"PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE UN EDIFICIO HABITACIONAL, CON LOCALES COMERCIALES EN SU PLANTA BAJA, FUNDAMENTADO EN LA VENTA DE DEPARTAMENTOS DE UNA TORRE MULTIFAMILIAR DISEÑADA EN LA CIUDAD DE CUENCA"

XAVIER ROLANDO MARÍN CASTRO (1) , JOSE VICTOR GONZALES ZAMBRANO (2)

(1)Egresado de Economía, Especialidad Finanzas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2000.
(2) Director de Tesis, Economista con mención en Gestión Empresarial, especialización Finanzas ,Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2000, Post Grado Universidad de EOI, Escuela de Organización Industrial Madrid – España
Título: Master Executive en Dirección y Gestión Financiera., 2004. Profesor de la ESPOL desde 2004, e-mail: jvgonzalez@yahoo.com

1.- RESUMEN:

Se propone el siguiente estudio para contribuir a la disminución del déficit habitacional de la tercera ciudad más importante del país mediante la construcción de una Torre Multifamiliar, ubicada en una zona estratégica, en la ciudad de Cuenca y que sirva a su vez como sustento financiero para implementar otra Torre, pero no solo de soluciones habitacionales, sino que también cuente con amplios locales comerciales, para aprovechar la expansión económica que ha tenido la capital azuaya en los últimos años, gracias a las remesas de los emigrantes, el crecimiento del sector turístico, especialmente internacional, y la recuperación sostenible de las principales empresas e industrias asentadas en la ciudad, entre otros factores, que la han convertido en la "Atenas del Ecuador".
Se realizará una profunda investigación de mercado, para determinar la demanda potencial y real de los departamentos multifamiliares, y para diseñar un plan de mercadeo tendiente a satisfacer las necesidades reales del público objetivo seleccionado. Para ello utilizaremos las herramientas Financieras y los análisis económicos que nos permitan realizar la presente obra.
Se demostrará la factibilidad financiera de implementar un Edificio con departamentos y locales comerciales en su planta baja, gracias a la venta de departamentos de una Torre Multifamiliar construida en la ciudad de Cuenca, contando con las mejores herramientas financieras y económicas

1.1.-SUMMARY

"IMPLEMENTATION OF A RESIDENCE BUILDING, WITH COMMERCIAL OFFICE IN THEIR LOW PLANT, BASED IN THE SALE OF DEPARTMENTS OF A TOWER, IN CUENCA CITY"

The following study sets out to contribute to the diminution of the habitation deficit of the third more important city of the country by means of the construction of Tower Residence Building, located in a strategic zone, in the city of River basin and which it serves as well as financial sustenance to implement another Tower, but not only of apartments solutions, but that also it counts on the ample commercial premises, in order to take advantage of the economic expansion that has had the capital azuaya in the last years, thanks to the remittances of the emigrants, the growth of the tourist sector, specially international, and the sustainable recovery of the main companies and industries seated in the city, among other factors, that they have turned it the “Athens of Ecuador”

A deep investigation of market will be made, in order to determine the potential and real demand of the Residence Building departments, and to design a plan of tendency trade to satisfy the real necessities with the selected objective public.

For it we will use the financial tools and the economic analyses that allow us to make the present work.

The financial feasibility will be demonstrated to implement a commercial Building with departments and premises in its ground floor, thanks on sale of departments of Residence Building constructed in the city of River basin, counting on the best financial and economic tools

2.-ANTECEDENTES Y GENERALIDADES

No es difícil encontrar un elenco amplio de proyectos acometidos por empresas públicas y privadas, que han demandado tiempos superiores de ejecución comparados con los pronosticados, que han consumido recursos financieros significativamente mayores, que han determinado valores apreciables en lucro cesante, que han causado perjuicios notables a la población objetivo reflejados en incrementos sustanciales en tasas o precios, y en los efectos propios de no disponer y disfrutar de ellos oportunamente.

Tal situación, sospechamos, revela vacíos gerenciales como deficiencias en los estudios de preinversión, incapacidad de gestión y liderazgo, improvisación y precipitación en la toma de decisiones, cierre financiero incompleto, falta de planificación en los procesos de contratación, desorganización y negligencia en la ejecución, presencia de corrupción, desconocimiento del entorno, externalidades no controladas, etc., que comprometen la formulación técnica, la prospectiva financiera y el control ejercido sobre alcance, tiempo, desempeño, costos y resultados acordes a la calidad prevista.

