



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios en la ciudad de Cuenca

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing

Autores:

Pedro José Ramos Espinoza
Valentina Vargas Romero

Director:

Ing. Marco Antonio Ríos Ponce

Cuenca – Ecuador

2019

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico primero a Dios quién supo guiarme, darme fuerzas para seguir adelante a pesar de algunas dificultades que se presentaban.

A mi familia, ya que gracias a ellos soy lo que soy. A mi madre Ana Lorena, quien, con consejos, amor, comprensión y mucha ayuda en momentos difíciles, fue un pilar fundamental durante toda mi vida; a mi abuela Isabel que siempre estuvo conmigo en los buenos y malos momentos y a mi tío Diego y por último a mi abuelo Ale que, aunque ya no está conmigo siempre lo siento presente y sé que es el quien guía mi camino.

Pedro

Dedico esta tesis primeramente a Dios quien es el motor de mi vida y guía mi camino. A mis papis y a mi hermana quienes son los pilares y mayores ejemplos de mi vida.

A mi papi y a mi mami quienes han hecho una gran labor como padres, nos han sacado adelante y han logrado que nunca nos falte nada a mí y a mi hermana, que a pesar de habernos criado lejos de nuestra amada Colombia y de nuestra familia, siempre hicieron que nos sintiéramos en casa.

A mi ñaña por simplemente ser mi mayor ejemplo a seguir y por cuidarme siempre.

A mi primita Sofí, quien siempre será mi bebe y espero algún día poder llegar a ser un modelo y ejemplo a seguir en su vida.

Finalmente dedico esta tesis a mi ángel P.X.A qué sé que siempre me cuida y está conmigo.

Valentina

Agradecimiento

Agradezco a Dios y a toda mi familia por estar siempre conmigo, en los buenos y malos días, a todos mis maestros, junta académica por el apoyo durante la duración de esta carrera, siempre aportando consejos y guías para ayudarnos a crecer como personas y como futuros profesionales; y finalmente agradezco al Ingeniero Marco Antonio Ríos quien es el director de este trabajo que siempre nos brindó su ayuda y seguimiento para poder realizar esta investigación de la mejor manera. Finalmente agradezco a mis compañeros y compañeras, en especial a mi compañera de tesis Valentina por apoyarme en el transcurso de la carrera.

Pedro

Agradezco primeramente a Dios por todo lo que tengo y por lo que soy.

A toda mi familia por el amor que recibo. A mis papis y a mi hermana por estar conmigo siempre así sean días buenos o malos. Agradezco todo el esfuerzo que mis papis hacen día a día y también por haberme criado con ese amor incondicional, simplemente no pudiera pedir unos mejores padres. A mi perrita Wonka por despertarse en las madrugadas a estudiar conmigo.

A mis amigas incondicionales Suca, Paula y Gaby por siempre estar a mi lado.

Agradezco a los docentes de la universidad con los cuales fui formando mi conocimiento durante la carrera. A nuestro director de tesis, Marco Ríos, quien nos brindó su apoyo y conocimiento absoluto en la realización de la misma.

Finalmente, a Pedrito por haber realizado esta tesis y muchos otros trabajos y proyectos juntos durante nuestra carrera universitaria, sabes que siempre vas a encontrar en mí una amiga incondicional.

Valentina

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	vii
Abstract	viii
Introducción	1
CAPÍTULO 1. EL MARKETING Y EL SECTOR INMOBILIARIO	2
CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	26
2.1. Metodología	26
2.2. Investigación de mercados	26
CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	37
3.1. Metodología	37
2.2. Investigación de mercados	37
CONCLUSIONES	62
REFERENCIAS	64
ANEXOS	66

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad	38
Tabla 2. Sexo.....	39
Tabla 3. Estado Civil.....	40
Tabla 4. Nivel de Instrucción	41
Tabla 5. Ocupación	42
Tabla 6. Ingreso Hogar.....	43
Tabla 7. Número de Integrantes en Familia.	44
Tabla 8. Relación de la edad con la vivienda en donde reside	45
Tabla 9. Relación de la edad con propiedad de vivienda	47
Tabla 10. Relación de la edad con preferencia de comprar o construir	49
Tabla 11. Relación de la edad con la ubicación de la vivienda.....	50
Tabla 12. Relación de la edad con presupuesto a invertir	51
Tabla 13. Realización de Pago	52
Tabla 14. Relación del estado civil con propiedad de vivienda donde reside	53
Tabla 15. Relación del Estado Civil con Total de Viviendas Alquiladas	53
Tabla 16. Relación del estado civil con preferencia de compra o construcción.....	54
Tabla 17. Relación del estado civil con presupuesto a invertir	55
Tabla 18. Relación de ingreso por hogar con propiedad de vivienda donde reside	56
Tabla 19. Relación del ingreso por hogar con presupuesto a invertir	57
Tabla 20. Factores que más se valoran en una vivienda	58
Tabla 21. Zonas de la casa que más se valoran.....	59
Tabla 22. Relación Sexo con Factores	60
Tabla 23. Relación Sexo con Zona Preferenciales de la Casa.....	61

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y GRÁFICOS

Ilustración 1. Modelos e instrumentos de políticas de vivienda en Ecuador.....	7
Ilustración 2. Modelo de los cuasi-mercados de instituciones y procesos involucrados en el SIV	8
Ilustración 3. Poder adquisitivo por quintiles.....	9
Ilustración 4. Estructura del mercado hipotecario en Ecuador.....	11
Ilustración 5. Inversión en el sector de la vivienda del año 2002 al 2010.....	12
Ilustración 6. Comparación de la construcción formal e informal entre los años 1991 a 2005 ..	13
Ilustración 7. Ingreso promedio por hogar de acuerdo a los quintiles.....	13
Ilustración 8. Precio de viviendas de acuerdo a las zonas de ubicación en Guayaquil	15
Ilustración 9. Tendencia de la vivienda.....	16
Ilustración 10. Edad	38
Ilustración 11. Sexo.....	39
Ilustración 12. Estado Civil.....	40
Ilustración 13. Nivel de Instrucción	41
Ilustración 14. Ocupación	42
Ilustración 15. Ingreso Hogar.....	43
Ilustración 16. Número de Integrantes en Familia	44
Ilustración 17. Relación de la edad con la vivienda en donde reside	45
Ilustración 18. Relación de la edad con propiedad de vivienda	47
Ilustración 19. Relación de la edad con preferencia de comprar o construir	49
Ilustración 20. Relación de la edad con la ubicación de la vivienda.....	50
Ilustración 21. Relación de la edad con presupuesto a invertir	51
Ilustración 22. Realización de Pago	52
Ilustración 23. Relación del estado civil con propiedad de vivienda donde reside	53
Ilustración 24. Relación del estado civil con preferencia de compra o construcción.....	54
Ilustración 25. Relación del estado civil con presupuesto a invertir	55
Ilustración 26. Relación de ingreso por hogar con propiedad de vivienda donde reside	56
Ilustración 27. Relación del ingreso por hogar con presupuesto a invertir	57
Ilustración 28. Factores que más se valoran en una vivienda.....	58
Ilustración 29. Zonas de la casa que más se valoran	59
Ilustración 30. Relación Sexo con Factores	60
Ilustración 31. Relación Sexo con Zona Preferenciales de la Casa.....	61

Resumen

El presente trabajo consiste en conocer los principales factores y atributos que valoran los compradores de vivienda al momento de adquirirla, en la ciudad de Cuenca; identificar sus preferencias según grupos etarios y sus características socio-demográficas más importantes.

La metodología utilizada fue una investigación cualitativa y cuantitativa con el fin de conocer por medio de entrevistas y encuestas las opiniones de las personas e identificar los factores que más valoran.

Concluyendo que los factores que más valoran los compradores según el orden de importancia son seguridad, espacios amplios, zona, acabados y modernidad; y las zonas más valoradas dentro de la vivienda son: cuartos, cocina y patio.

Como conclusión se puede acotar que existe congruencia entre la investigación cualitativa y la cuantitativa.

Abstract

ABSTRACT

This research aims to know the main factors and features that homebuyers value at the moment of purchasing a product in Cuenca. The study also pursues to identify the consumers' preferences according to age groups and important socio-demographic characteristics. The methodology used was qualitative and quantitative to know by means of interviews and surveys the opinions of the costumers to identify the factors they value most. The study comprises the factors that purchasers value most, which according to the order of importance are: security, wide spaces, area, finishes and innovation. The most valued areas at home are: rooms, kitchen and patio. In conclusion, there is congruence between the qualitative and quantitative research.



Eng. Marco Antonio Ríos Ponce

Thesis Director



Pedro José Ramos Espinoza



Valentina Vargas Romero

Authors



Translated by
Mg. Magali Arteaga

Introducción

Teniendo en cuenta que existe un desconocimiento de cuáles son los factores que valoran los compradores de vivienda, se realizó un estudio para poder determinar los mismos.

Se consideró importante ya que no existe ningún estudio en la ciudad el cual pueda determinar dichos factores que llegan a ser de suma importancia para todos aquellos que están relacionados con el sector tanto de construcción como de comercialización de viviendas.

Se espera que el estudio pueda arrojar información relevante para dichas personas involucradas en el sector.

Por lo tanto, la presente investigación tiene como finalidad realizar un análisis que permita conocer los principales factores y atributos que valoran las personas al momento de comprar una vivienda.

Teniendo en cuenta que el objetivo principal del trabajo es poder identificar y cuantificar los factores que valoran los compradores de vivienda, fueron planteados a su vez, objetivos específicos los cuales serán de guía para poder realizar con mayor exactitud el trabajo de investigación.

El trabajo expuesto consta de tres capítulos los cuales proporcionan toda la información necesaria para poder comprender el tema. Para la elaboración de dichos capítulos se realizaron investigaciones en fuentes secundarias, para así poder obtener primero la información pertinente sobre el sector de la construcción y vivienda tanto internacionalmente como en Ecuador. Seguido de esto se realizó investigación cualitativa la cual constó en realizar entrevistas a expertos y entrevistas a profundidad a futuros clientes. Finalmente se realizó investigación cuantitativa en base a los resultados obtenidos en la investigación cualitativa.

CAPÍTULO 1. EL MARKETING Y EL SECTOR INMOBILIARIO

La vivienda:

Es un edificio cuya principal función es ofrecer refugio y habitación a las personas, protegiéndolas de las inclemencias climáticas y de otras amenazas. Antiguamente, eran los propios usuarios los responsables de construir su vivienda, adaptándolas a sus propias necesidades, pero en la actualidad, el diseño y construcción de las viviendas ha pasado a ser competencia exclusiva de arquitectos e ingenieros, apoyados muchas veces por grandes empresas constructoras. (Coca Carasila & Molina Higuera , 2012, pág. 15)

Coca Carasila y Molina Higuera señalan en 2012 que la vivienda es un factor determinante de desarrollo social y económico, así también se podría decir que posibilita la reducción de pobreza, reactiva la economía y genera empleo.

En el Ecuador según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), existe una clasificación de viviendas según sus características, la cual consta de 8 categorías:

Casa / Villa: Es toda construcción permanente hecha con materiales resistentes, tales como: asbesto, hormigón, piedra, bloque, ladrillo, adobe, caña o madera. Generalmente tiene abastecimiento de agua y servicio higiénico de uso exclusivo.

Departamento en casa o edificio: Es el conjunto de cuartos que forma parte de un edificio de uno o más pisos. Se caracteriza por ser independiente, tiene abastecimiento de agua y servicio higiénico de uso exclusivo.

Cuarto (s) en casa de inquilinato: Comprende uno o varios cuartos o piezas pertenecientes a una casa, con entrada común y directa desde un pasillo, patio,

corredor o calle y generalmente, no cuenta con servicio exclusivo de agua o servicio higiénico, siendo éstos compartidos con otras viviendas.

Mediagua: Es una construcción de un solo piso con paredes de ladrillo, adobe bloque o madera, con techo de teja, eternit, árdex, o zinc. Tiene una sola caída de agua y no más de dos cuartos o piezas. Si dispone de más de dos cuartos o piezas regístrela como casa/ villa.

Rancho: Es una construcción rústica, cubierta con zinc, palma o cualquier otro material similar, con paredes de caña o bahareque y con piso de caña o madera. Generalmente este tipo de vivienda se encuentra en regiones de clima cálido. En esta categoría no entran los “ranchos” de las quintas ni fincas, estos son considerados como casas/villas.

Covacha: Es aquella construcción en la que se utiliza materiales rústicos sin tratamiento tales como: ramas, cartones, restos de asbesto, latas, plásticos, entre otros. Con piso de madera, caña o tierra.

Choza: Es la construcción que tiene paredes de adobe, tapia, caña o bahareque; con pisos de tierra o madera y techo de paja. Generalmente este tipo de vivienda se encuentra en la región sierra.

Otra: Es una vivienda improvisada o lugar no construido para tales fines, como: garajes, bodegas, furgones, carpas, casetas, containers, barcazas, entre otras.

Según un estudio realizado en España sobre el comportamiento segmentado del mercado inmobiliario, los autores de dicha investigación determinaron que las variables que más aprecian las personas al momento de elegir una vivienda son:

- El paisaje
- El transporte
- Comunicaciones.

Con comunicaciones se hace referencia a qué tan bueno es el servicio de internet, cable y teléfono en el sector que escogieron vivir.(GARCIA, 2013)

García concluye que, el mercado tiende a experimentar un funcionamiento segmentado en función de sus distintos usos, tipologías edificatorias y áreas urbanas. La definición de esta segmentación permite conocer realmente la diferenciación espacial del mercado inmobiliario del ámbito y, por tanto, los diferentes submercados que se crean y su modelización. (GARCIA, 2013), se realizó un estudio el cual abarca la conformación de los cuasi-mercados en cuanto al tema de vivienda social.

A continuación, se desarrollará algunos temas encontrados en dicha investigación. Pero primero para poder entender el estudio, hay que saber que son los cuasi-mercados. Los mismos son formas de economía mixta en las que actores públicos y privados participan en la producción y distribución de servicios de bienestar.

(Villarroya, 2000)

A diferencia de los mercados convencionales donde la recepción del servicio está condicionada por la capacidad del usuario para pagarlo, en los cuasi-mercados el consumidor recibe el servicio de manera gratuita o por cargo, por lo que se establece una correspondencia entre necesidad y consumo (Barlett & Le Grand, 1993)

En el caso del sector de la vivienda social, los cuasi-mercados han tenido un carácter residual respecto a la totalidad de la provisión del mercado inmobiliario concentrándose en ámbitos relacionados con:

- 1.- La inversión en nuevos planes sociales de vivienda
- 2.- Asignación de hogares a las vacantes de vivienda
- 3.- Gestión de las reservas existentes de vivienda social (Bramley, 1993)

Las reformas introducidas en este sector han supuesto no solo el direccionamiento de subsidios hacia las familias de menores recursos, sino sobre todo la formación de un mercado competitivo en el que los gobiernos locales y estatales se han convertido en los compradores y las asociaciones de vivienda, cooperativas y particulares se han constituido en proveedores del servicio. (Cordova, 2015)

Políticas de vivienda social en Ecuador

La problemática de la vivienda en Ecuador y en la región en general se ha configurado como un fenómeno de orden estructural relacionado con al menos cuatro dimensiones:

- 1.-Una acelerada urbanización experimentada desde la segunda mitad del siglo XX
- 2.-Una estructura social caracterizada por marcadas inequidades socio-económicas
- 3.-Una escasa inversión social resultante de déficits presupuestarios acumulados
- 4.-Una escasez de suelo, en tanto que por definición es un bien escaso no reproducible que deriva en una dinámica urbana de carácter especulativo.

(Carrion, 1996)

Sin embargo, pese a los aspectos estructurales señalados, las políticas de vivienda han sido diseñadas e implementadas a partir de una lectura reduccionista enfocada en el déficit cuantitativo habitacional (Carrion, 1996)

Las políticas de vivienda se configuraron en política en la década de 1960.

La figura del Estado asumía todas las funciones en el desarrollo de políticas sociales, se impulsó mediante decreto un modelo de mutualismo fundamentado en el ahorro y el crédito a largo plazo como plataforma para la construcción de proyectos de vivienda (Acosta, 2009)

Según Acosta, hay un esquema de política, denominado “llave en mano”, el cual se profundizó en el gobierno de la dictadura militar durante la década de 1960 gracias a las rentas del emergente sector petrolero y, aunque la proyección de viviendas construidas estaba prevista en alrededor de 280 mil unidades, solo se llegaron a ejecutar cerca de 25 mil.

En general, la política tuvo una baja cobertura, focalizada básicamente en la clase media, sector con posibilidades de acceder a crédito, por lo que su impacto frente a las elevadas tasas de crecimiento poblacional fue residual (Acosta, 2009)

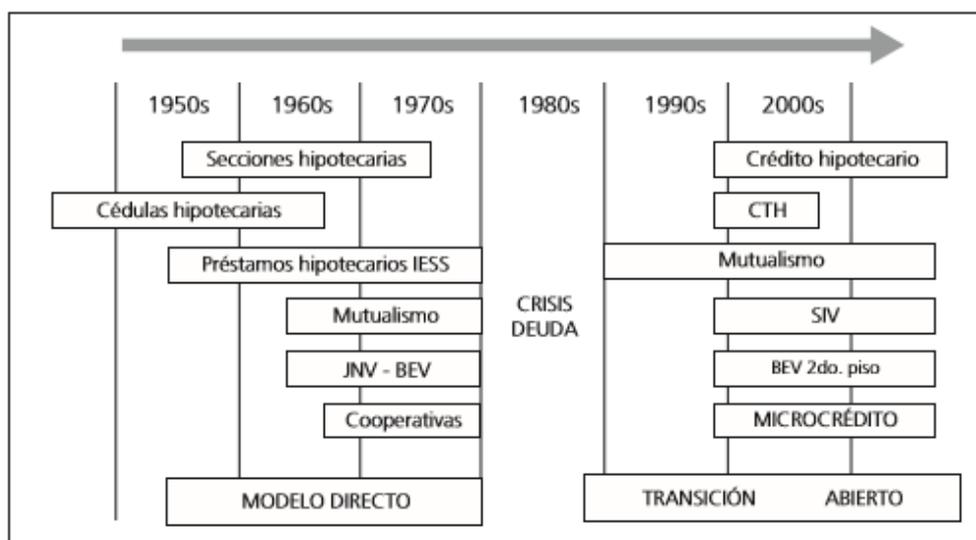
En la década de 1990, dentro del contexto económico de corte neoliberal, las políticas de vivienda experimentaron importantes transformaciones expresadas no solo en la desregulación del sector, sino además en la incorporación de actores privados en la financiación, promoción y construcción de programas habitacionales de interés social. Se empezó a configurar un conjunto de políticas que redefinieron el enfoque centrado en la oferta hacia un esquema que se focalizó en la demanda. (Cordova, 2015)

En el caso de Ecuador, este cambio de paradigma en la política de vivienda se comenzó a instrumentalizar a través de la creación del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI) en 1993, instancia alrededor de la cual se reorganizó la institucionalidad vinculada con el sector bajo los preceptos de eficiencia y subsidiaridad promovidos por los organismos multilaterales dentro del contexto de la nueva gestión pública. (Carrion, 1996)

Según Carrión, con apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se implementó en 1998 el Sistema de Incentivos para la Vivienda (SIV), como el principal mecanismo de la política estatal de vivienda.

