogares de Quevedo, determinó que el 72.30% desean invertir en este proyecto, pero el segmento objetivo al cual va dirigido este producto es a las familias con ingresos mayores de \$800,00; se determinó que la preferencia, es de una vivienda de dos plantas y cuatro habitaciones. Además se logró determinar la demanda actual de 5,311 familias; y una oferta de 38 unidades habitaciones, dando como resultado una demanda insatisfecha.
- Por otra parte el estudio técnico permitió visualizar la ubicación de la Urbanización Las Lomas, como también el flujograma de procesos para la entrega de viviendas, la estrategia de comercialización que implementará el proyecto será a través de un agente constructor, cabe señalar que la venta se la realizará de forma directa con el cliente.
- El estudio financiero realizado permitió concluir que se obtiene un VAN de \$ 2,517.120.44, una TIR del 132.74%, con un tasa de descuento que es del 16%, un período de recuperación de la inversión de 10 meses y 13 días; la relación beneficio costo que demuestra que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0,61 centavos.

## 5.2. Recomendaciones

- Asignar los requerimientos de recursos a efecto de ejecutar el presente proyecto, por cuanto se ha demostrado que este es viable desde el punto de vista técnico, económico y financiero.
- Establecer la Urbanización Las Lomas en el Cantón Quevedo ya que existe demanda insatisfecha de unidades habitacionales por lo cual la empresa tiene asegurado un cupo de mercado en esta localidad.
- Adicionar estudios técnicos de áreas verdes, centros de recreación, parques y jardines que complementen esta urbanización permitiendo mayores comodidades a las familias que adquieran unidades habitacionales en Urbanización Las Lomas.
- Invertir en el presente proyecto ya que financieramente es viable, con un pronto retorno de capital.

## **CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Bibliografía

- ANZOLA, Sérvulo. 2007.** Administración de pequeñas empresas. México: Mc Graw Hill.
- AYALA, Raúl. 2001.** Evaluación financiera de proyectos de inversión quinta edición. Guayaquil – Ecuador. Pp. 255
- BLANCO, Adolfo. 2008.** Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición. Disponible en [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net) consultado el 5 de Julio 2012
- BONTA, Philip y FARBER, Marcos 2008.** Preguntas Sobre Marketing y Publicidad de Grupo, Editorial Norma, Disponible en [www.promonegocios.net](http://www.promonegocios.net). Consultado el 5 de Julio 2012 Pp. 37.
- BURBANO, Joaquín y ORTIZ, Aldemo 2006.** Presupuestos: Enfoque Moderno de Planeación y Control de Recursos. Segunda Edición. Mc Graw Hill Bogotá Disponible en [www.monografias.com](http://www.monografias.com) consultado el 5 de Julio 2012
- COCHRAN, Walther. 2007.** "Técnicas de Muestreo". Compañía Editorial Continental, S.A. México. Disponible en [www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com) consultado el 5 de Julio 2012
- DÁVALOS, Pablo 2000.** Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos de inversión. Segunda edición. Bogotá – Colombia. Pp. 102 .104
- DÍAZ DE CASTRO, Edwin. 2007.** Distribución Comercial, Segunda edición, 1ª impresión McGraw-Hill, Madrid (España): Disponible en [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) consultado el 5 de Julio 2012.

**DICCIONARIO DE MARKETING. 2000.** Grupo Ediciones cultural. Madrid – España. Pp. 25, 36, 45 y72.

**FERNÁNDEZ Janina. 2007.** “Glosario de términos básicos para comprender y analizar el mercado de trabajo desde la perspectiva de la equidad de género”. En línea. Disponible en [http://white.oit.org.pe/gpe/ver\\_definicion.php?gloCodigo=5](http://white.oit.org.pe/gpe/ver_definicion.php?gloCodigo=5) Consultado el 30 de Julio de 2012.