La otra cara de la moneda se puede observar en proyectos considerados como exitosos que dan respuesta adecuada y oportuna a las expectativas, tanto de sus propietarios como de sus clientes, que cumplen con requisitos de calidad al dejar satisfechos a sus usuarios, que logran cumplir con las previsiones presupuestales y que, obviamente, responden a los compromisos de tiempo y oportunidad.

El proceso de globalización en que están comprometidas las naciones del mundo, y en particular, los países de América Latina y su clase dirigente, debe tener una estrategia básica de modernización tecnológica, financiera y administrativa del aparato productivo, el mejoramiento de la infraestructura social representada en hospitales, escuelas, saneamiento básico, recreación y cultura, e infraestructura básica de vías, puertos, aeropuertos, oleoductos y de comunicaciones, y la necesaria reestructuración del sector público y privado.
Es por este motivo, que se propone el siguiente estudio para contribuir a la disminución del déficit habitacional de la tercera ciudad más importante del país mediante la construcción de una Torre Multifamiliar, ubicada en una zona estratégica en la ciudad de Cuenca, y que sirva a su vez como sustento financiero para implementar otra Torre, pero no solo de soluciones habitacionales, sino que también cuente con amplios locales comerciales, para aprovechar la expansión económica que ha tenido la capital azuaya en los últimos años, gracias a las remesas de los emigrantes, el crecimiento del sector turístico, especialmente internacional, y la recuperación sostenible de las principales empresas e industrias asentadas en la ciudad, entre otros factores, que han convertido a la "Atenas del Ecuador" en una ciudad pujante, Patrimonio de la Humanidad.

2.1 DEFICIT HABITACIONAL EN LA CIUDAD DE CUENCA

Antes de presentar este punto, es necesario conocer los principales indicadores de vivienda que el INEC dio a conocer, después de haberse realizado el último Censo de la Población y Vivienda en el año 2001.

CUADRO 1
PRINCIPALES INDICADORES SOCIALES DE VIVIENDA

VIVIENDA	Medida	CUENCA
Viviendas	Número	99.949
Hogares	Número	101.303
Casas, villas o departamentos	% viviendas	83,8
Piso de entablado, parquet, baldos, vinil, ladrillo	% viviendas	87,5
Sistemas de eliminación de excretas	% viviendas	87,3
Servicio eléctrico	% viviendas	96,1
Servicio telefónico	% viviendas	51,3
Servicio de recolección de basura	% viviendas	69,3
Déficit de servicios residenciales básicos	% viviendas	37,5
Vivienda propia	% hogares	59,8
Personas por dormitorio	Número	2
Hacinamiento	% hogares	17,4
Servicio higiénico exclusivo	% hogares	67,3
Ducha exclusiva	% hogares	65,4
Cuarto de cocina	% hogares	89,2
Uso de gas o electricidad para cocinar	% hogares	92,4
Uso de gas para cocinar	% hogares	92,0
Uso de leña o carbón para cocinar	% hogares	6,6
Índice multivariado de infraestructura básica	Índice (sobre 100)	47,4

Fuente: *SIISE – 2005*
Elaborado por el Autor

De acuerdo con este cuadro, existen 101.303 hogares establecidos en el cantón Cuenca, de los cuales solo 99.949 familias poseen algún tipo de vivienda; entonces, en ese año hablamos de un déficit de vivienda de 1.354. Con un crecimiento del 2.11% anual (según el INEC), el déficit de vivienda acumulado para este año sería de 1.503, cantidad que no parecería ser tan crítica sin comparamos con la ciudad de Guayaquil, donde existe un déficit anual de 50.000 viviendas.

Más crítico es el número de personas que tienen vivienda propia (59,8%), casi el 60% de las familias, lo que quiere decir que aproximadamente un 40% de la población cuencana no posee vivienda propia.

2.2- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizará una profunda investigación de mercado, para determinar la demanda potencial y real de los departamentos multifamiliares, y para diseñar un plan de mercadeo tendiente a satisfacer las necesidades reales del público objetivo seleccionado.

Para esto, se recolectará información secundaria obtenida en la Internet, periódicos y libros sobre la ciudad, sus aspectos culturales y socio-económicos. Además, se harán visitas periódicas al Municipio y Cámara de Construcción de Cuenca, y se realizarán encuestas al público objetivo seleccionado, para obtener la información primaria necesaria que respalde la investigación de mercado.