El nuevo modelo de política propuesto por Acosta, se inscribe en la transición de una economía direccionada desde el Estado hacia otra centrada en el mercado, en cuyo contexto opera un cambio de roles, tanto del Estado, que deja de ser constructor inmobiliario y prestamista final para convertirse en ente regulador, como del sector privado, que crea instancias integradas al mercado de capitales para captar ahorro y distribuir ingresos. (Carrion, 1996)

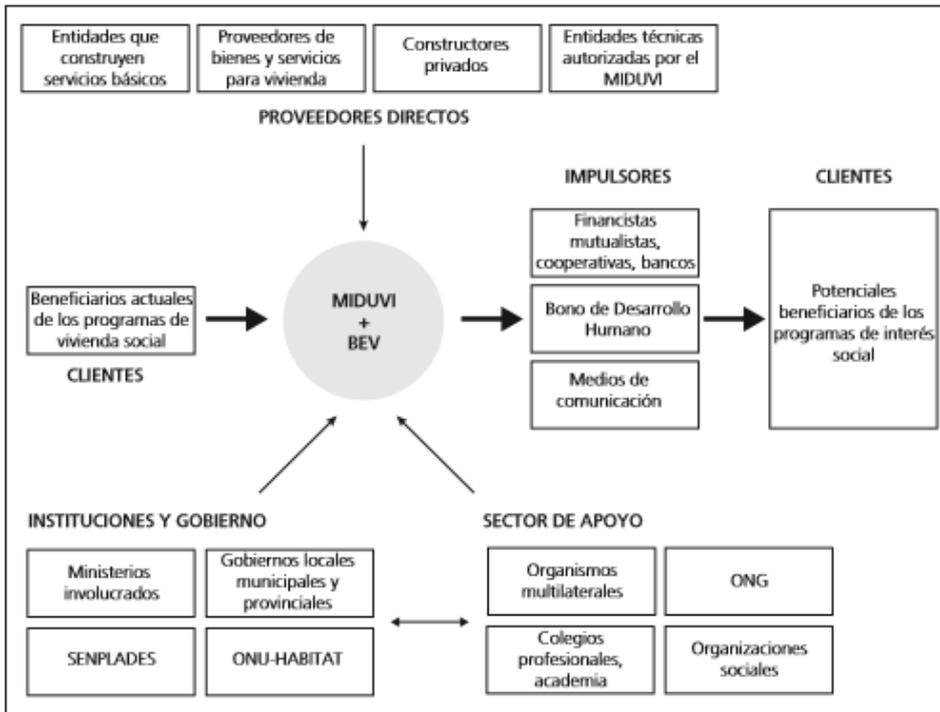
Ilustración 1. Modelos e instrumentos de políticas de vivienda en Ecuador



Fuente: (Acosta, 2009)

En el caso de la política de vivienda de Ecuador, el esquema impulsado desde la década de 1990 ha determinado que la gestión y coordinación del servicio se mantenga a cargo del Estado, mientras que la provisión en términos de financiación y producción del mismo se encuentra operada por un conjunto de proveedores privados. (Cordova, 2015)

Ilustración 2. Modelo de los cuasi-mercados de instituciones y procesos involucrados en el SIV



Fuente: (Marcano, 2010)

En un mercado convencional los precios juegan un papel fundamental en la lógica de intercambio voluntario y libre competencia, reflejando y condicionando la interacción entre la oferta y la demanda. (Friedman & Friedman, 1987)

En un modelo de cuasi-mercados los precios suelen estar determinados por formulas específicas administradas por la agencia compradora, a través de procesos de negociación contractual entre los compradores y proveedores. (Villarroya, 2000)

El esquema ecuatoriano dice que el precio máximo de las viviendas y el valor del bono están determinados en función del poder adquisitivo de cada uno de los quintiles, como se muestra en el siguiente cuadro:

Ilustración 3. Poder adquisitivo por quintiles

Tipo de bono	Ingreso familiar máximo			Precio máximo de la vivienda		Valor del bono (USD)	Ahorro mínimo inicial	Aporte adicional máximo estimado (crédito)
	Q	Veces SBU	Total (USD) 2010	Veces SBU	Total (USD) 2010			
Adquisición de vivienda	Q1	1	240	50	12 200	7 000	1 200	3 800
	Q2	1,5	360	64	15 300	6 000	1 530	7 770
	Q3	2,25	540	86	20 700	4 000	2 898	13 802
	Q4	3,75	900	129	31 000	3 000	6 200	21 800
Construcción en terreno propio	Q1	1	240	40	5 000	5 000	960	3 640
	Q2	1,5	360	55	4 000	4 000	1 320	7 880
	Q3	2,25	540	67	3 000	3 000	2 240	10 760
	Q4	3,75	900	101	2 000	2 000	4 840	17 360

Fuente: (Ruiz, 2010)

En el caso ecuatoriano el sector privado vinculado con el desarrollo de vivienda en calidad de proveedor ha encontrado dificultades de información relacionadas con aspectos tales como una excesiva complejidad y demora de trámites de aprobación, dispersión de las instituciones competentes, exageradas cargas tributarias gravadas a transferencia de dominio de propiedad, un marco legal y tributario anacrónico. (Urbana Consultores , 1999).

Esto ha generado que el estado en el rol de ente comprador, tenga problemas de información ya que no se llegan a relacionar con:

- La calidad de las viviendas
- Incumplimiento de los plazos de entrega
- Actos de corrupción

Y eso es el resultado de no tener un mecanismo efectivo que ayude a monitorear y a su vez evaluar los diferentes programas existentes.

En cuanto a los costos de transacción, las políticas anteriores a la década de 1990 estuvieron enfocadas en resolver el déficit cuantitativo de unidades habitacionales a través de una agencia gubernamental que asumía todas las funciones del proceso. Este esquema demostró ser ineficaz, no solo porque el valor de construir nuevas viviendas terminaba siendo mayor que el del mercado, sino por los elevados costos administrativos implícitos en el esquema de subsidios indirectos entregados por el Estado. De otra parte,

existía una alta incertidumbre en razón de que el flujo de inversiones hacia el sector de la vivienda estaba condicionado por la coyuntura de la economía nacional (Drosdoff, s/f).

En Ecuador el financiamiento habitacional se estructura alrededor de tres elementos:

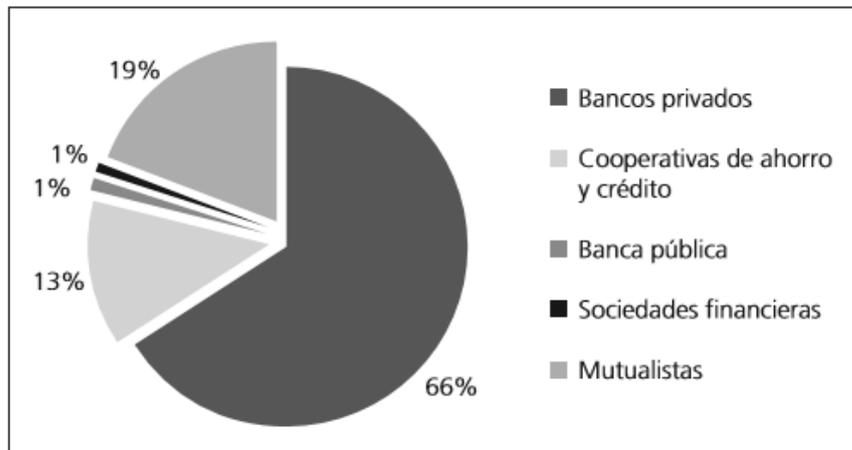
- 1.- El estado provee un subsidio directo a la demanda mediante un criterio de focalización de la pobreza, eliminando el anterior subsidio cruzado a la oferta
- 2.- El sector privado provee créditos a través de una banca comercial multipropósito
- 3.- El usuario aporta con ahorro propio (Cordova, 2015)

El modelo ecuatoriano si bien presenta avances importantes con la apertura del financiamiento, no necesariamente ha logrado atraer la participación del sector privado hacia un esquema de otorgamiento de créditos hipotecarios de bajo monto, lo que evidencia una falta de motivación de parte de los proveedores del mercado financiero. De hecho, a inicios de la década de 2000, solo el 20% del crédito colocado era de largo plazo, es decir, existía una escasa especialización crediticia y un desinterés para financiar programas de vivienda popular. (Alzamora, 2003)

En el caso ecuatoriano en la medida en que el modelo combina un subsidio directo a la demanda no reembolsable con un crédito hipotecario de largo plazo en condiciones de mercado y el ahorro previo del adquiriente, el propio sistema genera una suerte de selección adversa estructural. (Cordova, 2015)

Según Córdova, la razón de lo expuesto, es que las condiciones de pobreza en el país con el transcurso de los años, admite que los sectores de crédito y ahorro sean los que adquieran la vivienda.

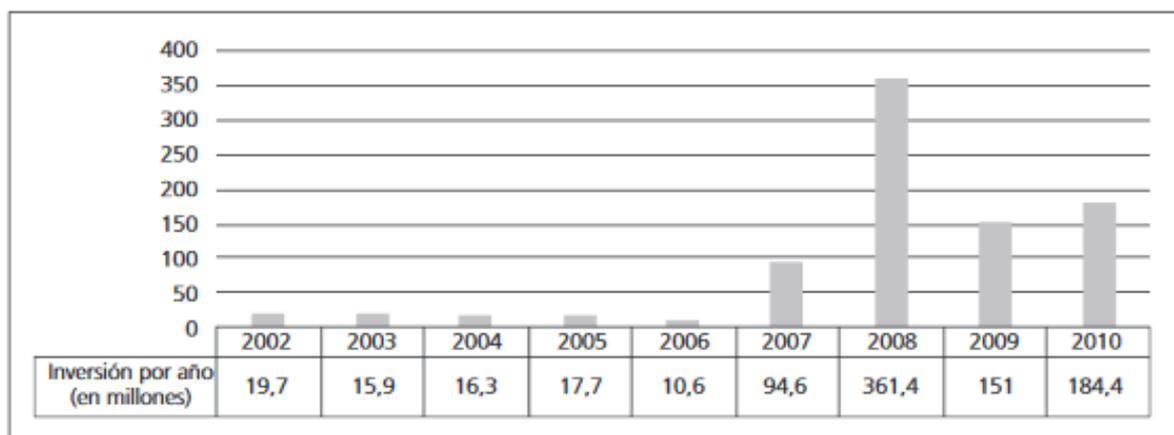
Ilustración 4. Estructura del mercado hipotecario en Ecuador.



Fuente: (Acosta, 2009)

Se pretende canalizar la oferta a través de mecanismos de mercado, complementados con subsidios focalizados en los sectores de menores recursos. Sin embargo, las condiciones económicas del país presentan problemas estructurales que repercuten en una escasa capacidad adquisitiva de grandes segmentos de la población, situación que impide que una potencial demanda de usuarios de vivienda se convierta en demanda efectiva, distorsionando la lógica del modelo de cuasi-mercados. (Cordova, 2015)

Ilustración 5. Inversión en el sector de la vivienda del año 2002 al 2010

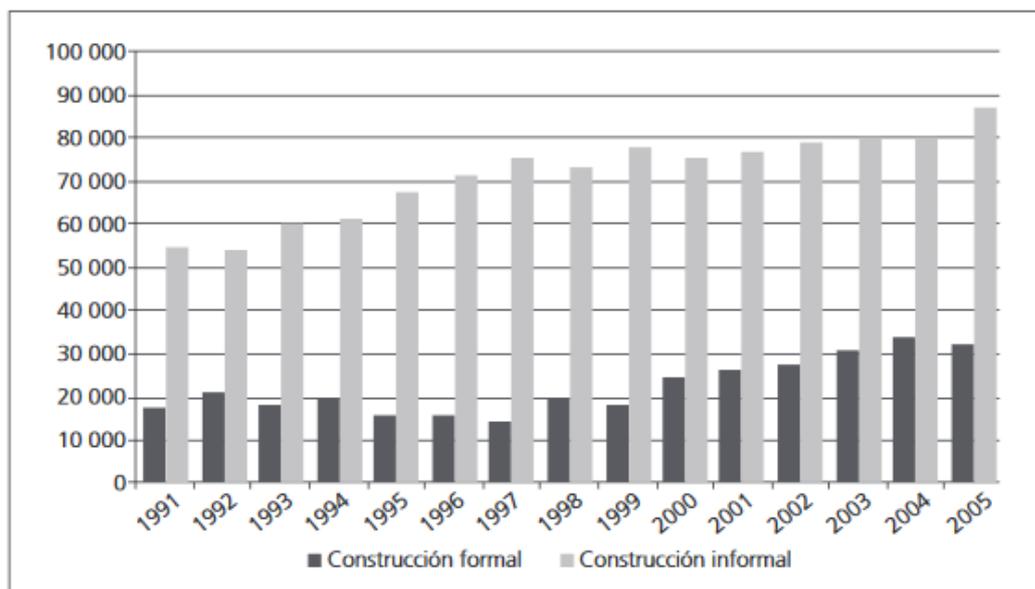


Fuente: (Ruiz & Nancy Sanchez, Programa Paso a Paso: alianzas estratégicas para una vivienda digna. Una década de acción por la vivienda y el hábitat, 2011)

El sector de la construcción formal –en el que estaría incluida la provisión de vivienda social– pese al incremento que experimenta en la década de 2000, se mantiene muy por debajo de la construcción informal. Situación que da cuenta de que las opciones de elección de los usuarios se encuentran mayormente por fuera de la oferta circunscrita en la prestación formal del esquema de la política de vivienda. Este desfase de la oferta formal respecto al mercado informal se explica por la baja capacidad adquisitiva de grandes sectores de la población y su dificultad de acceso a los mecanismos formales de crédito. (Cordova, 2015)

Lo mencionado por Córdova se puede entender mejor mediante el siguiente gráfico:

Ilustración 6. Comparación de la construcción formal e informal entre los años 1991 a 2005



Fuente: (De Guzman , s/f)

De acuerdo a la investigación de Córdova, la mayoría de hogares no estaría en capacidad de financiar su vivienda sin contar con algún tipo de subsidio del Estado.

Ilustración 7. Ingreso promedio por hogar de acuerdo a los quintiles

Quintiles	Ingresos de los hogares urbanos				Crédito
	Ingreso promedio de los hogares (USD)	Ingresos en salarios	Porcentaje del gasto para vivienda	Disponibilidad para vivienda (cuota) (USD)	Crédito posible 14% 8 años (USD)
1	223,14	1,33	0,20	44,63	2569
2	392,90	2,34	0,25	98,23	5654
3	536,80	3,20	0,30	161,04	9270
4	748,79	4,46	0,30	224,64	12 931
5	1601,56	9,53	0,30	480,47	27 658

Fuente: (De Guzman , s/f)

A continuación, se hablará sobre un estudio realizado en Guayaquil sobre la relación de la ratio de precio/alquiler y sus medidas de rentabilidad.

A la relación precio/alquiler se le conoce con las siglas de PER y es nada más el número de años que se tarda en recuperar la inversión en vivienda a través de su alquiler anual (Macías Rendón, 2015)

Según un estudio de Revista Ekos (2013), con datos de la última Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC), las familias ecuatorianas de clase media que alquilan vivienda destinan el 20,5% de sus gastos a este rubro, mientras que aquellas que poseen una vivienda con crédito vigente destinan el 34%, en promedio.

En el estudio recalcan la importancia de analizar los precios de las viviendas para ver si se toma la decisión de comprar una vivienda o de alquilarla ya que el precio por metro cuadrado es diferente en cada ciudad e incluso puede llegar a ser diferente en distintos sectores de una misma ciudad.

Indican que la importancia de poder conocer los diferentes niveles de precios que tienen tanto el alquiler como la compra por zona geográfica, es muy grande ya que eso ayuda a tener un mejor panorama de cómo es que las familias toman su decisión de vivienda atados o de acuerdo a su presupuesto.

El estudio fue realizado con una muestra de 507 viviendas, de las cuales las variables que se consultaron fueron las siguientes:

- Precio de venta o valor de alquiler mensual
- Si es casa o departamento
- Metros cuadrados de construcción
- Metros cuadrados de terreno, número de habitaciones
- Antigüedad de la vivienda
- Si cuenta con piscina
- Si está dentro de una urbanización privada

La distribución de la muestra, que alcanzó un total de 262 unidades para la venta y 245 para alquiler. (Macías Rendón, 2015)

Los resultados de las casas en venta sirven para la investigación, por lo tanto, no se presentará el resultado que los autores obtuvieron de su investigación en cuanto a las casas de alquiler.

Ilustración 8. Precio de viviendas de acuerdo a las zonas de ubicación en Guayaquil

Zonas	Promedios				Porcentajes		
	Precio/m ² (US\$)	m ² construcción	# de habitaciones	Antigüedad (años)	Con piscina	Departamento	Casa
Ceibos+	754,94	458,71	3,7	12,7	66%	26%	74%
Gar/Alb/Sau	470,96	261,17	4,0	28,3	14%	3%	97%
LFC/Sallitre	667,98	156,46	3,3	2,1	3%	0%	100%
Term-Pascuales	726,08	126,04	3,2	1,5	0%	0%	100%
Urdesa+	653,96	408,88	3,8	13,2	37%	38%	62%
ViaCosta	768,05	343,51	3,3	2,9	34%	9%	91%
ViaSambo.	1301,48	309,77	3,6	3,9	31%	23%	77%
Total	756,25	302,33	3,6	9,5	27%	16%	84%

Fuente: (Macías Rendón, 2015)

Un aspecto notado en la comparación de características entre las dos submuestras, es que las viviendas destinadas para alquiler son más pequeñas que las que se ofertan en venta, tanto en área de construcción, como en número de habitaciones promedio. (Macías Rendón, 2015)

Según datos Obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, del último censo de población y vivienda realizado en el año 2010, se detectó que en la provincia de Tungurahua la tenencia o propiedad de una vivienda se distribuye de la siguiente manera:

Ilustración 9. Tendencia de la vivienda

Tenencia o propiedad de la vivienda	Casos	%
Propia totalmente	73,532	52.32
Propia pero aún se está pagando (Hipotecada)	8,200	5.83
Propia según factores de: donación, herencia, posesión o regalada.	13,728	9.77
Prestada (no pagada)	17,156	12.21
Por servicios o trabajo	1,028	0.73
Arrendada, Alquilada	26,755	19.04
Anticresis	137	0.10
TOTAL	140,536	100

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Stephany Vela (2016).