**GÓMEZ, Darío. 2007.** Evaluación de Impacto Ambiental. Curso de Maestría. Desarrollo Sostenible Conservativo de Bosques Tropicales: Manejos Forestal y Turístico. Tema 6 Evaluación de Impacto Ambiental. Universidad de Pinar del Río. Cuba. Pp.45-49

**HERNÁNDEZ, Abraham 2001.** Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Cuarta Edición. ECAFSA, Thompson Learning. México D.F. México. Pp. 17 – 45

**HERNÁNDEZ, Abraham y HERNÁNDEZ, Abraham 2001.** Formulación y evaluación de proyectos de inversión. 4<sup>ta</sup>editorial Thompson Learning. México. D.F. México. Pp. 42-47.

**INEC, 2010.** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Censo poblacional, Nov. 2010. En Línea. Disponible en [www.inec.gob.ec.com](http://www.inec.gob.ec.com)

**INIESTA, Pablo 2001.** Máster de marketing, Gestión 2000, Barcelona – España. Pp. 45 -67

**KOTLER, Philip y KELLER, Kevin. 2006.** Dirección de Marketing, Duodécima Edición, Ediciones Prentice Hall. Inc. México, S.A. de C.V. Pp. 359 – 445

**LAYNEZ, José MÉNDEZ, Jaime y MAYZ, Jacq 2007.** Efecto de la salinidad del suelo sobre la germinación de semillas de maíz de diferentes pesos en el oriente Venezolano. Escuela de Ingeniería Agronómica, Núcleo Monagas, Universidad de Oriente, Avenida Universidad, Campus los Guaritos, Maturín, Venezuela. 62p.

**MARIOTTI, Jame 2008.** Marketing. Mac Graw Hill, edición, Madrid, España. Disponible en [www.PromonegocioS.net](http://www.PromonegocioS.net) consultado el 5 de Julio 2012

**MEJÍA, Jaime. 2007.** Aprovechamiento cuenca río Buey, Central Hidroeléctrica El Guaico. Estudio de factibilidad técnica, económica y ambiental. Segunda etapa. Contrato no. 9/DJV-550/144. Informe final, 12 anexos y resumen. Medellín, septiembre de 2007.

**MERCADO, Salvador. 2007.** Administración de la pequeña y mediana empresa. México: PAC.

**MERINO, Román 2008.** Marketing. Conceptos y estrategias, Tercera edición, 4ª impresión, Ediciones Pirámide, S.A. Madrid (España): Disponible en [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) consultado el 5 de Julio 2012.

**ORTEGA, Ulbio 2002** Análisis financiero. Certificación internacional de formulación, evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en gestión de Proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ. Módulo 5. Pp. 18-22

**RODRÍGUEZ, Joaquín. 2008.** Cómo administrar pequeñas y medianas empresas. México: ECAFSA.

**SAPAG, Nassir y SAPAG, Raúl 2000.** Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. Pp. 438.

**SAPAG, Nassir; 2007.** Proyectos de Inversión, Formulación y Evolución, México. Pp.54.

**SPILLER, Louise y GOSMAN, Mathew 2001.** Contabilidad financiera cuarta edición. Mc. Graw Hill. México. Pp. 156 – 159.

**TARRÁGO, Joaquín 2006.** Fundamentos de economía de la empresa. Pp. 308. Disponible en [www.gestiopoli.com](http://www.gestiopoli.com) consultado el 5 de Julio 2012.

**TERRANOVA, 2000.** Enciclopedia de Economía, administración y mercadeo. Bogotá – Colombia. Disponible en [www.gestiopoli.com](http://www.gestiopoli.com) consultado el 5 de Julio 2012.

**VAN KOMMER, Víctor: 2007.** Manual de las Administraciones, Estructura Organizacional y Gerencia de las Administraciones. Panamá, Comité Interamericano de Administraciones Tributarias.

**VÁQUIRO, José 2006.** Los presupuestos teoría y aplicaciones. Universidad Distrital. Bogotá. En línea. Disponible en [www.hotmail.com//sn110ubogota](http://www.hotmail.com//sn110ubogota) consultado el 5 de Julio 2012.