Vale aclarar que la encuesta se la realizará en un sector exclusivo de la ciudad de Cuenca, por los alrededores de un imponente centro comercial levantado en esta ciudad, al Sur de la misma.

3.- PLAN DE MERCADEO

La posición de un producto es la forma en que los consumidores definen el producto con base en sus atributos importantes: el lugar que el producto ocupa en la mente de los compradores, en relación con los productos de la competencia. El posicionamiento implica implantar los beneficios distintivos y la diferenciación de la marca en la mente de los consumidores.

La clave para conseguir y conservar clientes es entender sus necesidades y procesos de compra mejor que los competidores, y proporcionar mayor valor. En la medida que la empresa se pueda posicionar como proveedor de más valor al mercado meta seleccionado, obtiene una ventaja competitiva.

El posicionamiento cabal de una marca es su propuesta de valor: la mezcla completa de beneficios con base en los cuales se posiciona. Es la respuesta a la pregunta del cliente: "¿Por qué debo comprar su marca?". La propuesta de posicionamiento del proyecto se determinará como un servicio de alto precio respaldado por una alta calidad en la administración de los departamentos multifamiliares. En el sector donde será desarrollado el Proyecto, existe actualmente un solo complejo de departamentos multifamiliares que brinda soluciones habitacionales de primera categoría, pero según la clasificación asignada por la Cámara de Construcción de Cuenca, estos departamentos no atienden al mercado objetivo que busca el proyecto, clase social media-alta. Esto nos da una ventaja para el posicionamiento con respecto a nuestro mercado meta.

Cuadro 2

	Precio: Más	El mismo	Menos
Beneficios Más	Más por más	Más por lo mismo	Más por menos
Los mismos			Lo mismo por menos
Menos			Menos por mucho menos

El proyecto puede atacar el posicionamiento de "más por más" de nuestra competencia directa, al introducir un producto que ofrece una calidad comparable pero a un precio menor.

3.1 Declaración de Posicionamiento

El proyecto presenta una nueva alternativa habitacional para las familias cuencanas de clase media-alta que guste de viviendas modernas, seguras y de calidad en un ambiente tradicional, tranquilo y cerca de todas las comodidades que una urbe cultural puede brindar a sus habitantes en su ambiente natural.

3.2 Análisis FODA

CUADRO 3
MATRIZ FODA

FORTALEZAS: ▪ Capacidad para combinar precios medios con alta calidad ▪ Ubicación estratégica de las Torres Multifamiliares ▪ Concesión de locales comerciales para crear valor agregado ▪ Convenio con institución financiera para facilitar financiamiento, tanto a los compradores como a los inversionistas ▪ Financiamiento propio para levantamiento de la segunda torre	DEBILIDADES: ▪ Baja participación de departamentos multifamiliares en el sector de vivienda ▪ Marca poca reconocida por ser nueva en el mercado ▪ No existe un plan sostenido de mercadeo ▪ Pocos inversionistas dispuestos a invertir en proyectos de gran envergadura
OPORTUNIDADES: ▪ Cuenca constituye un atractivo turístico nacional y mundial	AMENAZAS: ▪ Entrada de nuevos competidores ▪ Imposición de nuevas tasas e

- Recuperación de la economía cuencana gracias a la remesas de los inmigrantes, entre otros factores.
- Preferencia por inversión en bienes durables en vez del ahorro
- Lote vacío aledaño al proyecto, que permitiría la ampliación del conjunto residencial en el largo plazo
- Zona del proyecto en plena etapa de crecimiento demográfico

impuestos prediales

- Aumento en el costo del cemento, hierro y otras materias primas
- Inseguridad, robos
- Competencia desleal
- Inestabilidad social, política
- Cambio en las preferencias de los potenciales compradores
- Aumento imprevisto de las tasas de interés activa para prestamos hipotecarios

Elaborado por el Autor

4.- PRESUPUESTO DE COSTOS, GASTOS Y CAPITAL DE TRABAJO

4.1 Costos de Operación

Los costos de operación en el primer año están compuestos por: el presupuesto de obras, que para el primer año asciende a USD 537.091; están además los rubros destinados a Mano de obra directa (considerada dentro del Presupuesto de Obra) y mano de obra indirecta (personal administrativo y de venta). A continuación, se desglosan los costos y gastos de operación:

CUADRO 1 **RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN**

		AÑOS							
CONCEPTO		0	1	2	3	4	5	Totales	Porcentajes
PRESUPUESTO DE OBRAS		0.0	393,031.1	435,577.7	0.0	0.0	0.0	828,608.8	56.24%
								0.0	
PERSONAL ADMINISTRATIVO		0.0	25,246.0	28,029.1	24,784.2	8,588.6	8,588.6	95,236.5	6.46%
								0.0	
PERSONAL DE VENTAS		0.0	19,922.7	16,684.5	16,605.4	0.0	0.0	53,212.6	3.61%
								0.0	
GASTOS GENERALES		0.0	67,515.2	80,748.9	71,902.8	0.0	0.0	220,166.9	14.94%
								0.0	
CONSTRUCC. E INSTALAC.								0.0	
Mantenimiento		0.0	0.0	11,790.9	11,790.9	11,790.9	11,790.9	47,163.7	3.20%
Depreciación		0.0	0.0	7,860.6	7,860.6	7,860.6	7,860.6	31,442.5	2.13%
Seguros		0.0	0.0	19,651.6	41,430.4	41,430.4	41,430.4	143,942.9	9.77%
								0.0	
SUBTOTAL		0.0	505,714.9	600,343.3	174,374.3	69,670.6	69,670.6	1,419,773.8	96.37%
								0.0	
IMPREVISTOS	2.00%	0.0	10,114.3	12,006.9	3,487.5	1,393.4	1,393.4	28,395.5	1.93%
								0.0	
GASTOS FINANCIEROS		0.0	21,261.7	3,121.0	669.9	0.0	0.0	25,052.6	1.70%
								0.0	
GASTOS TOTALES		0.0	537,091.0	615,471	178,531.7	71,064.0	71,064.0	1,473,221.9	100.00%

El desglose mensual de estos costos y gastos operativos se encuentran en el Anexo 7-1 y 7-2.

4.2 Gastos Generales

En este caso, hemos considerado los gastos de administración del proyecto y los gastos de venta. Para hacer frente a este rubro, se ha presupuestado en el primer año de operación una suma de USD 63.130, considerando un incremento en lo que tiene que ver con gastos en publicidad y comisiones sobre ventas para el año 2, mientras que para el año 3 dichos valores se reducen. A continuación, presentamos el resumen de los Gastos Generales

CUADRO 2				**RESUMEN DE LOS GASTOS GENERALES**					
				AÑOS					
CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	Totales	Porcentajes
ADMINISTRACION PROYECTO								
Útiles de oficina	Mensual	0.0	480.0	480.0	480.0	0.0	1,440.0	0.65%
Energía eléctrica	kw hora	0.0	300.0	300.0	300.0	0.0	900.0	0.41%
Teléfono	Mensual	0.0	600.0	600.0	600.0	0.0	1,800.0	0.82%
Fax	Mensual	0.0	300.0	300.0	300.0	0.0	900.0	0.41%
Agua	m3 mes	0.0	120.0	120.0	120.0	0.0	360.0	0.16%
Material de computación	Material	0.0	600.0	600.0	600.0	0.0	1,800.0	0.82%
Equipos seguridad obreros construcción	Uniform.	0.0	3,600.0	0.0	0.0	0.0	3,600.0	1.64%
Timbres municipales y fiscales	Docum.	0.0	150.0	150.0	0.0	0.0	300.0	0.14%
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00%
Subtotal Administración del Proyecto		0.0	6,150.0	2,550.0	2,400.0	0.0	11,100.0	5.04%
VENTAS								
Gasto en publicidad	Impresos	0.0	56,180.0	55,380.0	52,360.0	0.0	163,920.0	74.45%
Comisiones sobre ventas	2%	0.0	4,385.2	22,018.9	16,342.8	0.0	42,746.9	19.42%
Internet Página Web	Página	0.0	800.0	800.0	800.0	0.0	2,400.0	1.09%
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.00%
Subtotal ventas		0.0	61,365.2	78,198.9	69,502.8	0.0	209,066.9	94.96%
GASTOS TOTALES GENERALES		0.0	67,515.2	80,748.9	71,902.8	0.0	220,166.9	100.00%

En el Anexo 8 se presenta el desglose mensual para obtener los Gastos Generales, además de presentar las consideraciones para el cálculo de cada uno de los gastos.

Asimismo, en el Anexo 9 se presenta el desglose del Gasto en Publicidad, de acorde con la agencia publicitaria contactada en Cuenca.

4.3 Capital de Trabajo

Los valores de cada una de las partidas incluidas en el capital de operación se estimarán para tres meses (90 días) en ambas fases, siendo el más representativo el de la primera fase y que será financiado por el promotor del proyecto; mientras que el capital de operación de la segunda fase, será financiado por una línea de crédito de parte del Banco Pichincha.