Según el INEC existen 73,532 casos en los que cuentan con casa propia totalmente pagada, esto significa que más del 50% de los ciudadanos cuentan con una vivienda (INEC, 2010).

De acuerdo a un estudio realizado para la implementación de un ahorro programado para vivienda, concluyeron que se cree que actualmente contar con vivienda propia no debe ser considerado como un lujo o algo a lo que solo exclusivas personas pueden acceder. (Vela Robalino, 2017).

Esto contribuirá al desarrollo social del país, ya que, todas las personas que accedan a este tipo de servicios tendrán la potestad de destinar un monto de sus ingresos para que a futuro puedan comprar o construir su vivienda y de esta forma mejorar su situación económica y social. (Vela Robalino, 2017)

La segmentación de mercados es un proceso primordial al momento de intentar vender un producto o servicio, ya que de esa manera se logra dirigir la comunicación o venta al público más interesado, teniendo en cuenta que no todos tienen las mismas necesidades, intereses, poder adquisitivo, etc.

Kotler define la segmentación como “el proceso de dividir un mercado en distintos grupos de compradores, con necesidades, características o conducta diferentes, y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados” (p.49).

La elaboración y aplicación efectiva de mezclas de marketing ajustadas a las necesidades y requerimientos de segmentos específicos son tareas difíciles de llevar a cabo si ellas no se diseñan e implantan relacionando variables de segmentación demográficas con variables de segmentación conductuales o motivacionales. (Fernández Robín & Aqueveque Torres, 2001, pág. 1)

Fernández Robín y Aqueveque Torres indican en el 2001 que se utilizan para la segmentación, variables identificables y medibles para los consumidores, sin embargo, éstas pueden ser o no observables y también puede ser específicas en la relación entre los productos y los consumidores. Lo esencial de la segmentación es que los integrantes de cada segmento sean lo más semejantes con respecto a los factores que influyen en la demanda.

La estrategia de segmentación permite que los productores eviten la competencia directa en el mercado gracias a la diferenciación de sus ofertas no sólo en términos de precio, sino también en cuanto al estilo, el empaque, el atractivo promocional, el sistema de distribución y un mejor servicio. Los mercadólogos han descubierto que los costos que implica la investigación para la segmentación de consumidores, las corridas de producción más pequeña y las campañas promocionales diferenciadas suelen compensarse generosamente con el incremento en las ventas. En la mayoría de los casos, los consumidores aceptan de buena manera pagar más por un producto que satisfagan más cercanamente sus necesidades específicas. (Kanuk & Schiffman, 2005, pág. 50)

Según Fernández Robín y Aqueveque Torres, en el 2001, explican que existe un problema al momento de determinar las variables a usarse para la segmentación, esto debido a que existen algunas categorías de variables que se pueden utilizar como son: las generales, las demográficas, las psicográficas y las conductuales. El proceso de segmentación se vuelve difícil al momento de utilizar las variables Psicológicas o Conductuales mismas que varios mercadólogos consideran que son el mejor punto de partida para segmentar un

mercado; sin embargo, es necesario no olvidar las variables demográficas, debido a que éstas ayudan a estimar el tamaño del mercado meta.

Es así como un proceso de segmentación útil requiere de un conocimiento más profundo que la simple descripción del segmento en términos del cómo son. (Fernández Robín & Aqueveque Torres, 2001, pág. 4)

Al momento de elegir las variables, se debe tener en cuenta el producto o servicio, así también se debe tomar en cuenta a qué mercado será dirigido, ya que la selección de las variables es fundamental para determinar el éxito o el fracaso de la segmentación.

Para poder realizar una segmentación adecuada es preciso conocer la demanda estimada que tendrá dicho producto o servicio en el mercado, en el caso de las viviendas un producto de primera necesidad, que se encuentra en el segundo escalón de la pirámide de necesidades, pero que sin embargo el alto valor por unidad convierte a la vivienda en un bien de inversión.

Tanto el consumidor como el mercado son factores primordiales del marketing y a partir del estudio del consumidor y sus necesidades es cuando se da la elección de los productos.

Como indica Hawkins en 2013, para que se llegue a considerar algo como necesario e indispensable debe considerarse la naturaleza de la necesidad, misma que puede ser absoluta, indispensable, práctica o moral.

Los conceptos más importantes para la medición de la demanda son los de demanda de mercado y de demanda de la empresa, teniendo en cuenta siempre que en cada uno de ellos se puede hablar de una previsión y un potencial. La demanda de mercado para un producto es el volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de consumidores, en un área geográfica concreta, para un determinado período de tiempo, en un entorno definido de marketing y bajo un programa específico de marketing. (Kotler & Keller, 2012)

Otro aspecto importante, es el marketing estratégico, por eso según (Bramley, 1993) dice que es necesario escoger una estrategia de 3 posibles para adoptar como son: la segmentación, la focalización y el posicionamiento.

La focalización para Bocoock, en 1995, tiene como particularidad el dirigirse a los consumidores, sin embargo, hay que distinguir entre 2 diferentes objetivos: el núcleo objetivo, más conocido como el objetivo principal, mismo que corresponde a los consumidores que se pretende llegar con prioridad; y el objetivo secundario; el cual pretende llegar a un público objetivo, pero esté no es específicamente el buscado.

Por otro lado, y no menos importante el posicionamiento consiste en “lograr que una oferta de mercado ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta” (Kotler & Arsmtrong, 2012, pág. 190).

El comportamiento del consumidor es otro factor a tener en cuenta al momento de realizar una estrategia para vender productos o servicios y se puede definir como:

El comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y cómo lo desechar. (Kanuk & Schiffman, 2005, pág. 5)

Así mismo Kanuk y Schffman, expresaron en 2005 que el comportamiento del consumidor se divide en dos grandes grupos de consumo: el consumidor personal y el consumidor organizacional.

El consumidor personal:

Compra bienes y servicios para su propio uso, para el uso del hogar, o como un obsequio para un tercero. En cada uno de estos contextos, los productos se compran para el uso final de los individuos, los cuales eran referidos como usuarios finales o consumidores finales. (Kanuk & Schiffman, 2005, pág. 5)

El consumidor organizacional:

Incluye negocios con fines de lucro y sin fines de lucro, a las dependencias gubernamentales (locales, estatales y nacionales), así como a las instituciones (por ejemplo, escuelas, hospitales y prisiones) que deben comprar productos, equipo y servicios para que sus organizaciones funcionen. (Kanuk & Schiffman, 2005, pág. 5)

También hay que tener en cuenta que existe un proceso de compra y según Kotler y Armstrong en 2012 indican que éste consta de 5 pasos e inicia al momento de reconocer una necesidad y culmina cuando una persona realiza la compra, y se determina su comportamiento posterior a la misma.

Reconocimiento de las necesidades:

El comprador detecta un problema o una necesidad. La necesidad puede originarse por estímulos internos cuando una de las necesidades normales del individuo (por ejemplo, hambre o sed) se eleva a un nivel lo suficientemente alto como para convertirse en un impulso. Una necesidad también podría detonarse mediante estímulos externos. En esta etapa, el mercadólogo debería investigar a los consumidores para saber qué tipos de necesidades o problemas surgen, qué los provoca y la forma en que llevaron al consumidor hacia ese producto en particular. (Kotler & Arsmtrong, 2012, pág. 152)

Búsqueda de información

“Etapa del proceso de toma de decisiones del comprador, en la que se estimula al consumidor para que busque mayor información; podría ser que el consumidor sólo preste más atención, o que inicie una búsqueda activa de información” (Kotler & Arsmtrong, 2012, pág. 153).

Evaluación de alternativas

La manera en que el consumidor procesa la información para llegar a la elección de una marca. Por desgracia, los consumidores no siguen un proceso sencillo y único de evaluación en todas las situaciones de compra, sino que funcionan diversos procesos de evaluación. El consumidor se forma actitudes hacia distintas marcas mediante un procedimiento de evaluación. La manera en que los consumidores evalúan las alternativas de compra depende de cada individuo y de la situación de compra específica. (Kotler & Arsmtrong, 2012, pág. 153)

Decisión de compra

Es el momento en que el individuo después de evaluar las alternativas se decide por una marca o producto, en la mayoría de los casos se adquiere la marca preferida por el consumidor, sin embargo, hay que tener en cuenta dos factores que pueden cambiar dicha compra, las actitudes de los demás, hace referencia a opiniones o recomendaciones de terceros que pueden afectar la compra; y los factores situacionales inesperados, estos hacen referencia a la situación actual del consumidor que puede ser decisivo para realizar la compra, pero sin embargo dicha situación puede cambiar por factores externos mismos que podrían afectar al individuo y de esa manera influir en la compra. (Kotler & Arsmtrong, 2012)

Comportamiento posterior a la compra

“Etapa del proceso de toma de decisiones del comprador en la cual los consumidores realizan acciones adicionales después de la compra, con base en su satisfacción o en su desagrado” (Kotler & Arsmtrong, 2012, pág. 154).

La construcción y las actividades inmobiliarias se han convertido en uno de los sectores productivos con mayor influencia dentro de la economía. El sector ha obtenido una alta participación en el PIB, con una tendencia continua de crecimiento, inclusive a nivel de América Latina. (Leon, 2015)

En Ecuador existen un poco más de 14.000 empresas dedicadas a la construcción o actividades afines para cubrir la alta demanda del mercado inmobiliario, tanto al estrato socioeconómico alto (A) como al bajo (D), atendiendo al alto déficit habitacional cuantitativo, a través de la colocación de créditos hipotecarios con tasas accesibles por parte de las entidades financieras. A lo largo de los últimos años los créditos de vivienda en el país han sufrido una constante inestabilidad debido a los cambios de tendencia política, económica y social.” (Leon, 2015)

La vivienda en el Ecuador es un derecho que poseemos las personas y esto se puede ver reflejado en la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 30 donde expresa que “las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica.”

En Ecuador con el paso de los años ha existido varias leyes e impuestos que han influido en el sector inmobiliario y el de la construcción, la “Ley de Plusvalía” ha sido una de las que ha dado mucho de qué hablar ya que según datos del Banco Central esta ley habría hecho decrecer el sector de la construcción.

Sin embargo, la “Ley de Plusvalía” fue derogada en el Ecuador el 4 de febrero de 2018, mediante la votación de la ciudadanía en el referéndum de febrero 2018.

En la actualidad hay otras normativas vigentes en el sector de la construcción, más específicamente en el control de especulación de suelo, como son el recargo anual, pago al Estado, derechos de adquisición.

La investigación de mercados ayudará a recopilar la información necesaria para poder determinar tanto el comportamiento del consumidor como el del mercado y esto facilitará y ayudará para poder hacer una correcta toma de decisiones para así hacer un buen plan comercial enfocado en dichos factores que los clientes de vivienda valoran.

Según una investigación de mercados realizada en España, el comportamiento económico – social de una persona durante su ciclo de vida es el factor determinante del mismo para poder prever qué tipo de vivienda quiere tener en futuro. (Muñoz-Fernández, 2016)

Teniendo en cuenta el comentario de dicha información, el plan comercial debe ser realizado con cautela y teniendo en cuenta la situación tanto económica como social de los consumidores.

Es fundamental hacer una correcta investigación ya que, según un estudio realizado en México, se descubrió que el mercado inmobiliario no es un mercado ordinario y que son los que en menor grado cumplen con las condiciones que se les atribuye a los mercados eficientes y de competencia perfecta. (Aranda Vargas, 2003)

La gerencia de ventas de este momento se debe considerar como una gestión integral, quiere ello decir que el responsable del área debe hacer análisis no solamente desde la perspectiva de una suma de pedidos en valores y cantidades, sino que debe hacer una exhaustiva revisión de las condiciones de la organización para poder atender el requerimiento del cliente (Javeriana, s.f.).

Dicho lo siguiente también se debe tener en cuenta cómo se está llevando a cabo la gerencia de los establecimientos dedicados a la venta de inmuebles ya que es fundamental que los mismos tengan claro que es lo que los consumidores valoran al momento de la compra, y si se tiene claro dichos aspectos, las ventas se irán dando con facilidad y fluidez.

Una vez determinados tanto los resultados arrojados de la investigación de mercados y los factores obtenidos de la gerencia, es de suma importancia realizar los análisis correspondientes para hacer las comparaciones competentes que ayudarán a determinar con facilidad dichos factores que los consumidores de vivienda valoran al momento de la compra y así poder elaborar no solo un plan eficaz si no uno que pueda ser aplicable en el mercado.

Diariamente las personas tienen que tomar decisiones para la compra de bienes o servicios, algunas decisiones pueden ser más sencillas que otras todo esto tiene que ver con el comportamiento del consumidor, siendo conocido "...como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades." (Schiffman & Kanuk, Comportamiento Del Consumidor, 2010).

Para ello es clave determinar cuáles son las necesidades que determinado segmento busca satisfacer ya que "los mercadólogos descubrieron que satisfacer de manera efectiva las diferentes necesidades de los consumidores, al ofrecerles productos claramente diferenciados, es mucho más redituable que usar el marketing masivo..." (Schiffman & Kanuk, Comportamiento Del Consumidor, 2010). Hay que tener en cuenta el tipo de producto y a qué público se va a ofrecer por ello es importante realizar una segmentación adecuada teniendo en cuenta variables como edad, estado civil, ingresos, educación entre otros; esto para saber exactamente cuál será el mercado.

En el caso preciso de las viviendas, al tratarse de productos de alto valor la toma de decisión se vuelve algo más compleja, es por ello que determinar los factores que influyan en la decisión serán de ayuda para poder realizar un plan para la comercialización de este tipo de bienes en la ciudad de Cuenca.

Según la página de Ecuador Inmediato, el sector de la construcción en Cuenca ha crecido un 5% en el primer trimestre del presente año.

Según este análisis realizado por la Cámara de la Construcción de Cuenca, determinaron que el crecimiento se debe a varios factores tales como:

Que el impulso al sector inmobiliario está relacionado de forma directa con la reactivación de planes de vivienda que “estaban parados a falta de inversión para seguir construyendo”. (Jaramillo, 2018)

“Ha regresado la confianza al sector inmobiliario y al inversionista, que ha retomado proyectos de vivienda. Ese es el principal factor de crecimiento” (Jaramillo, 2018)

“Los flujos de venta disminuyeron y los inversores no tenían dinero para continuar construyendo, ahora la gente acude nuevamente al sector financiero para endeudarse y comprar casas”. (Velez, 2018)

Según Vélez, la falta de demanda provocó que los precios de viviendas ya terminadas caigan considerablemente.

El presidente de la Cámara de la Construcción señala que el crecimiento del tres por ciento en la economía nacional también influye en el repunte inmobiliario.

CAPÍTULO 2. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

2.1. Metodología

Se realizará una investigación exploratoria, la cual permitirá conocer los criterios y factores de comportamiento tanto de expertos como de clientes al momento de la venta o compra de una vivienda.

La investigación se realizará mediante técnicas de recolección de datos como son: las entrevistas a expertos y las entrevistas a profundidad a potenciales clientes, se efectuarán 6 entrevistas de cada tipo, lo que permitirá conocer los factores de comportamiento de clientes al momento de tomar una decisión en la compra de una vivienda, para de esta manera poder comprender al mercado.

2.2. Investigación de mercados

2.2.1. Investigación cualitativa

2.2.1.1. Informe entrevistas a expertos

2.2.1.1.1. Informe de las entrevistas a expertos en bienes raíces

- **Nombre:** Melisa Jerves
- **Ocupación:** Corredora de bienes raíces con más de 8 años de experiencia.

- **Nombre:** Pamela Roca
- **Ocupación:** Corredora de bienes raíces con más de 5 años de experiencia.

- **Nombre:** Mónica León
- **Ocupación:** Corredora de bienes raíces con más de 5 años de experiencia.

Se realizaron entrevistas a profundidad a 3 corredoras de bienes raíces, las cuales son expertas en el tema y pueden aportar conocimiento ya que tienen más de 5 años de experiencia en el área y pudieron vivir cómo fue el impacto en el área de los bienes raíces antes y después la Ley de Plusvalía.

Comentan que el sector de bienes raíces en Cuenca actualmente se encuentra un poco complicado a comparación de años atrás, es decir que la venta de propiedades ha disminuido notoriamente. Pero como tener una vivienda es una necesidad vital, de una manera u otra se mueve el sector. Concuerdan con que hay épocas en las que les va mejor que otras. Por lo general en la época de julio a septiembre es cuando menos se mueve el mercado ya que es la época en la que la ciudad se encuentra de vacaciones y después viene la época de inicio de años escolares y universitarios, por lo tanto, la gente se abstiene de comprar.

Acotan también que el mercado cuencano es difícil en el sector inmobiliario ya que la oferta es mucho mayor que la demanda y esto es debido a que en Cuenca el costo por metro cuadrado es costoso a comparación de los ingresos de la gente. Debido a esto la gente ya no compra tanto a modo de inversión como lo solían hacer antes porque los costos de los proyectos inmobiliarios son altos.

Sin embargo, hace unos 7 años atrás la compra de viviendas aumento notoriamente debido al boom de los norteamericanos ya que ellos estaban dispuestos a pagar hasta el doble del costo de la vivienda, lo que hizo que la compra y venta de las viviendas incrementara.

Esto se dio por unos 3 años, sin embargo, con las leyes del gobierno dicho boom empezó a disminuir, lo que causó que los norteamericanos opten más por rentar que por comprar. Sostienen que a comparación con 5 años atrás la venta de casas de una u otra forma se ha mantenido, sin embargo, antes era más fácil vender y adquirir un bien.

En cuanto a la ley de Plusvalía concuerdan que se dio un bajón grande en cuanto a la compra y venta de viviendas ya que lo que esta ley logró fue encarecer los bienes debido a que los impuestos que se tenían que pagar eran muy elevados, por lo tanto, la gente decidió invertir su dinero en otras áreas ya que no les resultaba rentable adquirir un bien.

Las 3 entrevistadas indican que en cuanto a la compra de vivienda todos los factores tienen que ver con el presupuesto que tenga el cliente, ya que, en base a eso, ellas pueden saber con exactitud qué es lo que les pueden ofrecer a los mismos.

En cuanto a la compra de viviendas, los factores que más valoran sus clientes son:

- Zona
- Acabados
- Casas modernas
- Seguridad
- Espacios amplios

En cuanto a la zona de ubicación comentan que actualmente la gente prefiere las afueras de la ciudad ya que dentro de la misma es complicado adquirir una vivienda moderna ya que las casas son antiguas. Mientras que a las afueras de la ciudad es más fácil poder encontrar casas modernas o terrenos disponibles para la construcción de las mismas.