**CAPÍTULO VII.  
ANEXOS**

Anexo 1. Formato de encuestas a demandantes

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**



**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



**CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**FORMATO DE ENCUESTA A DEMANDANTES**

**Datos Generales**

**Sexo:** Masculino\_\_\_\_ Femenino\_\_\_\_

**Edad:**

- a) 20 a 30 \_\_\_\_
- b) 31 a 40 \_\_\_\_
- c) Más de 40\_\_\_\_

**1. ¿A qué actividad se dedica?**

Privada\_\_\_\_ Pública\_\_\_\_ Negocio propio\_\_\_\_ Profesional en libre ejercicio\_\_\_\_

**2. Rama de la actividad a la cual se dedica**

- a) Propietario de empresa o negocio \_\_\_\_
- b) Gerente \_\_\_\_\_
- c) Empleado \_\_\_\_\_
- d) Obrero\_\_\_\_\_
- e) Docente\_\_\_\_\_
- f) Profesional: \_\_\_\_\_especifique

**2. ¿ Cuantos miembros conforman su familia**

Adultos\_\_\_\_ Menores de edad\_\_\_\_\_

**3. Edad de los integrantes de la familia**

<b>Adultos</b>	<b>Niños</b>
18 – 30	0 a 5
31 – 42	6 a 11
Más de 42	12 a 17

**4. Ingresos de la familia**

**Rango/ Ingresos**

295 - 590

591 - 886

Más de 886

**5. Vive en casa**

- a) Propia \_\_\_\_\_
- b) Alquilada\_\_\_\_\_
- c) Familiar\_\_\_\_\_
- d) Otras:\_\_\_\_\_Especifique

**7. ¿Desearía usted tener una vivienda?**

- a) Si:\_\_\_\_\_
- b) No:\_\_\_\_\_

**8. ¿Cuáles serían las características que deba poseer una vivienda?**

(4 sería muy importante 3 importante; 2 poco importante y 1 No importante)

<b>Característica</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Seguridad				
Precio				
Ubicación				
Ambiente				
Acabados				

**9. Considera usted importante para la ciudad de Quevedo la creación de un nuevo conjunto residencial**

a) Si: \_\_\_\_\_

b) No: \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una vivienda propia en una urbanización privada?**

**Precios**

**Opción**

40 mil a 60 mil

61 mil a 80 mil

81 mil a 100 mil

Más de 100 mil

**11. ¿Cómo sería el sistema de pago?**

Contado \_\_\_\_\_

Crédito \_\_\_\_\_

**12. Si es a crédito ¿Cómo sería el financiamiento?**

Institución Financiera (Banco) \_\_\_\_\_

Mutualista \_\_\_\_\_

La propia Inmobiliaria \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuántos serías los años de crédito?**

**Años/crédito**

**Opción**

1 a 5 años

6 a 10 años

Más de 10 años

**14 ¿Cuál sería el porcentaje de entrada que considere conveniente?**

**Porcentaje de entrada**

**Opción**

30 %

40 %

50 %

**15. ¿Qué estilo de vivienda prefiere?**

Moderna\_\_\_ Clásica\_\_\_\_\_

**16. ¿Qué dimensiones considera ideal para vivienda?**

**Dimensiones**

**Opción**

102 m<sup>2</sup>

120 m<sup>2</sup>

150 m<sup>2</sup>

**17. ¿Cómo debe ser la casa de su elección?**

1 piso\_\_\_

2 piso\_\_\_

Más de 2 pisos\_\_\_

**18. ¿Cuáles serían los elementos adicionales de su vivienda?**

Patio\_\_\_\_\_ Garaje\_\_\_\_\_ Jardín\_\_\_\_\_ Otras:\_\_\_\_\_ Especifique

**29. Número de cuartos que considera debe poseer (incluida sala comedor y cocina)**

**Número de cuartos**

**Opción**

4

6

Más de 6

Anexo 2. Formato de encuestas a ofertantes

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**



**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



**CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**FORMATO DE ENCUESTA A OFERTANTES**

Nombre de la Constructora o urbanización: \_\_\_\_\_

Gerente: \_\_\_\_\_

Ubicación: \_\_\_\_\_

Área del predio (m<sup>2</sup>): \_\_\_\_\_

Áreas verdes (m<sup>2</sup>): \_\_\_\_\_

Número de viviendas: \_\_\_\_\_

**1. ¿Cuál es el sistema de crédito que posee?**

Directo: \_\_\_\_\_ Por medio de banco \_\_\_\_\_ Otras: \_\_\_\_\_ Especifique

**2. ¿Qué tipo de vivienda posee?**

1 piso \_\_\_\_\_ 2 piso \_\_\_\_\_

**3. ¿Qué dimensiones tienen las viviendas?**

<b>Dimensiones</b>	<b>Opción</b>
102 m <sup>2</sup>	
120 m <sup>2</sup>	
150 m <sup>2</sup>	