En la primea fase, el capital de operación asciende a USD 28.171, mientras que en la segunda fase, dicho capital es de USD 31.365. La obtención del cálculo del capital de operación se encuentra en los Anexos 4-1 y 4-2, respectivamente.

5.-ANÁLISIS FINANCIERO Y ECONÓMICO
PRESUPUESTO DE INGRESOS Y UTILIDADES

Los ingresos de este proyecto provienen de la venta de los 76 departamentos, en períodos diferentes de tres años, de las dos torres multifamiliares, además de la venta de cuatro locales ubicados en la segunda Torre Multifamiliar. Adicionalmente, se pretende alquiler dos locales más de la misma torre, pero ubicados en la parte posterior del edificio.

Esto nos dará un total de USD 219.259 en el primer año, cuando todavía se esta construyendo la primera torre multifamiliar, alcanzado el máximo de ventas en el segundo año, cuando se logran vender la totalidad de los departamentos de la primera fase, y se empieza a vender los primeros departamentos de la segunda torre. En este año, las ventas globales ascienden a USD 1.100.947.

En el tercer año, se venden la totalidad de los departamentos y locales de la segunda torre y se empiece a alquilar los dos locales posteriores, lo que provoca que las ventas aumenten a USD 1.311.988, para en los años posteriores, percibir los pagos a créditos que se acordaron con el Banco, y el valor de arrendamiento de los locales hasta el año décimo del período de evaluación del proyecto. (Ver Anexo 10-1 y 10-2).

En el Anexo 11, se describen las consideraciones que se tomaron en cuenta para la venta de los departamentos en cada una de sus fases, así como la forma de pago y el número estimado de departamentos vendidos en cada año.

En el Estado de Perdidas y Ganancias se puede apreciar las utilidades que arrojan el presente proyecto durante sus tres primeros años de vida útil, los más críticos e importantes del mismo.

Es así como se puede apreciar que el primer año la utilidad neta operacional es negativa pero a partir del segundo año, la misma se irá incrementando hasta alcanzar el tercer año el valor de USD 722.578

CUADRO 3	**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO**		
		dólares	
		AÑOS	
	PRIMER	SEGUNDO	TERCER
VENTAS NETAS TOTALES			
Departamentos y Locales	219,259.3	1,100,946.6	1,311,988.1
COSTO DE VENTAS	403,145.4	486,887.7	64,569.5
Utilidad (Pérdida) Bruta en Ventas	-183,886.1	614,058.9	1,247,418.6
GASTO DE ADMINISTRACION Y VENTAS			
Gastos de Ventas y Generales	87,437.9	97,433.4	88,508.2
Utilidad (Pérdida) Neta en Ventas	-271,323.9	516,625.5	1,158,910.4
Gastos de Administración y Generales	25,246.0	28,029.1	24,784.2
Utilidad (Pérdida) Neta en Operaciones	-296,569.9	488,596.5	1,134,126.3
GASTOS O (INGRESOS) EXTRAORDINARIOS	0.0	0.0	0.0

GASTOS FINANCIEROS		21,261.7	3,121.0	669.9
Utilidad (pérdida) neta antes de impuestos y participaciones		-317,831.6	485,475.5	1,133,456.3
EMPLEADOS Y OBREROS	15.00%	0.0	72,821.3	170,018.5
Utilidad neta del período antes del pago al imp. a las utilidades		0.0	412,654.1	963,437.9
IMPUESTO A LAS UTILIDADES	25.00%	0.0	103,163.5	240,859.5
UTILIDAD NETA		0.0	309,490.6	722,578.4

Elaborado por el Autor

5.1 Valor Actual Neto (VAN)

Para el presente proyecto, el Valor actual neto de los flujos obtenidos y descontados a la tasa del 15,24% resultó ser de USD 700.459, siendo este valor mayor que cero, se acepta el proyecto por cuanto es rentable y viable financieramente (Anexo 13).

5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el proyecto, los cálculos indican una tasa interna de retorno del 38,91% sobre la inversión, con financiamiento. (Ver Anexo 13).

6.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La investigación de mercado realizada en la ciudad de Cuenca, durante los meses de febrero y marzo del presente año (2006), determinaron que existe una demanda insatisfecha relativamente grande, por viviendas modernas (villas o departamentos), especialmente en la zona Sur, que es el nuevo polo de crecimiento demográfico de la ciudad de Cuenca, sobretodo para la clase media-alta y alta.