Concuerdan que, en tema de seguridad, prefieren casas que estén dentro de urbanizaciones privadas. Lo cual no es tan difícil encontrar ya que por lo general las construcciones a las afueras de la ciudad son proyectos de urbanizaciones privadas.

Los sectores que más quiere la gente dependen con el presupuesto de los mismos pero las zonas más apetecidas son a las afueras de la ciudad como:

- Chaullabamba
- San Joaquín
- Río Amarillo
- Ricaurte

El precio de una casa promedio a las afueras de la ciudad, dependiendo del metraje de las mismas, va desde los \$100 mil dólares.

Cuando hay compras de casas dentro de la ciudad por lo general es para comprar el terreno de la misma, demolerla y construir una nueva a gusto del cliente.

El presupuesto promedio de los clientes actualmente en Cuenca es a base de créditos y los dos tipos más comunes son:

1.- Crédito VIP (vivienda de interés público): para la compra de casas de hasta \$70 mil dólares y el interés es bajo de 4.37. Este crédito está enfocado a un target medio, medio – bajo y bajo.

2.- Crédito hipotecario de \$120 mil dólares a \$140 mil dólares el cual está enfocado a un target medio, medio – alto.

Los financiamientos o plazos de pago dependen del constructor o de la persona la cual este vendiendo el bien, por lo general los constructores piden un 30% y el resto se puede financiar con cualquier entidad bancaria y cuando son sueños piden el 30% y el resto igualmente con financiamientos de crédito.

Los asesores inmobiliarios no dan crédito al momento de compra, pero ellos asesoran con el trámite de compra y se aseguran de hacer todos los papeleos pertinentes sin que el cliente tenga que hacer nada hasta que le entreguen al cliente la vivienda con escrituras.

Las casas estándar son de 120 a 130 metros cuadrados, la cual es una casa cómoda con 3 dormitorios, una sala de estar, comedor, cocina y un pequeño patio atrás.

Las zonas comunes de una casa de \$150 mil dólares, de más o menos 180 metros cuadrados, cuenta con 3 habitaciones, zona pequeña de televisión, un baño completo que es compartido con dos habitaciones, habitación principal con baño completo y closet grande, sala, comedor, cocina, 2 parqueos, patios.

Por los espacios de terreno que ahora se manejan las casas son de 2 pisos.

Sin embargo, hay casos en los que las casas son de un solo piso, pero esto es cuando el terreno es grande y esto se da a las afueras de la ciudad y cuando los presupuestos son elevados.

Concuerdan que la zona de la casa a la que más importancia les da es a la cocina, seguido de la habitación de padres. Comentan que actualmente es de suma importancia contar con área verde o patios ya que más del 80% de sus clientes tienen mascotas.

La edad promedio de sus clientes está en un rango de los 25 a 64 años.

2.2.1.1.2. Informe de las entrevistas a expertos en el área de la construcción

- **Nombre:** Arq. Pablo Andrés Cisneros
- **Ocupación:** Arquitecto con más de 14 años de experiencia.

- **Nombre:** Ing. Claudio Sarmiento
- **Ocupación:** Ingeniero Civil con 30 años de experiencia

- **Nombre:** Arq. Raúl Esteban Orellana
- **Ocupación:** Arquitecto con más de 14 años de experiencia.

Se realizó entrevistas a tres expertos en el área de la construcción, en este caso, 2 arquitectos y 1 ingeniero civil, mismos que son profesionales con más de 10 años de experiencia en el área de la construcción, quienes han vivido cómo ha evolucionado dicho sector; son profesionales que han palpado los cambios en el sector antes, durante y después de la ley de Plusvalía.

Según el criterio de los entrevistados la ley de Plusvalía fue un factor determinante que influyó notablemente de manera negativa al sector de la construcción, muchas de las personas dejaban de comprar o construir sus viviendas por temor a no poderlas vender en un futuro, el impacto fue casi instantáneo, incluso antes de que se ponga en vigencia; antes de la ley de Plusvalía era un sector muy atractivo para las personas e inversionistas, sin embargo actualmente el sector de la construcción está repotenciándose y en comparación a años anteriores está creciendo, las personas están volviendo a invertir su dinero en la construcción de viviendas.

Existe un mercado de personas que buscan construir sus casas actualmente en Cuenca, es un mercado que rodea las personas de entre 25-64 años en promedio, pero también existe un mercado de clientes de más de 64 años que no se debe descuidar; y sus preferencias son distintas según sus edades, necesidades, ingresos, número de integrantes de la familia, si tienen mascotas, que sean casas funcionales, que cuente con jardines, etc.

Se ve una preferencia por parte de los clientes por construir en las periferias de la ciudad; existiendo mayor agrado por los sectores como Misicata, San Joaquín, Chaullabamba, sin embargo, lugares más en la ciudad también son siempre buscados por los clientes.

En cuanto a montos o presupuestos que las personas destinan actualmente para la construcción de viviendas esto varía mucho dependiendo del cliente, de sus ingresos, de los acabados de la casa, sin embargo hay que tener en cuenta que existe un gran número de personas que busca casa de entre \$70 mil dólares y \$90 mil dólares, por los créditos de vivienda que otorgan entidades financieras, también existen viviendas de \$120 mil dólares, y en otros también aunque menos comunes de más de \$200 mil dólares.

Los constructores no realizan un financiamiento directo con el cliente final, sino más bien lo realizan mediante entidades financieras; algo que hay que tener en cuenta, es que, al momento de decidirse por la construcción de una casa, los clientes generalmente ya tienen un valor inicial para empezar con la construcción.

Según las preferencias e ingresos de las personas existe un favoritismo por viviendas más grandes, generalmente de una planta o planta y media en el que no estén adosadas las viviendas entre sí, este tipo de viviendas siempre es apetecido, pero son más caras.

Sin embargo, según el tipo de cliente y el lugar en el que se construya variará la preferencia, muchas veces por el terreno no permite crecer más en una sola planta, por eso se decide crecer hacia arriba en 1 o 2 pisos adicionales.

Indican también que las medidas de una casa común son de aproximadamente 120 a 150 metros cuadrados de construcción, casas que cuenten con 3 dormitorios, sala, comedor, cocina área de aseo, patio y garaje, pero siempre hay casas de más o menos metros de

construcción. También existen casas que dependiendo del terreno los metros útiles son de entre 160 a 180 metros.

Los lugares de las casas que las personas suelen dar preferencia varia de cliente a cliente e incluso de que, si es hombre o mujer, por ejemplo, el marido, el hombre quiere una cosa, y la esposa quiere otra cosa.

Por experiencia comentan que las mujeres quieren el cuidado del hogar, entonces se preocupan de la cocina, área de servicios, lavandería y dormitorios, para que sus hijos estén cómodos; el hombre por otro lado se preocupa de menos cosas, pero una de las cosas es que su esposa, sus hijos estén contentos, servidos y para él quiere cosas sencillas; le preocupa el garaje, una bodega donde tenga sus cosas, su bicicleta, su moto, sus herramientas; pero concuerdan que la cocina, los cuartos y los baños son zonas de la casa que los clientes le dan más detalles e importancia sin importar su sexo ni su edad.

2.2.1.1.3. Informe conjunto de entrevistas a expertos en construcción y corredoras de bienes raíces

Se realizaron entrevistas a 3 corredores de bienes raíces, a 2 arquitectos y a 1 ingeniero civil. De las cuales se pudo llegar a la conclusión de lo que se expondrá a continuación.

El sector de la compra, venta y construcción de viviendas en los últimos años ha sido menor a los de unos 5 o 10 años atrás, sin embargo, en este año se ha ido recuperando ya que se han abolido ciertas leyes que antes perjudicaban al sector, como la ley de Plusvalía ya que concuerdan que se dio un bajón grande en el sector y lo que esta ley logro fue encarecer los bienes debido a que los impuestos que se tenían que pagar eran muy elevados.

Por lo tanto, la gente decidió invertir su dinero en otras áreas ya que no les resultaba rentable adquirir un bien. También la aparición de créditos por parte de entidades bancarias ha sido un tipo de incentivo para que la gente quiera adquirir sus viviendas.

El presupuesto del cliente es un factor determinante ya que en base a eso dependerán las características de la vivienda que adquirirá.

Concuerdan que para adquirir una vivienda es determinante la obtención de un crédito el cual puede ser obtenido tanto en entidad pública o privada. Dependiendo del monto del crédito se establecerán plazos de pago e intereses a pagar. Indican que los clientes por lo general cuentan con el dinero para la compra o construcción inicial de sus viviendas y el financiamiento lo realizan por el porcentaje faltante.

Los expertos concuerdan que tanto para la compra o construcción de sus viviendas los clientes prefieren zonas alejadas de la ciudad ya que se encuentra con mayor facilidad viviendas modernas y con espacios amplios. Concuerdan que, en tema de seguridad, prefieren casas que estén dentro de urbanizaciones privadas.

Los precios varían desde los \$100 mil dólares, esto depende los metros cuadrados de construcción, que por lo general son casas de entre 120 a 150 metros, que cuenten con por lo menos 3 dormitorios, sala, comedor, cocina y áreas verdes.

Indican que dentro de la casa las zonas de preferencia dependen del sexo de los clientes, pero por lo general son la cocina y cuarto de padres.

Finalmente indicaron que la edad promedio de sus clientes está dentro de 25 a 64 años.

2.2.1.2. Informe entrevistas en profundidad futuros clientes

- **Nombre:** Rodrigo Espinoza
- **Ocupación:** Ingeniero Comercial

- **Nombre:** Liliana Castañeda
- **Ocupación:** Ingeniera Industrial

- **Nombre:** Vannesa Vargas
- **Ocupación:** Ingeniera en Producción y Operaciones

- **Nombre:** Jaime Machado
- **Ocupación:** Ingeniero en Contabilidad

- **Nombre:** María José Vintimilla
- **Ocupación:** Psicóloga Clínica

- **Nombre:** Juan Diego Barahona
- **Ocupación:** Ingeniero Automotriz

Después de realizar las entrevistas a profundidad a 6 clientes, 3 hombres y 3 mujeres dentro del segmento de edad de entre 25 a 64 años, se obtuvieron varios datos relevantes y algunos puntos en común.

Los entrevistados concuerdan que la ubicación es fundamental al momento de tomar una decisión en la compra de una vivienda, prefieren lugares a las periferias de la ciudad, lugares que están en expansión actualmente, como Chaullabamba, San Joaquín.

La mayoría de los entrevistados concuerdan en que prefieren construir su vivienda desde cero, a su gusto, con diseños propios; mientras solo 2 buscarían comprar una casa ya construida.

Los factores que más importancia dan los futuros clientes son muy notorios y variante dependiendo del sexo, es decir los hombres prefieren y dan más importancia a ciertos factores, mientras que las mujeres a otros; por ejemplo, los hombres dan mucha importancia al garaje, el área de televisión, el área de entretenimiento, sus cuartos que sean grandes, cómodos y finalmente el patio, por otro lado, las mujeres prefieren y dan más importancia a las cocinas, las habitaciones y los baños. Concuerdan también que de ser necesario implementar a su vivienda con seguridad adicional lo harían, usarían cámaras, cercas, alarmas, etc.

Un factor que se pudo evidenciar es que el nivel de ingreso es determinante al momento de definir cuanto invertir en su vivienda independientemente de si son hombres o mujeres, las personas que tienen un ingreso de entre \$0 a \$1500 dólares tienen previsto invertir en sus viviendas entre \$80 mil dólares a \$150 mil dólares, mientras que las personas con ingresos superiores a los \$1500 tienen previsto invertir entre \$150 mil dólares a \$200 mil dólares.

La mayoría de los entrevistados coinciden en la necesidad de obtener un crédito para la construcción o compra de su vivienda independientemente del costo de la misma, sin embargo, solo una persona indicaba que ella compraría una vivienda pagando de contado, sin necesidad de realizar ningún tipo de préstamo.

2.2.1.3. Conclusiones generales

Después de realizar las entrevistas tanto a expertos como a los futuros clientes, se encontró varios datos interesantes y algunos factores que tienen en común los entrevistados, información que es muy importante para este trabajo, misma que será expuesta a continuación:

Los sectores de mayor preferencia son a las afueras de la ciudad, por tema de precios y terrenos más amplios, además que en la ciudad la disponibilidad de terrenos es casi nula, la gente busca lugares a las afueras por tranquilidad; lugares destacados según las entrevistas son San Joaquín, Chaullabamba, Ricaurte, Misicata, Río Amarillo, entre otros a las periferias.

En cuanto a las casas los futuros clientes y los expertos coinciden que las necesidades, tipo de familia, número de integrantes del hogar, edades de los integrantes e ingreso son factores clave a tener en cuenta al momento de comprar una vivienda, inclusive las características de una vivienda van a variar dependiendo el sexo de la persona, por ejemplo: las mujeres se encargan de cuidar a su familia, de tenerla cómoda y servida, quieren alimentar entonces se preocupan de la cocina, área de servicio, dormitorios; por otro lado los hombres tienen otro tipo de preocupaciones, se encargan de mucho menos cosas, para él quiere cosas sencillas, se preocupa del garaje, se preocupa de una bodega donde tenga sus cosas; pero concuerdan que la cocina, los cuartos y los baños son zonas de la casa que los clientes le dan más detalles e importancia.

Los precios de las casas varían mucho dependiendo del tamaño, los acabados y la ubicación, pero una casa tipo debe tener por lo menos 3 dormitorios, sala, comedor, cocina, lavandería, garaje y un pequeño patio. Existe una tendencia por la construcción de casas de 2 o más pisos debido al espacio de los terrenos, sin embargo, en terrenos más

grandes se opta por construir casas de 1 planta o de 1 planta y media, viviendas que siempre son apetecidas. Hay que tener en cuenta que existe por temas de seguridad una tendencia a la construcción de viviendas en urbanizaciones privadas y adicionarlas con protección como cercas, alarmas y cámaras de seguridad.

Los ingresos de las personas influyen mucho al momento de elegir un bien inmueble, casas que se consiguen de entre \$70 mil dólares a \$150 mil dólares en promedio, estas son viviendas que tienen entre 120 a 180 metros de construcción.

Finalmente, tanto los expertos como los futuros clientes expresan que la mayoría de personas no cuentan con el dinero en efectivo para la compra de una vivienda por lo que hay la necesidad de un crédito para la compra de una vivienda, algunos podrán realizar abonos como entrada y otros financiarían el total de la vivienda; muy pocas personas tienen la capacidad de realizar la compra de una vivienda en efectivo.

CAPÍTULO 3. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

3.1. Metodología

Se presentará un análisis de frecuencias de todas las preguntas informativas realizadas en el cuestionario, seguido de esto se realizará un análisis más profundo mediante el cruce de variables, para así obtener resultados más precisos y poder determinar claramente información y factores relevantes que valoran los compradores de vivienda en la ciudad de Cuenca.

Hay que tener en cuenta que en algunos cuadros se mostrará la opción cero, la cual hace referencia a preguntas no contestadas debido a los filtros del cuestionario. Así mismo tener en cuenta que los porcentajes que se presentan en los gráficos están redondeados.

Existen cuadros los cuales se analizarán de acuerdo a la sumatoria del orden de importancia en cuanto a factores relevantes.

Las encuestas fueron realizadas a jefes de hogar, personas que pertenecen a la población económicamente activa.

2.2. Investigación de mercados

2.2.1. Investigación cuantitativa

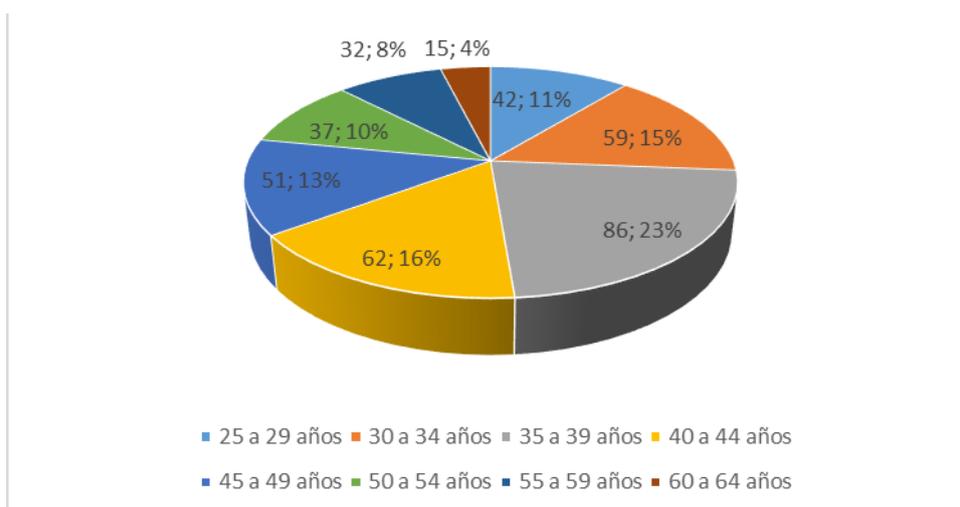
Tabla 1. Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25 a 29 años	42	10,9	10,9	10,9
	30 a 34 años	59	15,4	15,4	26,3
	35 a 39 años	86	22,4	22,4	48,7
	40 a 44 años	62	16,1	16,1	64,8
	45 a 49 años	51	13,3	13,3	78,1
	50 a 54 años	37	9,6	9,6	87,8
	55 a 59 años	32	8,3	8,3	96,1
	60 a 64 años	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 10. Edad



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Esta pregunta fue realizada con los rangos de edad dados por el INEC los mismos que coincidieron con los rangos obtenidos en la investigación cualitativa.

La edad predominante de los 384 encuestados está comprendida entre los 35 a 39 años, los cuales representan el 23% de la muestra, seguido de esto el segundo mayor grupo está comprendido entre los 40 a 44 años, lo cuales representan el 16% de la muestra.

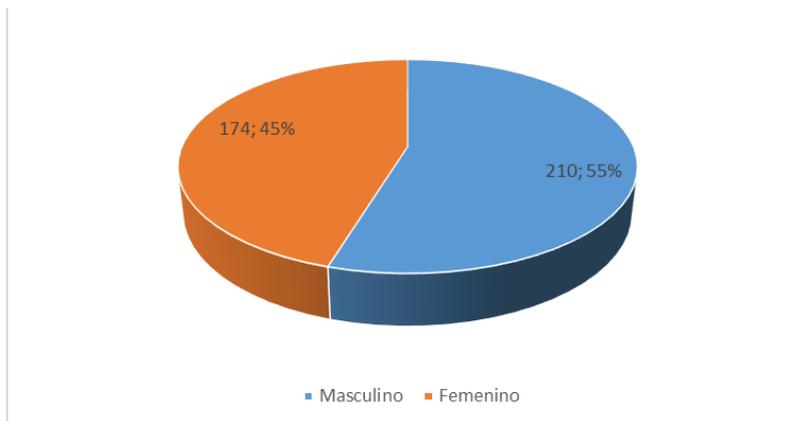
Tabla 2. Sexo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	210	54,7	54,7	54,7
	Femenino	174	45,3	45,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 11. Sexo



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Mediante el análisis de estos gráficos podemos conocer que el 55% de los encuestados fueron hombres y el 45% fueron mujeres.