**4. ¿Cuál es el valor de las viviendas?**

<b>Precios</b>	<b>Opción</b>
40 mil a 60 mil	
61 mil a 80 mil	
81 mil a 100 mil	
Más de 100 mil	

Anexo 3. Formato de observación

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**



**UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**



**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA ARRENDATARIOS DE VIVIENDA EN EL  
CANTÓN QUEVEDO

Dirección: \_\_\_\_\_

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

**1. Cuanto tiempo tiene arrendando la propiedad**

<b>Años/crédito</b>	<b>Opción</b>
0 a 3 años	
4 a 9 años	
Más de 9 años	

**2. ¿Cuánto paga actualmente por arriendo?**

<b>Precios</b>	<b>Opción</b>
100 o menos	
101 a 200	
201 a 300	
Más de 300	

**3 ¿Cuánto paga por servicios básicos mensualmente?**

Agua

Luz

Teléfono

#### Anexo 4. Presupuesto de obra de casa modelo dos plantas

DESCRIPCIÓN	Unid.	Cant.	P.	
			unitario	P. total
<b>INICIO DE FAENAS</b>				
Campamento	gl	1	72	72
Limpieza del Terreno	m2	104	4	416
Trazado y Replanteo	m2	88.96	2	177.92
<b>MEJORA DEL TERRENO</b>				0
Excavación a Mano	m3	8.64	4.5	38.88
Relleno a Mano y Compactación	m3	8.9	15.5	137.95
Reconformación y Plataforma	m3	96	16.45	1579.2
<b>ESTRUCTURA EN GENERAL</b>				0
Plintos de Hormigón Armado	m2	2.6	250	650
Riostras R1 (0.20 x 0.12 M)	m3	1.1	252	277.2
Contra piso e - 8 cm	m3	44.5	9.65	429.425
Pilares 20 x 20	m2	2.28	350	798
Vigas de amarre Hormigón 10 x 20 cm	ml	0.82	285	233.7
Losa e - 0.20 cm	m3	8.9	322	2865.8
<b>PAREDES</b>				0
Paredes de Bloques 9 x 19 x 39 cm concreto y revocado	m2	199.8	20.25	4045.95
Dinteles de puestas y ventanas	ml	19.36	6.7	129.712
Patas Muro de Lavandería	u	1	5.35	5.35
patas Muro de cocina	u	1	5.35	5.35
Muro de duchas	ml	1.1	3	3.3
<b>ENLUCIDOS</b>				0
Trabajo varios de albañilería, resane de instalaciones	u	1	48	48
Revocado	m2	245.6	0.3	73.68
Cuadro de Boquetes	ml	53.65	3	160.95
<b>CUBIERTA</b>				0
Cubierta de placa ondulada P10 incluida estructura metálica				1092.82
metálica	m2	48.57	22.5	5
Remate de pared en cubierta	ml	27.8	2.5	69.5
Taco para cubierta 0.10 x 0.10 mts	ml	7.7	20	154
<b>INSTALACIÓN ELÉCTRICA</b>				0
Tablero de medidor	u	1	90	90
Panel	u	1	85	85
Puntos de alumbrado	u	10	22.56	225.6
Punto de tomacorriente 110v	u	9	19.94	179.46
Acometida a panel + Tubería física	mts	7	3.42	23.94