Esto permite levantar, no solo una torre de departamentos de nueve pisos (máximo permitido por la Cámara de Construcción), sino una segunda torre multifamiliar de iguales características pero con locales comerciales en su planta baja, de tal forma que se da un valor agregado a la construcción y a los residentes del conjunto residencial.

No existiendo ni impedimentos legales ni técnicos para construir el edificio, con la obtención de un financiamiento por parte de la CFN, a través del Banco Pichincha, se logra tener los recursos necesarios, garantizando el lote de terreno de propiedad familiar, para iniciar la construcción de la primera torre, cuyo levantamiento final se complementa con las preventas de los departamentos en su primera fase, gracias a una campaña publicitaria agresiva que se realizará incluso antes de poner la primera piedra.
De esta manera, se podrá vender los departamentos de la primera fase y, con los fondos obtenidos, se procederá a invertir en la segunda torre multifamiliar, contando sólo con un capital de operación por parte del banco más la ayuda logística que dará por medio de la otorgación de créditos a las personas interesadas en los departamentos multifamiliares.

De acuerdo al estudio financiero realizado, se demuestra que el proyecto es viable y rentable por cuanto se obtiene un VAN de USD 700.459, mientras que la TIR para el inversionista es del 39,14%, y del proyecto es del 38,91%.

El proyecto es bastante sensible al precio final de los departamentos, pero esto no impide obtener una alta rentabilidad, incluso en un escenario no tan favorable para los promotores del proyecto, por cuanto el VAN sigue siendo positivo.

6.1-RECOMENDACIONES

1.- Es importante que la campaña publicitaria se inicie después de la conformación del grupo promotor, contactado una agencia publicitaria que conozca el medio y que tenga experiencia en lo que respecta a viviendas y bienes raíces, de tal forma que los departamentos se empiecen a vender incluso antes de poner la primera piedra, para obtener los fondos necesarios y acabar con la primera torre sin ninguna complicación financiera.

2.- La alta tasa de rentabilidad para el inversionista, y el alto de porcentaje de demanda insatisfecha, sobretodo en la clase media-alta de Cuenca, hace posible prever el levantamiento de una tercera torre, más pequeña pero en el mismo predio para lograr cubrir toda la demanda repesada en estos últimos años, pues solo ha habido un solo proyecto de igual envergadura en la zona de ejecución del proyecto, lo que hace factible emprender una tercer fase para el proyecto.

3.- Las negociaciones con el banco deben ser claras, específicas y notariadas; por suerte, en este aspecto, se cuenta con el aval crediticio de la CFN, quien será el encargado de negociar las condiciones de préstamos y créditos para los clientes, con el grupo promotor de tal manera que todas las partes interesadas salgan favorecidas.

4.- La llegada de recursos por parte de la inmigración cuencana en otros países, brinda la oportunidad de hacer un proyecto similar para las familias de clase media, por lo que sería interesante realizar un estudio dirigido a este sector, para ver sus necesidades reales de vivienda y su disposición a pagar, y determinar si es factible implementar esta propuesta de construcción, dirigido a este sector.

BIBILIOGRAFÍA

- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Fundamentos de Marketing. Prentice-Hall, México DF, sexta edición 2002.

- BLANK, L.T; TARQUIN, A.J. Ingeniería Económica. McGraw Hill, Universidad Javeriana, cuarta edición 1998.

- SAPAG, N.; SAPAG, R. Preparación, Formulación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill, cuarta edición 2001.

- WESTON, J.F; BRIGMAN, E.F. Fundamentos de Administración Financiera. Universidad Iberoamericana, México. Décima Edición, 1996.

- WEBSTER, ALLEN. Estadística aplicada a los negocios y la economía. Editorial McGraw-Hill, Santa Fe de Bogota-Colombia. Tercera Edición, 2000.

- OCÉANO/CENTRUM. Nueva enciclopedia práctica de turismo, hotelería y restaurantes. Vol 1, 2, 3. Primera Edición, 1996

- PUBLICACION DE LA CAMARA DE CONSTRUCCION DE CUENCA. Especial Mensual, Marzo 2006.

- DIARIO EXPRESO. Especial 2005, domingo 1 de enero del 2006.
- www.inec.gov.ec

- www.bce.fin.ec

- www.frentesocial.org.ec

- www.imunicipiocuenca.org.ec

- www.eluniverso.com.ec