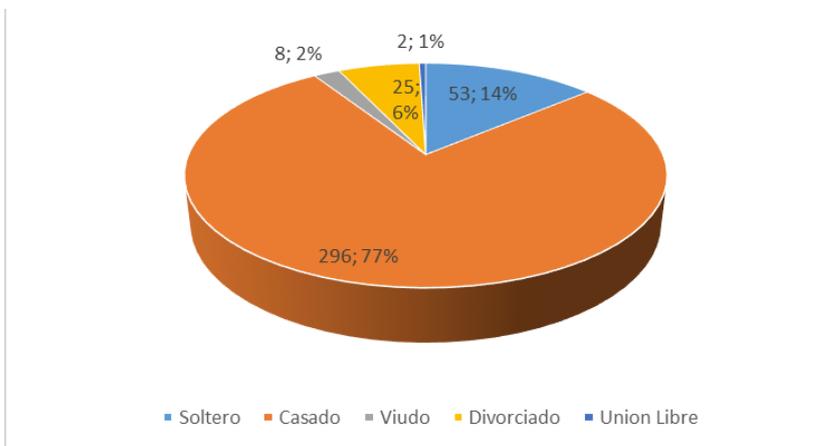
Tabla 3. Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	53	13,8	13,8	13,8
	Casado	296	77,1	77,1	90,9
	Viudo	8	2,1	2,1	93,0
	Divorciado	25	6,5	6,5	99,5
	Union Libre	2	,5	,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 12. Estado Civil



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Esta pregunta fue realizada con la finalidad de conocer el estado civil de los encuestados y ver si la variable es significativa al momento de escoger los factores.

Se pudo determinar que, de las 384 encuestas realizadas, el grupo mayoritario es el de los casados, el cual representa el 77% de la muestra, el segundo grupo más importante es el de los solteros, los cuales representan el 14% de la muestra.

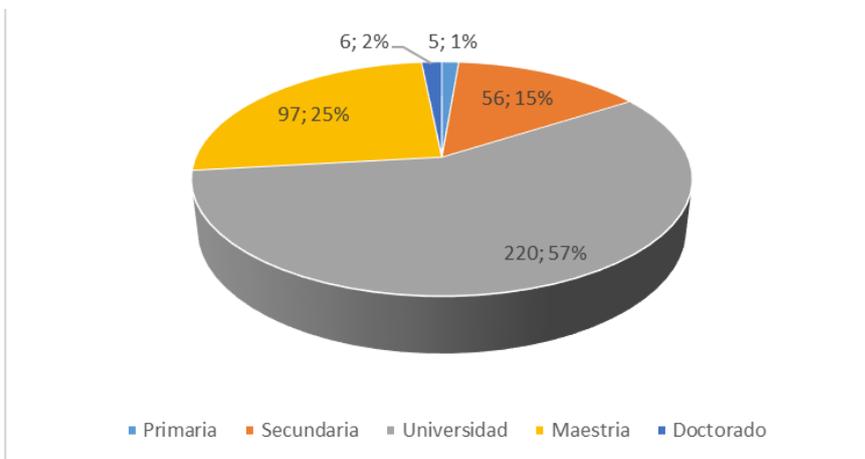
Tabla 4. Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	5	1,3	1,3	1,3
	Secundaria	56	14,6	14,6	15,9
	Universidad	220	57,3	57,3	73,2
	Maestría	97	25,3	25,3	98,4
	Doctorado	6	1,6	1,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 13. Nivel de Instrucción



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con estas ilustraciones podemos conocer el nivel de instrucción de los encuestados, el cual indica que el 57% tiene una educación de tercer nivel, seguida de una educación de cuarto nivel con un 25% de los encuestados.

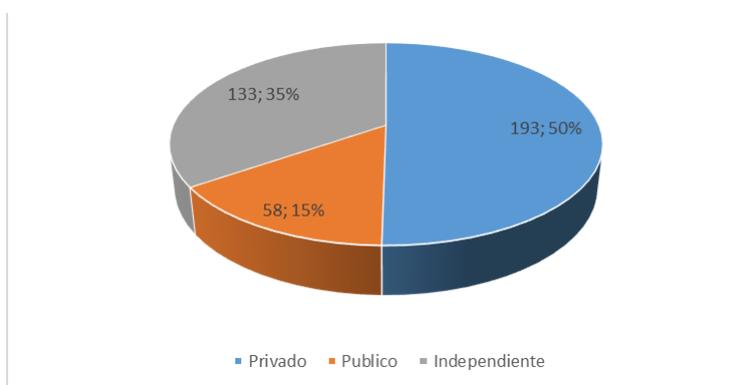
Tabla 5. Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Privado	193	50,3	50,3	50,3
	Publico	58	15,1	15,1	65,4
	Independiente	133	34,6	34,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 14. Ocupación



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con estas ilustraciones podemos conocer la ocupación de los encuestados y se determinó que el 50% de los mismos corresponden a trabajos privados, seguido de trabajo independiente que representa el 35% y finalmente con un 15% de trabajo en el sector público.

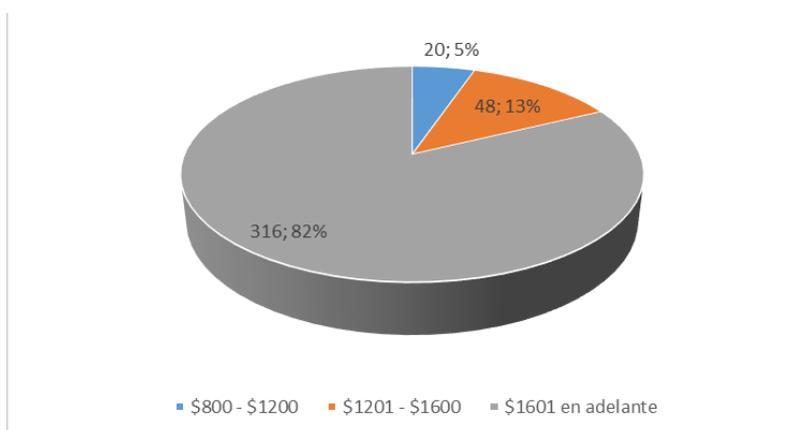
Tabla 6. Ingreso Hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$800 - \$1200	20	5,2	5,2	5,2
	\$1201 - \$1600	48	12,5	12,5	17,7
	\$1601 en adelante	316	82,3	82,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 15. Ingreso Hogar



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Este gráfico es de suma importancia ya que se puede determinar que el 82% de los encuestados cuentan con ingresos mayores a \$1601 dólares mensuales por hogar, seguido por hogares con ingresos de entre \$1201 a 1600 dólares mensuales con un porcentaje de 13%, y tan solo el 5% de los encuestados cuentan con ingresos de entre \$800 a \$1200 dólares por hogar.

Lo cual da una guía del poder adquisitivo con el que cuentan los encuestados y poder definir un perfil de futuros compradores.

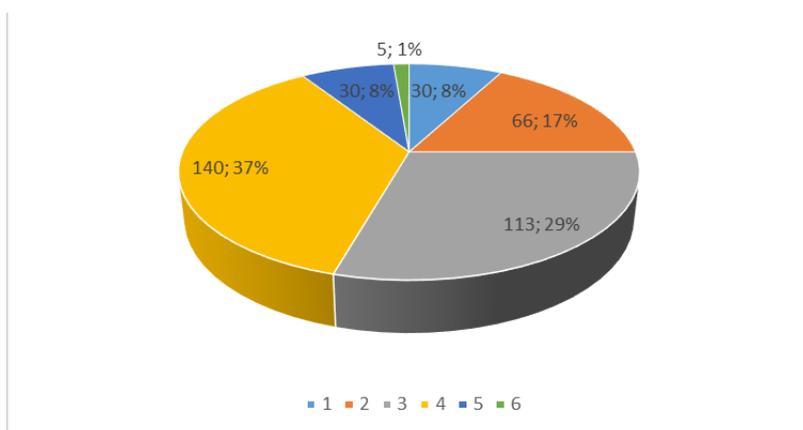
Tabla 7. Número de Integrantes en Familia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	30	7,8	7,8
	2	66	17,2	25,0
	3	113	29,4	54,4
	4	140	36,5	90,9
	5	30	7,8	98,7
	6	5	1,3	100,0
	Total	384	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 16. Número de Integrantes en Familia



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Mediante el análisis de estas ilustraciones se pudo conocer el número de integrantes por hogar de nuestra muestra. La misma que llevó a determinar que el 37% de las familias están compuestas por 4 integrantes, seguido de un 29% de familias que están compuestas por 3 integrantes y un 17% que representa familias de 2 integrantes. Tan solo el 1% de las familias de la muestra tienen familias de 6 integrantes.

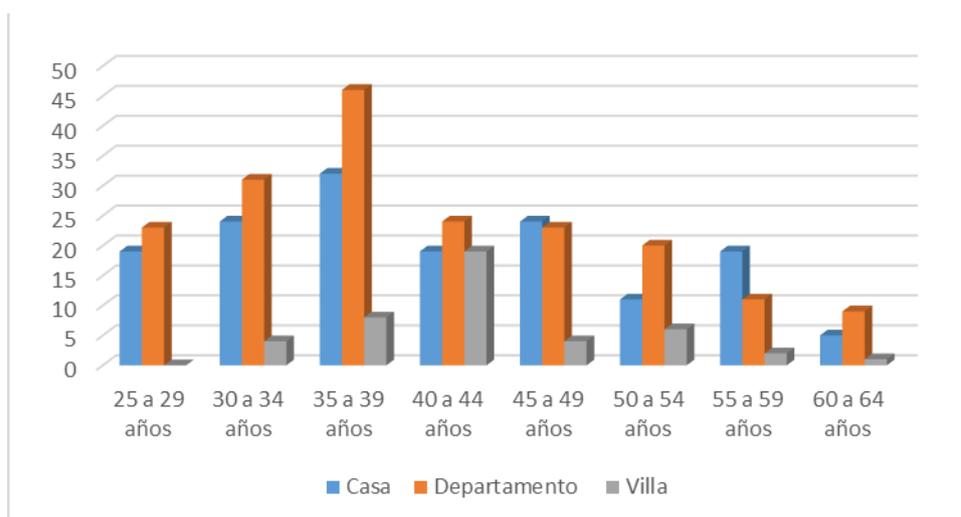
Tabla 8. Relación de la edad con la vivienda en donde reside

		P.1_ViviendaReside			Total
		Casa	Departamento	Villa	
l.1_edadrang o	25 a 29 años	19	23	0	42
	30 a 34 años	24	31	4	59
	35 a 39 años	32	46	8	86
	40 a 44 años	19	24	19	62
	45 a 49 años	24	23	4	51
	50 a 54 años	11	20	6	37
	55 a 59 años	19	11	2	32
	60 a 64 años	5	9	1	15
Total		153	187	44	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 17. Relación de la edad con la vivienda en donde reside



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Cruzando las edades con las viviendas en donde residen los encuestados, se puede determinar que los apartamentos son el lugar donde la mayoría de la muestra reside.

Además, tomando en cuenta los dos rangos de edades más grandes en los que se encuentran los encuestados, se pudo determinar que el primer grupo comprendido entre

35 a 39 años de edad, residen mayormente en apartamentos los cuales representan 46 de los encuestados, seguido de 32 encuestados los cuales residen en casa y 8 que residen en villas.

En cuanto al segundo grupo comprendido entre 40 a 44 años de edad, de igual manera residen mayormente en apartamentos los cuales representan 24 de los encuestados y la residencia en casa y villa en este grupo es de 19 encuestados.

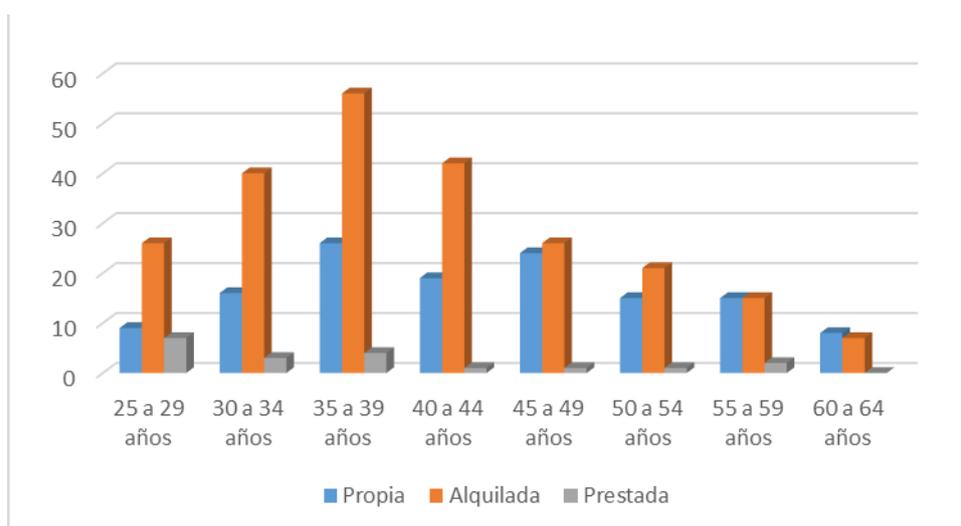
Tabla 9. Relación de la edad con propiedad de vivienda

		P.2_ViviendaReside			Total
		Propia	Alquilada	Prestada	
l.1_edadrang o	25 a 29 años	9	26	7	42
	30 a 34 años	16	40	3	59
	35 a 39 años	26	56	4	86
	40 a 44 años	19	42	1	62
	45 a 49 años	24	26	1	51
	50 a 54 años	15	21	1	37
	55 a 59 años	15	15	2	32
	60 a 64 años	8	7	0	15
Total		132	233	19	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 18. Relación de la edad con propiedad de vivienda



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Cruzando las edades con la pertenencia de viviendas en donde residen los encuestados, se pudo determinar que la mayoría de nuestra muestra alquila las mismas.

Además, tomando en cuenta los dos rangos de edades más grandes en los que se encuentran los encuestados, se pudo determinar que el primer grupo comprendido entre 35 a 39 años de edad, alquila su vivienda, seguidos por viviendas propias y finalmente por viviendas prestadas.

En cuanto al segundo grupo comprendido entre 40 a 44 años de edad, de igual manera alquilan mayormente, seguido de viviendas propias y muy pocas viviendas prestadas.

Con estos resultados podemos determinar que la edad es relevante para la compra o arriendo de una casa ya que entre más adulta es la persona cambia la pertenencia de las viviendas de alquilada a propia y esto se puede corroborar en la tabla 9.

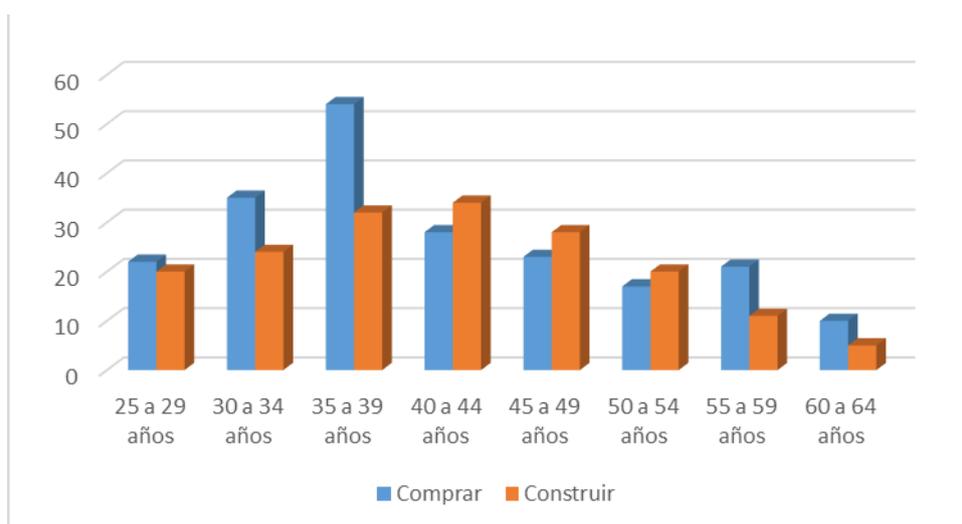
Tabla 10. Relación de la edad con preferencia de comprar o construir

		P.4_Prefiere		Total
		Comprar	Construir	
l.1_edadrang o	25 a 29 años	22	20	42
	30 a 34 años	35	24	59
	35 a 39 años	54	32	86
	40 a 44 años	28	34	62
	45 a 49 años	23	28	51
	50 a 54 años	17	20	37
	55 a 59 años	21	11	32
	60 a 64 años	10	5	15
Total		210	174	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 19. Relación de la edad con preferencia de comprar o construir



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Cruzando la edad con la preferencia de compra o construcción se pudo determinar que de los 25 a 39 años y de los 55 a 64 años los encuestados prefieren comprar su vivienda, mientras que las personas dentro de los 40 a 54 años tiene preferencia por construir su vivienda. Lo cual lleva a determinar que si existe una relación entre la edad y la preferencia de compra o construcción.

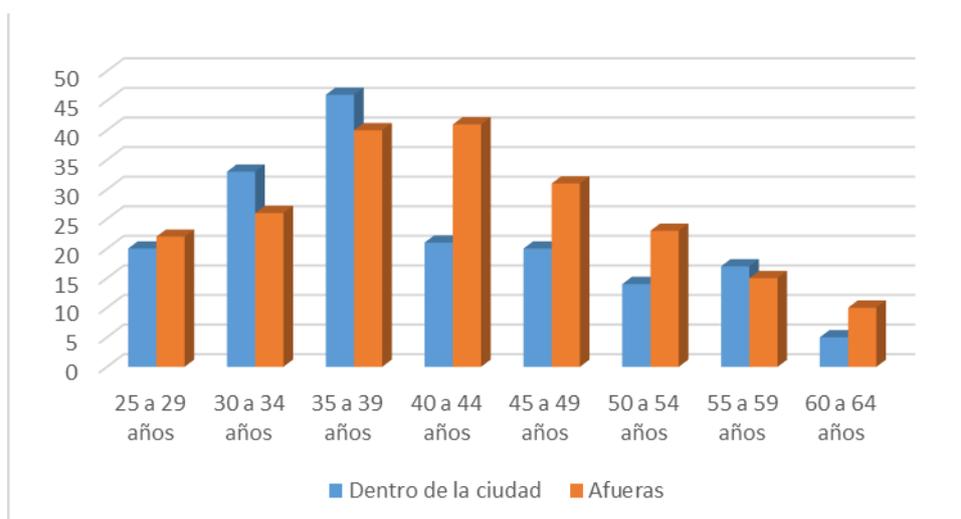
Tabla 11. Relación de la edad con la ubicación de la vivienda

		P.5_PrefiereUbicacion		Total
		Dentro de la ciudad	Afuera	
l.1_edadrang o	25 a 29 años	20	22	42
	30 a 34 años	33	26	59
	35 a 39 años	46	40	86
	40 a 44 años	21	41	62
	45 a 49 años	20	31	51
	50 a 54 años	14	23	37
	55 a 59 años	17	15	32
	60 a 64 años	5	10	15
Total		176	208	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 20. Relación de la edad con la ubicación de la vivienda



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Cruzando la edad con la preferencia de ubicación de la vivienda se pudo determinar que de los 25 a 39 años y de los 55 a 59 años los encuestados prefieren vivir dentro de la ciudad, mientras que las personas dentro de los 40 a 54 y de 60 a 64 años tienen preferencia por vivir a las afueras de la ciudad. Lo cual lleva a determinar que sí existe una relación entre la edad y la preferencia de la ubicación de la vivienda, determinando que las personas más jóvenes prefieren vivir dentro de la ciudad mientras que los adultos prefieren vivir a las afueras de la misma.