<b>INSTALACIONES SANITARIAS</b>				0
Caja de inspección domiciliaria AASS	u	2	85	170
Punto de agua potable fría 1/2	punto	7	19.8	138.6
	punto			
Punto de aguas servidas	s	7	20.7	144.9
Inodoro tanque bajo blanco	u	2	78	156
Lavatorio de pared planco	u	2	45	90
Lava platos un pozo	u	1	75	75
Grifería secundaria	u	1	20	20
Redes de tubería desagüe 110 mm	mts	16.3	6.18	100.734
Redes de tubería agua fría PVC + Accesorios de H: G 1/2	mts	22	4.32	95.04
Lava ropa de granito, llave de jardín roscable	u	1	65	65
<b>VENTANAS</b>				0
Ventanas de aluminio y Credenza	m2	9.96	77.4	770.904
<b>PUERTAS</b>				0
Puestas metálicas posterior	u	1	220	220
Puerta madera principal 0.90m	u	1	180	180
Puerta madera dormitorio 0.80m	u	3	120	360
Puerta de baño 0.70m	u	2	110	220
<b>LOSETAS Y CLOSETS</b>				0
Losa de Mesón	ml	4.2	150	630
<b>LIMPIEZA EN GENERAL</b>				0
Jornales de limpieza	día	1	42.15	42.15
Dealosojo de desperdicio	viaje	1	33.4	33.4
Acarreo de material	gbl	1	15	15
<b>PERSONAL DE OBRA</b>				0
Guardianía interna de la Obra	mes	0.1	241.6	24.16
Residente de bodega	mes	0.1	243.2	24.32
<b>ACABADOS BÁSICOS</b>				0
Enlucidos fachadas	m2	40.5	7.5	303.75
Enlucido de zócalo de cocina y ducha de baño	m2	12.6	5	63
zócalo con esmalte y cocina	m2	12.6	2.5	31.5
Subtotal				18042.15
iva 12%				2165.058
total				20207.208
Imprevistos 5%				1010.3604
Comisión 40%				8082.8832
<b>Total constructora</b>				<b>29300.4516</b>

## Anexo 5. Presupuesto de obra de casa modelo una planta

DESCRIPCIÓN	UNIDA D	cantida d	P. unitario	P. total
<b>INICIO DE FAENAS</b>				
Campamento	gl	1	72	72
Limpieza del Terreno	m2	104	4	416
Trazado y Replanteo	m2	88.96	2	177.92
<b>MEJORA DEL TERRENO</b>				
				0
Excavación a Mano	m3	8.64	4.5	38.88
Relleno a Mano y Compactación	m3	8.9	15.5	137.95
Reconformación y Plataforma	m3	96	16.45	1579.2
<b>ESTRUCTURA EN GENERAL</b>				
				0
Plintos de Hormigón Armado	m2	2.6	250	650
Riostras R1 (0.20 x 0.12 M)	m3	1.1	252	277.2
Contra piso e - 8 cm	m3	44.5	9.65	429.425
Pilares 20 x 20	m2	2.28	350	798
Vigas de amarre Hormigón 10 x 20 cm	ml	0.82	285	233.7
<b>PAREDES</b>				
				0
Paredes de Bloques 9 x 19 x 39 cm concreto y revocado	m2	199.8	20.25	4045.95
Dinteles de puestas y ventanas	ml	19.36	6.7	129.712
Patas Muro de Lavandería	u	1	5.35	5.35
patas Muro de cocina	u	1	5.35	5.35
Muro de duchas	ml	1.1	3	3.3
<b>ENLUCIDOS</b>				
				0
Trabajo varios de albañilería, resane de instalaciones	u	1	48	48
Revocado	m2	245.6	0.3	73.68
Cuadro de Boquetes	ml	53.65	3	160.95
<b>CUBIERTA</b>				
				0
Cubierta de placa ondulada P10 incluida estructura metálica	m2	48.57	22.5	1092.82
Taco para cubierta 0.10 x 0.10 mts	ml	7.7	20	154
<b>INSTALACIÓN ELÉCTRICA</b>				
				0
Tablero de medidor	u	1	90	90
Panel	u	1	85	85
Puntos de alumbrado	u	10	22.56	225.6
Punto de tomacorriente 110v	u	9	19.94	179.46
Acometida a panel + Tubería física	mts	7	3.42	23.94
<b>INSTALACIONES SANITARIAS</b>				
				0