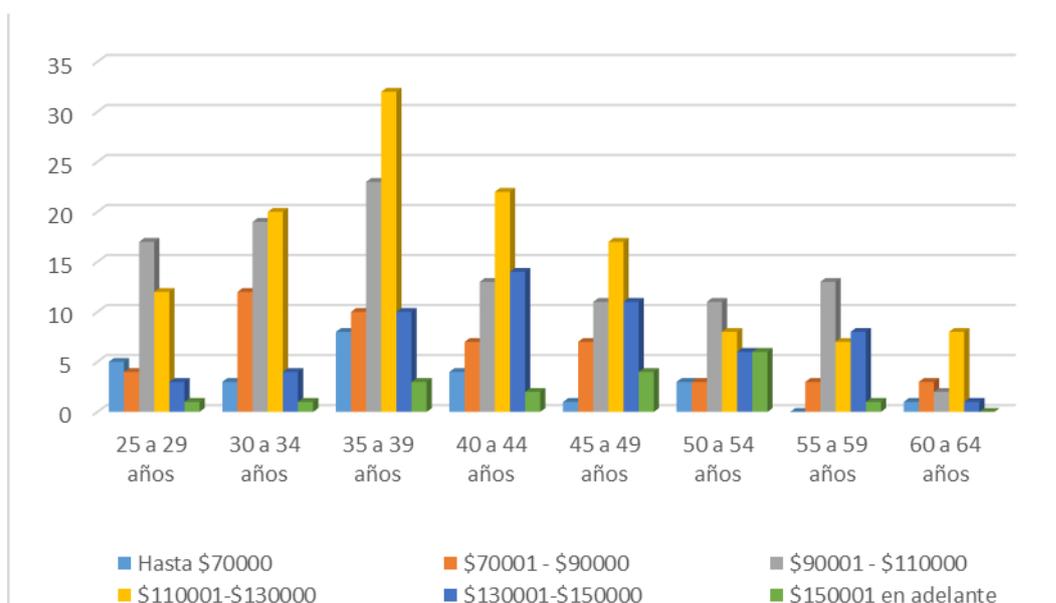
Tabla 12. Relación de la edad con presupuesto a invertir

		P.9_Presupuesto					Total	
		Hasta \$70,000	\$70,001 - \$90,000	\$90,001 - \$110,000	\$110,001 - \$130,000	\$130,001 - \$150,000		\$150,001 en adelante
i.1_edadrang o	25 a 29 años	5	4	17	12	3	1	42
	30 a 34 años	3	12	19	20	4	1	59
	35 a 39 años	8	10	23	32	10	3	86
	40 a 44 años	4	7	13	22	14	2	62
	45 a 49 años	1	7	11	17	11	4	51
	50 a 54 años	3	3	11	8	6	6	37
	55 a 59 años	0	3	13	7	8	1	32
	60 a 64 años	1	3	2	8	1	0	15
Total		25	49	109	126	57	18	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 21 Relación de la edad con presupuesto a invertir



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce de la edad y el presupuesto a invertir en una vivienda se pudo determinar que el monto del presupuesto con mayor tendencia a invertir es de \$110.001 a \$130.000 dólares, seguido por montos dentro de \$90.001 hasta \$110.000 dólares. Y finalmente el monto con menor tendencia que las personas tienen para invertir son valores superiores a \$150.001 dólares.

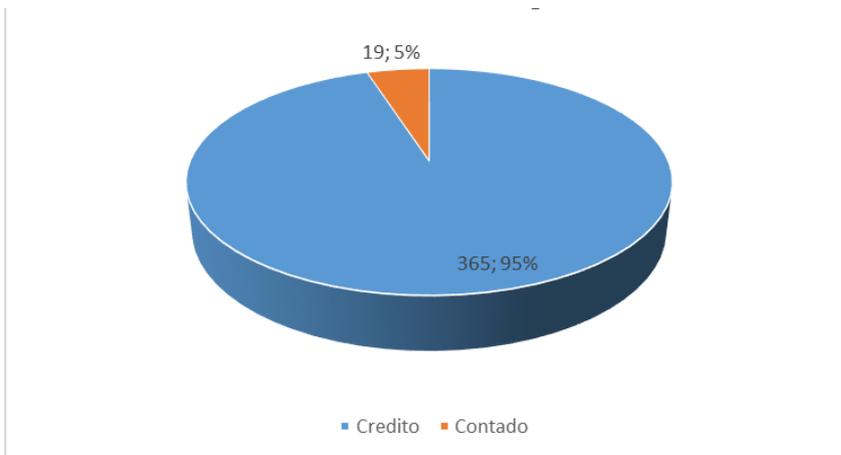
Tabla 13. Realización de Pago

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Credito	365	95,1	95,1	95,1
	Contado	19	4,9	4,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 22. Realización de Pago



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Mediante el análisis de los gráficos, se pudo determinar que el 95% de los encuestados prefieren el crédito como forma de pago y tan solo el 5% de los mismos hiciera el pago de contado.

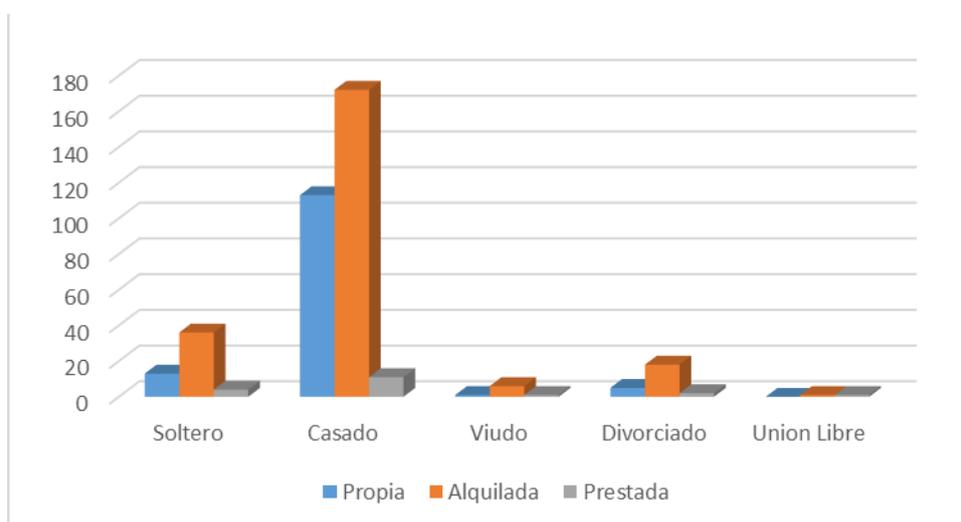
Tabla 14. Relación del estado civil con propiedad de vivienda donde reside

		P.2_ ViviendaReside			Total
		Propia	Alquilada	Prestada	
I.3_EstadoCivil	Soltero	13	36	4	53
	Casado	113	172	11	296
	Viudo	1	6	1	8
	Divorciado	5	18	2	25
	Union Libre	0	1	1	2
Total		132	233	19	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 23. Relación del estado civil con propiedad de vivienda donde reside



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce del estado civil y de la propiedad en donde residen los encuestados se pudo determinar que las viviendas alquiladas son en donde mayormente residen los encuestados. Por lo tanto, se hará el análisis de viviendas alquiladas con respecto al estado civil.

Tabla 15. Relación del Estado Civil con Total de Viviendas Alquiladas

	Porcentaje de Alquiladas
Soltero	68%
Casado	58%
Viudo	75%
Divorciado	72%
Union Libre	50%

Los porcentajes presentados representan el mercado objetivo en base al total de los encuestados con respecto al estado civil.

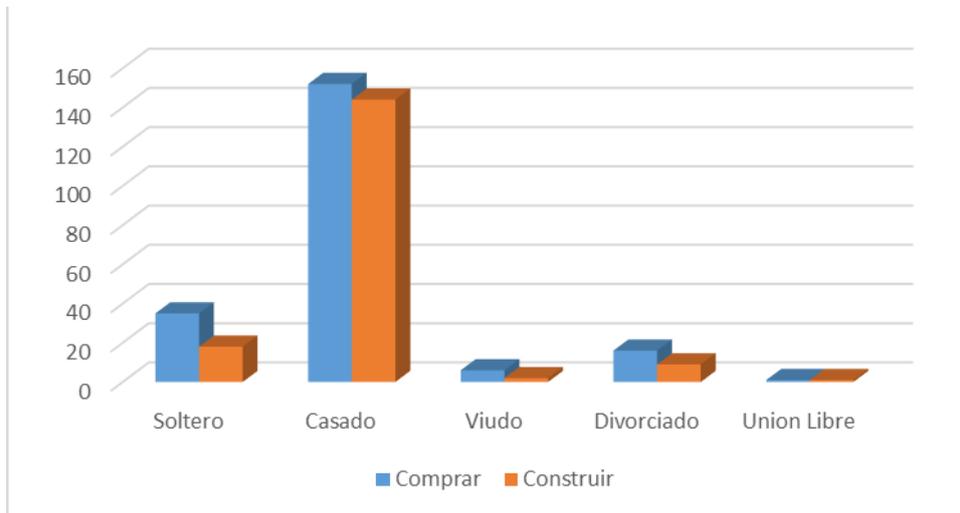
Tabla 16. Relación del estado civil con preferencia de compra o construcción

		P.4_Prefiere		Total
		Comprar	Construir	
I.3_EstadoCivil	Soltero	35	18	53
	Casado	152	144	296
	Viudo	6	2	8
	Divorciado	16	9	25
	Union Libre	1	1	2
Total		210	174	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 24. Relación del estado civil con preferencia de compra o construcción



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce del estado civil y la preferencia de compra o construcción de la vivienda se pudo determinar que no existe relación entre estas dos variables ya que en todos los estados civiles existe una tendencia por comprar una vivienda.

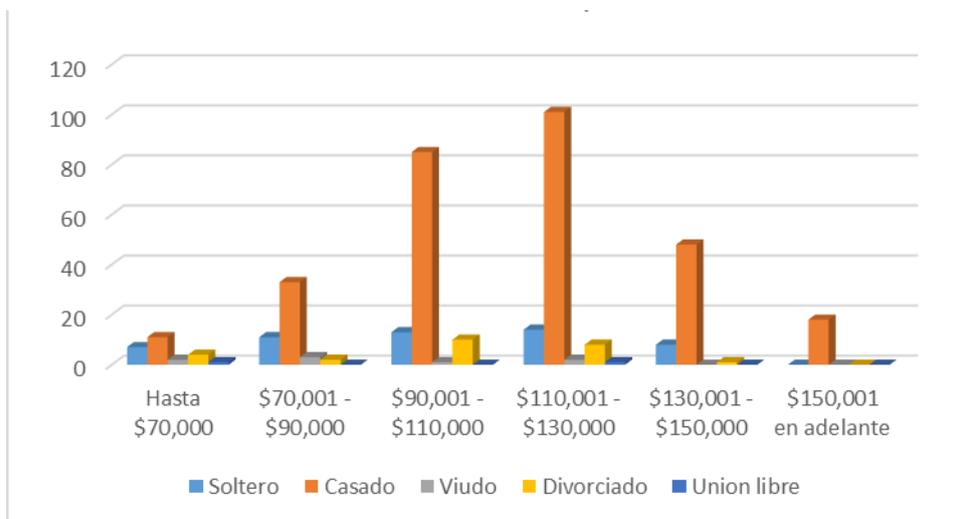
Tabla 17. Relación del estado civil con presupuesto a invertir

		I.3_EstadoCivil					Total
		Soltero	Casado	Viudo	Divorciado	Union Libre	
P.9_Presupuesto	Hasta \$70,000	7	11	2	4	1	25
	\$70,001 - \$90,000	11	33	3	2	0	49
	\$90,001 - \$110,000	13	85	1	10	0	109
	\$110,001 - \$130,000	14	101	2	8	1	126
	\$130,001 - \$150,000	8	48	0	1	0	57
	\$150,001 en adelante	0	18	0	0	0	18
Total		53	296	8	25	2	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 25. Relación del estado civil con presupuesto a invertir



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce del estado civil y el presupuesto a invertir se puede corroborar que el monto predominante a invertir es el de \$110.001 a \$130.000 dólares y también se pudo determinar que los casados son el grupo que está más dispuesto a invertir seguido de los solteros.

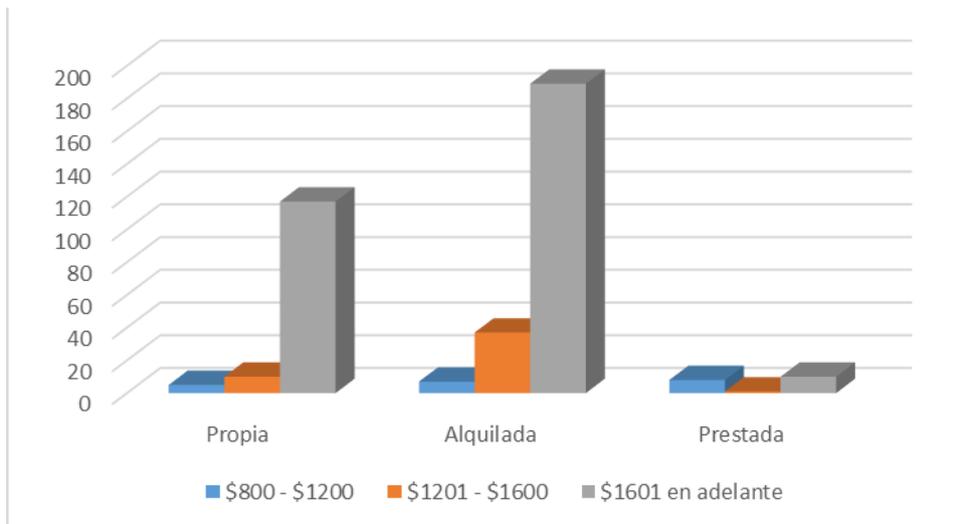
Tabla 18. Relación de ingreso por hogar con propiedad de vivienda donde reside

		P.2_ViviendaReside			Total
		Propia	Alquilada	Prestada	
I.6_IngresoHogar	\$800 - \$1200	5	7	8	20
	\$1201 - \$1600	10	37	1	48
	\$1601 en adelante	117	189	10	316
Total		132	233	19	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 26. Relación de ingreso por hogar con propiedad de vivienda donde reside



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce del ingreso por hogar con la vivienda donde residen los encuestados se puede corroborar que existen más viviendas arrendadas que viviendas propias y como se puede ver en el gráfico, no importa el ingreso por hogar ya que la situación es vivir en alquiler.

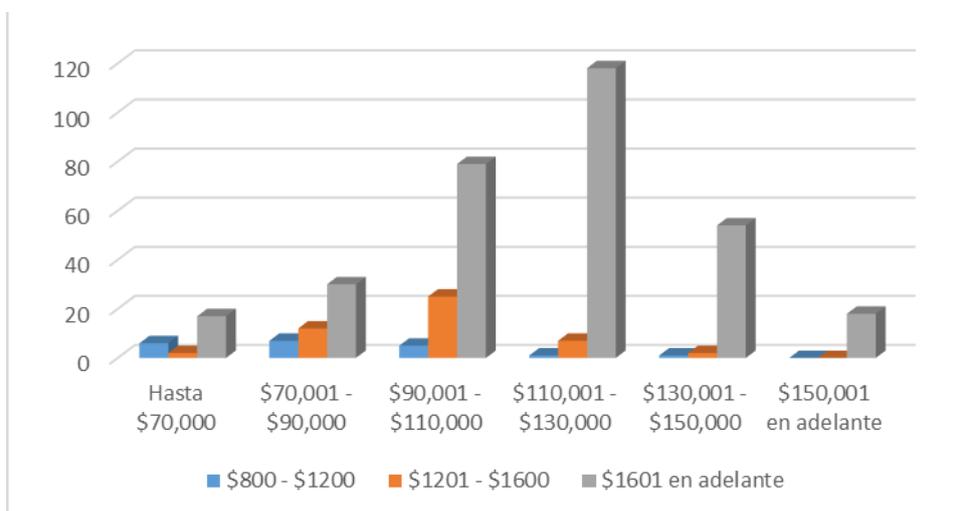
Tabla 19. Relación del ingreso por hogar con presupuesto a invertir

		P.9_Presupuesto						Total
		Hasta \$70,000	\$70,001 - \$90,000	\$90,001 - \$110,000	\$110,001 - \$130,000	\$130,001 - \$150,000	\$150,001 en adelante	
I.6_IngresoHogar	\$800 - \$1200	6	7	5	1	1	0	20
	\$1201 - \$1600	2	12	25	7	2	0	48
	\$1601 en adelante	17	30	79	118	54	18	316
Total		25	49	109	126	57	18	384

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 27. Relación del ingreso por hogar con presupuesto a invertir



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Con el cruce del ingreso por hogar y el presupuesto a invertir se puede determinar que las personas con ingresos de \$1601 en adelante, que son las cuales predominan, están dispuestas a invertir un monto de \$110.001 a \$130.000 dólares, lo cual corrobora lo anteriormente dicho.

Lo cual lleva a concluir que sí existe relación entre el ingreso por hogar con el presupuesto a invertir ya que entre mayor es el ingreso por hogar, más grande es el presupuesto establecido para la inversión en una vivienda.

Los valores representados en estos gráficos, son realizados con los resultados de la sumatoria de las calificaciones dadas por los encuestados.

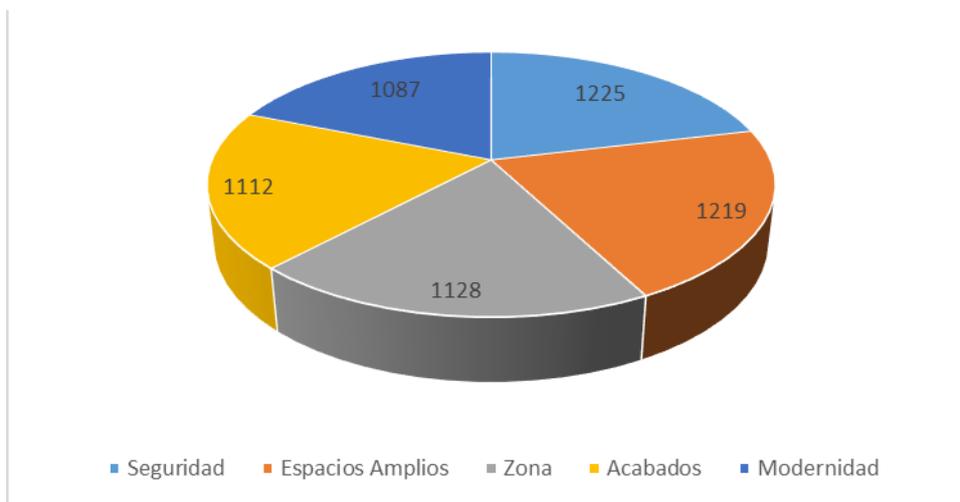
Tabla 20. Factores que más se valoran en una vivienda

1.-	Seguridad	1225
2.-	Espacios Amplios	1219
3.-	Zona	1128
4.-	Acabados	1112
5.-	Modernidad	1087

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 28. Factores que más se valoran en una vivienda



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Teniendo en cuenta los gráficos, se pudo determinar el orden en importancia de los factores que más valoran los encuestados en una vivienda. Siendo la seguridad el factor más importante seguido de los espacios amplios. Como punto neutral se encuentra la zona. Finalmente tenemos a los acabados y a la modernidad, los cuales son los factores a los cuales que la gente da menor importancia.

Los valores representados en estos gráficos, son realizados con los resultados de la sumatoria de las calificaciones dadas por los encuestados.

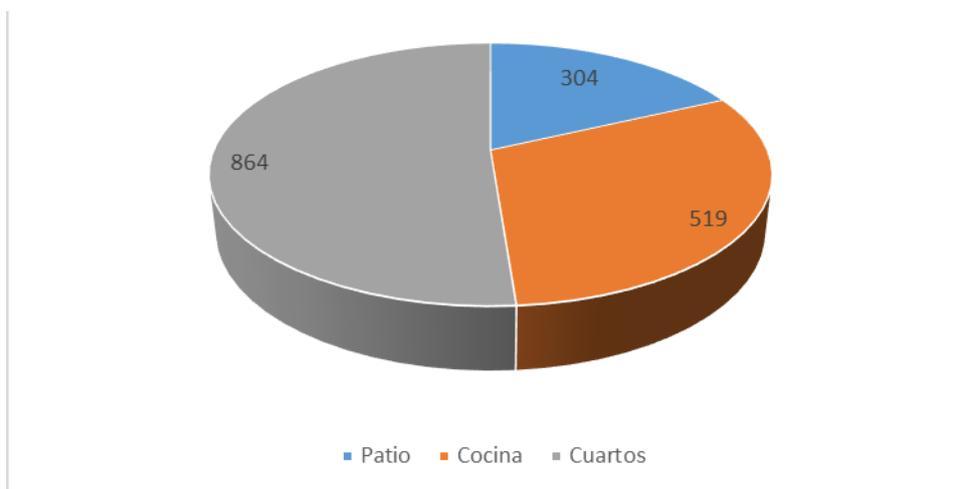
Tabla 21. Zonas de la casa que más se valoran

1.-	Cuartos	864
2.-	Cocina	519
3.-	Patio	304

Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

Ilustración 29. Zonas de la casa que más se valoran



Autores: Ramos y Vargas

Fuente: Investigación propia

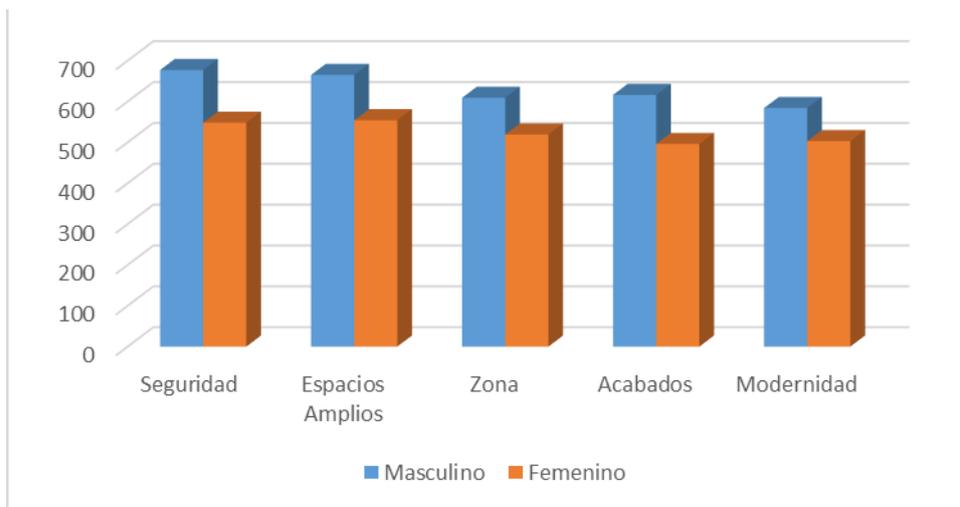
Teniendo en cuenta los gráficos, se pudo determinar el orden en importancia de las zonas de la vivienda que más valoran los encuestados. Siendo los cuartos la zona más importante seguido de la cocina. Finalmente tenemos al patio.

Una vez que ya se determinó en orden de importancia cuales son los factores y las zonas que más valoran los encuestados en una vivienda, se procederá a hacer el análisis de los mismos, en su debido orden de importancia, relacionándolos con el sexo de los encuestados. Se debe tener en cuenta que el número de encuestas del sexo masculino es superior al de sexo femenino.

Tabla 22. Relación Sexo con Factores

	Seguridad	Espacios Amplios	Acabados	Zona	Modernidad
Masculino	677	665	616	609	584
	Espacios Amplios	Seguridad	Zona	Modernidad	Acabados
Femenino	554	548	519	503	496

Ilustración 30. Relación Sexo con Factores



Se debe tomar en cuenta que el cuadro esta realizado en base a la sumatoria de los resultados de las calificaciones y se encuentran los factores en orden de importación según el sexo.

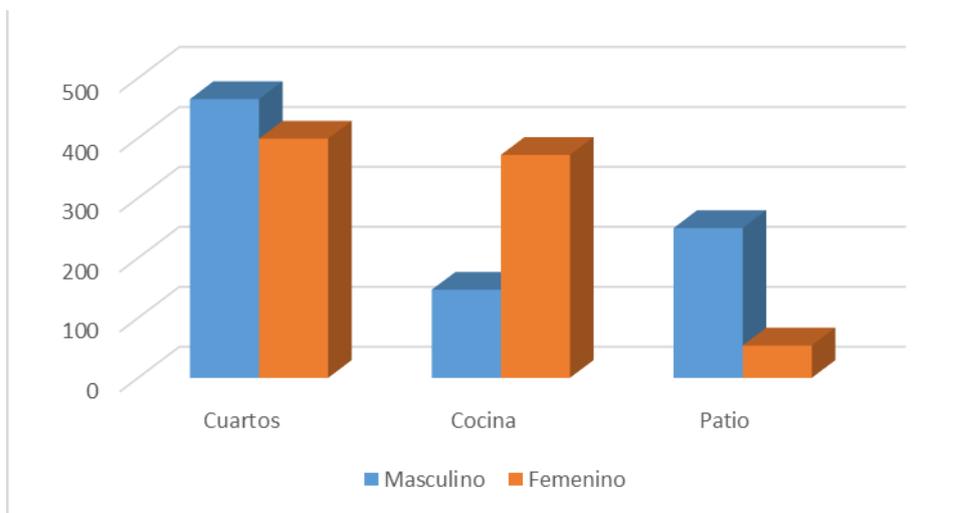
Se puede determinar que para el género masculino la seguridad es el factor más importante, seguido de los espacios amplios, acabados, zona y modernidad.

En cuanto al género femenino el factor más importante son los espacios amplios seguidos de la seguridad, zona, modernidad y acabados.

Tabla 23. Relación Sexo con Zona Preferenciales de la Casa

	Cuartos	Patio	Cocina
Masculino	465	250	147
	Cuartos	Cocina	Patio
Femenino	399	372	54

Ilustración 31. Relación Sexo con Zona Preferenciales de la Casa



Se debe tomar en cuenta que el cuadro esta realizado en base a la sumatoria de los resultados de las calificaciones y se encuentran las zonas de la casa en orden de importación según el sexo.

Se puede determinar que tanto para el género masculino y femenino los cuartos son la zona de la casa a la que más se le da importancia. Seguido del patio y cocina para el género masculino y de cocina y patio para el género femenino.

CONCLUSIONES

Es de suma importancia conocer los factores y atributos que valoran los consumidores de viviendas en Cuenca, para de esta manera comprender al mercado.

Los resultados que se muestran en la presente investigación fueron significativos, el aporte de expertos en la construcción y comercialización de viviendas fue concluyente para la obtención de estos resultados así mismo como las opiniones obtenidas de futuros clientes.

Se establecieron diversos factores que influyen en el comportamiento de compra, así como atributos que más valoran los clientes al momento de adquirir una vivienda.

Tanto la investigación cualitativa y cuantitativa permitió determinar con exactitud dichos factores y atributos que son de importancia para los comparadores de vivienda. De las entrevistas realizadas tanto a expertos como a posibles compradores se pudo estructurar la encuesta la cual arrojó la información relevante y pertinente para cumplir con el objetivo del estudio.

Como se mencionó en la metodología utilizada, se realizaron 384 encuestas, de las cuales 210 eran hombres y 174 mujeres y la mayor parte de los encuestados son casados. Se pudo determinar que el rango de poder adquisitivo del 82% de los encuestados es mayor a \$1601 dólares mensuales, teniendo en cuenta dichos ingresos, el presupuesto de inversión que la mayoría de los encuestados está dispuesta a invertir esta entre \$110.001 a \$130.000 dólares. Debido a que son montos grandes el 95% prefiere optar por hacer créditos tanto a entidades privadas como públicas para el pago de sus viviendas.

En cuanto a la ubicación existe una preferencia por tener viviendas que estén ubicadas a las afueras de la ciudad, sin embargo, considerando los rangos de edad, las personas de 25 a 39 años prefieren vivir dentro de la ciudad.

Así mismo, teniendo en cuenta los rangos de edad las personas de 40 a 49 años son los únicos que muestran preferencia por construir su vivienda mientras que los demás prefieren comprarla ya construida, teniendo en cuenta que el rango de edad que se analizó va desde los 25 años hasta los 64.

Considerando todo lo mencionado anteriormente, se detectaron los factores y zonas de una vivienda que más valoran los compradores en la ciudad de Cuenca, los cuales serán expuestos a continuación en orden de importancia, tal como se analizó y expuso en resultados anteriores.

- **Factores**

- 1.- Seguridad
- 2.- Espacios amplios
- 3.- Zona
- 4.- Acabados
- 5.- Modernidad

- **Zonas de la casa**

- 1.- Cuartos
- 2.- Cocina
- 3.- Patio

Por lo tanto, se puede concluir que en el mercado cuencano la vivienda ideal sería una que cumpla la siguiente descripción.

- Vivienda moderna ubicada a las afueras de la ciudad
- Dentro de un conjunto residencial que cuente con guardias, cámaras y cercas de seguridad
- Acabados de primera
- Cuartos, cocina y patios amplios
- Con precio que va desde los \$110.000 a \$130.00 dólares
- Ofrece facilidad de pago y asesoría de créditos en la entidad financiera de preferencia

REFERENCIAS

- Acosta, E. (2009). "Políticas de vivienda en Ecuador desde la década de los 70. Análisis, balance y aprendizajes. *Políticas de vivienda en Ecuador desde la década de los 70. Análisis, balance y aprendizajes*. Ecuador .
- Alzamora, J. (2003). Crédito hipotecario para vivienda en el Ecuador: la necesidad de un financiamiento a largo plazo. *Apuntes de Economía* 34.
- Aranda Vargas, G. &. (2003). Análisis Económico, XVIII. En G. &. randa Vargas, *Análisis Económico, XVIII*.
- Barlett, W., & Le Grand, J. (1993). The Theory of Quasi-Markets. *Quasi-Markets and Social Policy*, 68-92.
- Bramley, G. (1993). Quasi-Markets and Social Housing. *Quasi-Markets and Social Policy*, 154-182.
- Carrion, F. (1996). *La penuria de la vivienda en el Ecuador". Fe y Justicia 1: s/n. .*
- Coca Carasila, A. M., & Molina Higuera , P. I. (Junio de 2012). Análisis de la Demanda de Vivienda: un enfoque de Marketing. *PERSPECTIVAS*. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941258002>
- Cordova, M. (2015). Transformación de las políticas de vivienda social. El Sistema de Incentivos para la Vivienda en la conformación de cuasi-mercados en Ecuador. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 127-149.
- De Guzman , A. (s/f). Caracterización del sector vivienda. Quito.
- Drosdoff, D. (s/f). Movilizando recursos del sector privado para mejorar vivienda de familias de menores ingresos. *Movilizando recursos del sector privado para mejorar vivienda de familias de menores ingresos*.
- Fernández Robín, C., & Aqueveque Torres, C. (2 de junio de 2001). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista Colombiana de Marketing*. Recuperado el 1 de Agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900204>
- Friedman, M., & Friedman, R. (1987). *Libertad de elegir. Hacia un nuevo liberalismo económico*. Barcelona: Grijalbo.
- GARCIA, G. M. (ABRIL de 2013). Obtenido de <http://www.catastro.meh.es/documentos/publicaciones/ct/ct77/2.pdf>
- INEC. (2010).
- Jaramillo, J. (05 de 04 de 2018). *Ecuador Inmediato* . Obtenido de Ecuador Inmediato : http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818835130
- Javeriana, U. (s.f.). *Pontificia Universidad Javeriana* . Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana : <http://www.javeriana.edu.co/educon/blog/la-gerencia-de-ventas-en-el-mundo-de-hoy>
- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (2005). *Comportamiento del consumidor* (Octava ed.). México: Prentice Hall. Recuperado el 6 de Agosto de 2018
- Kotler, P., & Arsmtrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- Leon, P. J. (2015). *universidad del azuay* . Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4530>
- Macías Rendón, W. &. (2015). Estudio de precios y rentabilidad de la vivienda en el Guayaquil metropolitano. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 147-162.

- Marcano, L. (2010). *La política de vivienda social y su impacto en el bienestar: el caso de Ecuador. Documento para discusión.*
- Muñoz-Fernández, G. &.-R.-G. (2016). Papeles de Población. En G. &.-R.-G. Muñoz-Fernández, *Papeles de Población.*
- Ruiz, S. (2010). “Documento de política nacional de hábitat sustentable, asentamientos humanos y vivienda adecuada”.
- Ruiz, S., & Nancy Sanchez. (2011). *Programa Paso a Paso: alianzas estratégicas para una vivienda digna. Una década de acción por la vivienda y el hábitat.* Quito.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). Comportamiento Del Consumidor. En L. Schiffman, & L. Kanuk, *Comportamiento Del Consumidor* (pág. 5). Ciudad de México: Pearson.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). Comportamiento Del Consumidor. En L. Schiffman, & L. Kanuk, *Comportamiento Del Consumidor* (pág. 54). Ciudad de Mexico: Pearson.
- Urbana Consultores . (1999). *Ecuador: removiendo obstáculos críticos para la provisión de vivienda de interés social. Estudio de casos en Quito, Guayaquil y Machala.* Quito .
- Vela Robalino, S. (2017). *Implementación de un nuevo servicio financiero enfocado en el ahorro programado para la vivienda en la Mutualista Ambato.* Ambatao .
- Velez, P. (05 de 04 de 2018). *Ecuador Inmediato* . Obtenido de Ecuador Inmediato : http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818835130
- Villarroya, A. (2000). “La financiación de los centros concertados. España.

ANEXOS

Informes de entrevistas a expertos

Entrevista a Melisa Jerves.

Melisa lleva en el área de los bienes raíces por 8 años, de los cuales los 3 primeros estuvo a cargo del proyecto de los edificios Rosenthal y en los últimos 5 años ha trabajado independientemente en el área.

Comenta que con la ley de Plusvalía hubo un bajón bastante grande en cuanto al tema de adquirir propiedades ya que dicha ley causo un afecto contrario a lo que pretendía la ley, ya que la misma procuraba que los bienes bajen pero lo que logró fue encarecerlos más ya que la gente tenía que pagar impuestos bastante altos sobre los bienes y el precio de los mismos en realidad no bajaron y esto provoco que la gente no invierta en propiedades ni en bienes inmuebles a comparación con antes de la ley que si lo hacían antes que colocar su dinero en bancos.

Cuando estuvo la ley ella sustenta que durante esos años hubo un bajón del 90%.

Comenta que la ciudad de Cuenca en el tema inmobiliario es un poco complicada y difícil ya que el suelo aquí es mucho más costoso que en otros lados lo que provoca que los proyectos inmobiliarios sean costosos.

A lo que ella se refiere con suelo es al costo por metro cuadrado y la comparación que ella hace es que lógicamente el Guayaquil y Quito el costo del suelo es más costoso que en Cuenca, pero a comparación de los ingresos de las ciudades, en Cuenca el suelo es caro, por lo que hace más complicado poder tener un terreno o una casa.

Indica que tener una casa o un departamento en donde vivir es una necesidad vital de las personas y de una manera u otra se mueve el área, pero al Cuenca ser pequeño hay mucha

más oferta que demanda y esto lo vuelve complicado además porque la gente ya no compra tanto como antes a modo de inversión.

Cuenta también que cuando se dio el boom de personas norteamericanas las personas compraban más y pone el ejemplo de una persona que contaba con el dinero lo ponía en una póliza y le pagaban \$200 mensuales y la persona norteamericana por un departamento pagaba \$1000, lo que ocasiono que la gente se vuelque un poco al construir por que antes se vendía bien pero ahora ella nota que sobre todo a ese target de clientes bajo pero sin embargo este año ha ido incrementando nuevamente y la gente sigue comprando porque todo el mundo aspira a tener su casa.