Caja de inspección domiciliaria AASS	u	2	85	170
Punto de agua potable fría 1/2	puntos	4	19.8	79.2
Punto de aguas servidas	puntos	3	20.7	62.1
Inodoro tanque bajo blanco	u	2	78	156
Lavatorio de pared blanco	u	2	45	90
Lava platos un pozo	u	1	75	75
Grifería secundaria	u	1	20	20
Redes de tubería desagüe 110 mm	mts	16.3	6.18	100.734
Redes de tubería agua fría PVC + Accesorios de H: G 1/2	mts	22	4.32	95.04
Lava ropa de granito, llave de jardín roscable	u	1	65	65
<b>VENTANAS</b>				0
Ventanas de aluminio y Credenza	m2	4.5	77.4	348.3
<b>PUERTAS</b>				0
Puestas metálicas posterior	u	1	220	220
Puerta madera principal 0.90m	u	1	180	180
Puerta madera dormitorio 0.80m	u	3	120	360
Puerta de baño 0.70m	u	1	110	110
<b>LOSETAS Y CLOSETS</b>				0
Losa de Mesón	ml	4.2	150	630
<b>LIMPIEZA EN GENERAL</b>				0
Jornales de limpieza	día	1	42.15	42.15
Dealosojo de desperdicio	viaje	1	33.4	33.4
Acarreo de material	gbl	1	15	15
<b>PERSONAL DE OBRA</b>				0
Guardianía interna de la Obra	mes	0.1	241.6	24.16
Residente de bodega	mes	0.1	243.2	24.32
<b>ACABADOS BÁSICOS</b>				0
Enlucidos fachadas	m2	40.5	7.5	303.75
Enlucido de zócalo de cocina y ducha de baño	m2	12.6	5	63
zócalo con esmalte y cocina	m2	12.6	2.5	31.5
Subtotal				14432.046
iva 12%				1731.84552
total				16163.8915
Imprevistos 5%				808.194576
Comisión 40%				6465.55661
<b>Total constructora</b>				<b>23437.6427</b>

Anexo 6. Plano de casa planta baja



**Anexo 7. Modelo de casa**



## Anexo 8. Población en el cantón Quevedo

LOS RÍOS: POBLACIÓN POR SEXO, TASAS DE CRECIMIENTO E ÍNDICE DE MASCULINIDAD, SEGÚN CANTONES. CENSO 2010								
CANTONES	P O B L A C I Ó N						IM (H / M)*100	Cantón/Prov. %
	TOTAL	TCA %	HOMBRES	%	MUJERES	%		
<b>TOTAL PROVINCIA</b>	<b>778 115</b>	<b>2,0</b>	<b>398 099</b>	<b>51,2</b>	<b>380 016</b>	<b>48,8</b>	<b>104,8</b>	<b>100,0</b>
BABAHOYO	153 776	1,6	77 967	50,7	75 809	49,3	102,8	19,8
BABA	39 681	1,3	20 765	52,3	18 916	47,7	109,8	5,1
BUENA FE	63 148	3,2	32 649	51,7	30 499	48,3	107,0	8,1
MOCACHE	38 392	1,5	19 996	52,1	18 396	47,9	108,7	4,9
MONTALVO	24 164	2,1	12 298	50,9	11 866	49,1	103,6	3,1
PALENQUE	22 320	0,9	11 841	53,1	10 479	46,9	113,0	2,9
PUEBLOVIEJO	36 477	2,4	18 614	51,0	17 863	49,0	104,2	4,7
QUEVEDO	173 575	2,4	86 821	50,0	86 754	50,0	100,1	22,3
QUINSALOMA*	16 476		8 627	52,4	7 849	47,6	109,9	2,1
URDANETA	29 263	1,4	15 063	51,5	14 200	48,5	106,1	3,8
VALENCIA	42 556	2,9	22 592	53,1	19 964	46,9	113,2	5,5
VENTANAS	66 551	-0,7	33 785	50,8	32 766	49,2	103,1	8,6
VINCES	71 736	1,7	37 081	51,7	34 655	48,3	107,0	9,2

TCA = Tasa de Crecimiento Anual del período 2001 - 2010  
 Cantón Babahoyo = 19,8 % de la población de la provincia.  
 Cantones creados en el período intercensal

IM = Índice de Masculinidad  
 H = Hombres  
 M = Mujeres