A comparación con 5 años atrás ha disminuido la venta y comenta que con el boom de los norteamericanos fue un fenómeno particular en Cuenca ya que al inicio cuando ellos vinieron preferían comprar que rentar propiedades. Pone un ejemplo de que por una casa que estaba a la venta por \$60 mil dólares ellos pagaban \$130 mil dólares. Lo que origino que suba mucho el valor de los bienes inmuebles y también hizo que la gente comience a tener como mercado atractivo a la construcción. Este mercado particular fue súper bueno durante unos 3-4 años más o menos empezando los años 2010- 2011, sin embargo, después bajo notoriamente por las leyes que empezaron a surgir. Dichas leyes del gobierno provocaron que los norteamericanos se vayan o vendan las propiedades que habían adquirido, también lo que ocasiono fue que atrajo a norteamericanos, pero de otro nivel que tenían menores ingresos que los primeros que vinieron a invertir y en particular ellos ya venían a vivir tranquilos en la ciudad, pero con otros ingresos entonces ellos ya no venían a comprar sino más bien empezaron a rentar propiedades. Sin embargo, el boom de los norteamericanos ha bajado bastante y presenta la comparación de que antes ella a la semana tenía 30 y ahora al mes tiene como mucho 3.

Dice que la ley de imposición de plusvalía fue muy complicada ya que el tema inmobiliario bajo un montón porque en cuanto al tema ventas había personas que preferían esperar 1 o 2 años para ver si los precios bajaban y preferían no endeudarse. Por lo que dice que fue un año en el que el área de bienes raíces se vio muy afectado. Sustenta que personalmente para ella ese año que fue el 2016 que entró en vigencia la ley busco otro trabajo diferente, ya que normalmente su trabajo como corredora de bienes raíces le da un buen ingreso para que ella pueda vivir tranquilo mes a mes, pero en esa época había

veces que no tenía si quiera como pagar la renta de su oficina, por lo que la rama inmobiliaria se vio muy afectada.

Pero a los constructores no les afectó tanto ya que la ley aplica a partir de la segunda venta.

Cuando sus clientes acuden a ella para comprar una casa, primordialmente verifica el presupuesto de los mismos y en base a eso ella sabe que es lo que le puede ofrecer al cliente. Lo que valoran y prefieren es la zona en donde se encuentra la casa sin embargo tiene varios casos en los cuales ella les propone zonas a las afueras de la ciudad, al principio a los clientes no les llama la atención, pero cuando van a conocer la casa ya les gusta y les llama la atención.

Ella asesora a sus clientes al momento de la compra ya que dice que las mayorías de las personas compran con préstamos y son muy pocas las que compran de contado, sino más bien las que compran de contado son las personas que ya van por la segunda o tercera compra y van teniendo capital, pero por lo general las compras se dan mediante préstamos y las personas les gusta asegurarse de que lo vayan a obtener, de que sean sujetos de crédito y que les den el valor de las cuotas y lo que conlleva al momento de pedir un préstamo. Por lo que ella se asegura de dar esa asesoría ya que ha tenido casos en los que tiene clientes entusiasmados por la compra sin embargo en el banco les dan un préstamo menor a lo que ellos necesitaban.

El presupuesto promedio de los clientes actualmente en Cuenca se divide en dos tipos:

1.- Crédito VIP (vivienda de interés social): este crédito lo tiene el Banco Pichincha y Banco de Guayaquil el cual hizo que se active muchas casas de hasta \$70 mil dólares y el interés es bajo de 4.37, lo que ocasionó que la gente empiece a buscar mucho este tipo de viviendas de hasta \$70 mil dólares.

Cuenta que debido a que Cuenca se encareció mucho, era casi imposible encontrar viviendas de ese monto, pero con este crédito ocasionó que los arquitectos empiecen a apuntar a ese target construyendo casas de dicho monto. Por presentar un ejemplo, la constructora León y Carpio empezó a construir casas de hasta \$70 mil dólares las cuales vendían todas las casas en un período de 2 meses. Dice que esto ayudó a que se reactive

la economía. Por lo tanto, hay muchas personas que le piden casas con esas características para poder aprovechar el crédito.

Estas casas al ser en terreno horizontal están entre los 90 a 100 metros cuadrados y cuentan con todas las comodidades de una casa normal.

2.- El segundo presupuesto que más maneja es de \$120 mil a \$140 mil dólares

Comenta que hay casas de más de \$140 mil dólares y que hay clientes para todo, pero superado ese monto no es muy común, sino que tiene un cliente de ese perfil cada 1 o 2 años. Por lo tanto, el mercado de casas de más de \$150 mil dólares es más lento.

Hace saber que aquí los arquitectos son honrados a comparación de otras ciudades ya que hay más problemas en cuanto a los metros de construcción que ofrecen, a estafas y temas parecidos, también que trabajan con buenos acabados, casas bonitas y cómodas.

Sustenta que también algunos de sus clientes compran casas para posteriormente venderlas más caras.

Los sectores que están de moda actualmente son a las afueras ya que dentro de la ciudad está prácticamente todo copado y es complicado encontrar terrenos y si se encuentra un terreno o casa va a ser mucho más costoso. Por lo tanto, los sectores que más buscan son:

- Misicata
- Rio Amarillo
- Zona del Tejar
- Narancay
- Chaullabamba

Dice que Chaullabamba le gusta a la mayoría de sus clientes y que es más fácil poder encontrar un terreno o casa. Ahí las casas están desde \$100 mil hasta \$500 mil y hay bastante variedad.

Las casas estándar son de 120 a 130 metros cuadrados, la cual es una casa cómoda con 3 dormitorios, una sala de estar, comedor, cocina y un pequeño patio atrás.

Dice que hoy en día hay un fenómeno particular en el cual las personas buscan casas con patio o áreas verdes así sean pequeñas ya que el 80% de las personas que buscan casas tienen mascotas. Por lo tanto, comenta que los constructores actualmente hacen sus proyectos teniendo en cuenta dichos factores para las viviendas.

Recuerda que ya hay un proyecto en el cual se va a destinar áreas comunales, pero para las mascotas.

Actualmente la gente busca vivir en urbanizaciones privadas por temas de seguridad y más por que las casas que vende son a las afueras de la ciudad.

Los asesores inmobiliarios no dan crédito al momento de compra, pero ellos asesoran con el trámite de compra y se aseguran de hacer todos los papeleos pertinentes sin que el cliente tenga que hacer nada hasta que le entreguen al cliente la vivienda con escrituras.

La edad promedio de los clientes de ella están dentro de los 30 – 50 años, pero sin embargo tiene casos en los que sus clientes son parejas recién casadas que quieren comprar su vivienda propia y también casos en los que gente mayor compra a modo de inversión.

La zona de la casa a la que más importancia le da es a la cocina.

Las zonas comunes de una casa son sala, comedor, cocina, la mayoría con 3 cuartos, área de televisión, patio y la zona de al frente con parqueaderos.

Por los espacios de terreno que ahora se manejan las casas son de 2 pisos.

Entrevista a Pamela Roca

Pamela lleva en el área de los bienes raíces durante 5 años.

El área de los bienes raíces en Cuenca se mueve bien sin embargo hay épocas buenas y épocas malas, pero comenta que es más por la especulación de la gente, por especulación se refiere al tema de plusvalía ya que la personas ya no querían vender sus viviendas

porque tenían que pagar muchos impuestos. Sostiene que el hecho de la plusvalía siempre se ha dado pero el problema está en que por ejemplo antes alguien vendía su propiedad en \$100 mil dólares, pero al momento de notarizar lo ponían como \$50 mil dólares con eso se pagaban menos de impuestos y la notariada de documentos, lo que es un porcentaje del valor de la venta. Entonces la ley causó que la gente se paralice ya que había personas que habían comprado sus bienes en \$100 mil dólares y ya habían puesto \$50 mil dólares y después de dos o tres años vendían la propiedad en \$130000 dólares y dicha diferencia de \$80 mil dólares, es decir el 10% que son \$80 mil dólares la gente no quería pagar ese monto. Por lo que ella sostiene que la ley se dio para poder regularizar las ganancias que la gente obtenía al momento de compra y venta.

Comenta que antes tenían más ventas desde el extranjero, es decir que había gente de afuera que invertía más, pero en realidad si se vende bastante.

A comparación con 5 años atrás la venta de casas se ha mantenido sin embargo sostiene que antes era más fácil vender y adquirir un bien.

Lo que valoran sus clientes es la buena ubicación, que la vivienda sea moderna y que tenga buenos acabados.

Cuenta que actualmente lo que más se mueve son los apartamentos debido a las comodidades que los mismos otorgan.

En cuanto a casas la gente por temas de seguridad prefiere vivir en urbanizaciones privadas.

Los sectores que sus clientes le piden dependen del target de los mismos y de sus presupuestos.

Las zonas que más se mueven son la Av. Primero de Mayo, Puertas del Sol, San Joaquín y Chaullabamba.

En la Av. Primero de Mayo las casas que se venden son antiguas, de unos 18-20 años de antigüedad pero que las han ido refaccionando cada 5 u 8 años. Aunque comenta que hay

gente que por lo general compra esas casas antiguas por el terreno, botan la casa y construyen una nueva.

Usualmente le piden casas grandes, pero con presupuestos bajos, es decir que por una casa de 200 metros cuadrados los clientes quieren pagar unos \$100 mil dólares cuando en realidad una casa de ese metraje cuesta alrededor de \$180 mil dólares dependiendo la zona.

Las zonas más costosas de la ciudad son Puertas del Sol y la Ordoñez Lazo.

El presupuesto promedio de los clientes es de \$120 a \$140 mil dólares, esto corresponde a un target medio - medio alto. Y en target medio bajo es de hasta \$70 mil dólares debido a los créditos de primera vivienda que se otorgan. Sin embargo, los créditos que otorga el seguro aplican para viviendas por estrenar.

Lo que más buscan los clientes son seguridad, los acabados, la ubicación, las áreas verdes. Los financiamientos o plazos de pago dependen del constructor o de la persona la cual este vendiendo el bien, por lo general los constructores piden un 30% y el resto se puede financiar con cualquier entidad bancaria y cuando son sueños piden igualmente el 30% y el resto igualmente con financiamientos de crédito.

El promedio de edad de sus clientes es de gente joven debido a la facilidad de los créditos de financiamiento, son jóvenes que se gradúan de la universidad que viven aun con sus padres, pero desean invertir, lo que hacen por lo general es pedir un crédito, compran el bien, lo rentan y con el monto de la renta van pagando el bien hasta generar beneficios.

Este fenómeno se da más en apartamentos ya que las casas de este tipo de financiamiento son a las afueras de la ciudad por zonas como El Cebollar, Racar, Ricaurte, San Pedro y es otro tipo de target.

La gente que compra de casas está entre unos 28- 64 años de edad.

Las zonas comunes de una casa de \$150 mil dólares, de más o menos 180 metros cuadrados, cuenta con 3 habitaciones, zona pequeña de televisión, un baño completo que

es compartido con dos habitaciones, habitación principal con baño completo y closet grande, sala, comedor, cocina, 2 parqueos, patios.

La cocina es la zona de la casa a la que más le dan importancia seguido de los baños y dormitorio de padres.

La mayoría de casas que se venden son de dos pisos por que por lo general las casas de un solo piso tienen que ser sobre un terreno amplio y sobrepasan los \$200 mil dólares.

Entrevista a Mónica León

Es corredora de bienes raíces con licencia ACBIR, tiene experiencia de 5 años en el mercado de los bienes raíces.

Según criterio de Mónica León el sector de la construcción está bastante deprimido, inclusive con respecto al año anterior; expresó que los meses de agosto y septiembre siempre son meses duros para las ventas de viviendas, pero que este año ha sido más fuerte.

Indicó que hace unos 5 años era un sector bastante lucrativo y con ventas frecuentes, sin embargo, en la actualidad ha disminuido bastante. Uno de los factores a los que atribuye esta disminución es a la Ley de Plusvalía a pesar de que ella personalmente solo tuvo un caso, en el cual se debía pagar \$114000 de impuestos, indica que el sector se ha visto afectado.

Actualmente con la Ley de Plusvalía derogada, está vigente la ley anterior que es la del Cootad, que de todos modos genera plusvalías fuertes especialmente por que en épocas anteriores había la costumbre y todo se manejaba como escrituras en valor catastral y entonces es muy por debajo del valor real de una venta, mientras que este rato casi nadie acepta firmar unas escrituras a valor catastral sino que quieren a valor real, esto obliga a la persona a pagar altas plusvalías.

Mónica comentó que algunos de los factores que sus clientes tienen en cuenta al momento de una compra de vivienda son: el sector para empezar; área verde es bastante cotizado o

por ejemplo una terraza, un balcón, esos son factores muy bien vistos también; después viene obviamente el tipo de acabados, la distribución, sin dejar de lado el precio que prácticamente sería entre los factores principales a tener en cuenta.

Los sectores más apetecidos por sus clientes que son personas de entre 25 a 65 años de edad son sectores como la zona del Estadio, la Paucarbamba, Primero de Mayo, San Joaquín, Chaullabamba y otro sector muy comercial que ella maneja es el sector de Totoracocha, si bien en este último se construye otro tipo de viviendas, más baratas, es un sector bien cotizado.

Indicó que, por lo general para una casa, lo mínimo es tres dormitorios. La casa debe tener si es posible dos parqueos, obviamente prefieren si es que hubiere por lo menos un pedacito de área verde, porque la mayoría de gente tiene una mascota, o prefieren comprar con un trozo de área verde si es que la intención es la de alquilar, porque también el inquilino por lo general viene con mascota. Bastante iluminación, espacios minimalistas, abiertos, cocina tipo americana abierta. Esa es la tendencia, el prototipo. Grandes ventanales, si es posible una terracita en el tercer piso, eso también es bien apetecido, otro factor relevante y no menos importante es el tema de la seguridad y ahora muchos de sus clientes busca casas en urbanizaciones privadas.

Además expreso que una vivienda tipo va a tener: sala, comedor, cocina, por lo general lavandería y baño social en la planta baja; y arriba va a tener un cuarto master con baño propio y dos dormitorios de hijos con baño que comparten y algunas casas que tienen el chance de hacer un tercer piso allí va a existir una buhardilla, si es posible con ventana y este rato la mayoría tiene la disposición de ponerle también un baño allí para que sea como un cuarto dormitorio, un cuarto de huéspedes, un cuarto de juegos, o un estudio.

Indica que hay que tener en cuenta el tipo de familia y sus necesidades ya que muchas familias optan por apartamentos con el fin de estar mejor ubicados hacia el centro de la ciudad y otras familias en cambio prefieren una casa en las afueras.

El promedio de viviendas que ella maneja son casas de \$90000 hasta \$150000, ella ayuda a los compradores con el papeleo al momento de solicitar un crédito, e indica que es muy sencillo conseguir un crédito ya que si es sujeto de crédito no tardan más de 30 días en entregar el dinero para la compra.

Entrevista al arquitecto Raúl Esteban Orellana

Lleva ejerciendo su oficio de arquitecto durante 14 años

El área de la construcción actualmente en Cuenca está bastante activa y a comparación de 5 años atrás ha incrementado.

En cuanto a la ley de la Plusvalía él siempre ha estado ligado a lo regulado por la ley, es decir, si el precio de venta de una casa es de \$180 mil dólares, se vende la casa por dicho monto, ya que si alguien vende la casa por \$180 mil y pone que la vendió en \$120 mil, no tiene como justificar esos \$60 mil dólares sobrantes. Menciona que es de dicha importancia actuar con honestidad ya que el área en el que se desenvuelve se presta para que hayan lavado de activos.

Lo que valoran los clientes al momento de acudir a él para construir sus casas es el tema de los cimientos, es decir cómo va a estar hecha la casa en realidad ya que hay muchas construcciones que ya no son hechas con paredes si no con gypsum. Menciona que el costo de estos dos tipos de paredes es el mismo pero la mano de obra en la pared de ladrillo, bloque, etc., es diferente a la mano de obra de la pared de gypsum ya que ésta solo se coloca y ya está lista mientras que la otra se tiene que ir armando y esperando sus debidos tiempos de secado.

En cuanto a casas se construye todo con pared de ladrillo mientras que apartamentos se construye con gypsum y su debido relleno para evitar que los sonidos de apartamento a apartamento traspasen.

Los sectores que prefieren su mayor target de clientes para la construcción de sus viviendas es Chaullabamba, teniendo en cuenta que es un target de clase media alta, alta ya que las viviendas van desde los \$200 mil dólares. Además de ese sector prefieren, Río Amarillo y San Joaquín. Se escogen las afueras de la ciudad debido a que dentro de ella ya no existen espacios para la construcción.

Menciona que las personas preferirían algo en la ciudad, pero debido a lo mencionado, optan por construir a las afueras.

Sus clientes prefieren casas grandes, es decir casas entre los 240 – 280 metros cuadrados de construcción. Las mismas que son de dos pisos.

Un proyecto en el cual se encuentra realizando ahora son casas de dos pisos en los cuales en el primer piso hay sala, comedor, cocina en un solo ambiente tipo americano y baño social, el cuarto de padres con walking closet y baño grande y en el segundo piso dos habitaciones cada uno con su baño y un área de televisión grande, además de espacio verde con área de barbacoa y parqueadero para dos carros. Este tipo de casa tiene 400 m² de terreno y 280 m² de construcción y se encuentra en Chaullabamba en una urbanización privada de 9 terrenos de 800 m² cada uno, por lo tanto, las casas no son adosadas entre sí.

Depende de la necesidad del cliente, la mayoría busca casa porque es más independiente ya que en edificios se deben seguir las normas de convivencia. Y también debido a temas de independencia, espacios y distribución.

El monto aproximado de presupuesto destinado a la construcción de una casa depende de la zona en la cual se vaya a construir, pero más o menos una casa con acabados de lujo, de \$500 a \$600 dólares el metro cuadrado, el presupuesto es de \$120000 mil dólares sin contar el terreno, es decir ese monto solo corresponde a la construcción. , Menciona que el presupuesto varía de los acabados que tenga su casa y de los metros de construcción que desee.

En las zonas como Chaullabamba el costo es un poco más alto ya que primero se debe hacer un estudio de los suelos para así poder saber con certeza qué tipo de cimientos se deben poner para poder realizar la construcción.

La ganancia es el 30% del costo de la construcción.

Los factores preferenciales de sus clientes al momento de la construcción es tener espacios amplios y la presencia de jardín.

Las facilidades de financiamiento o plazo que él otorga a los clientes es que el pide el 30% y el resto lo realizan con préstamos o créditos pero tiene casos en los cuales por ejemplo vende la casa en \$200000 mil dólares y pide el 30% que son \$60000 pero puede ser que la persona que va a comprar cuenta solo con \$30000 mil dólares entonces se procede a realizar una promesa de compra – venta con esos \$30000 mil dólares y después se estipula en la promesa la forma de pago de los \$30000 mil dólares restantes que por lo general se hace con financiamiento del banco, menciona que hay que tener en cuenta que el banco hace un peritaje para poder confirmar que si lo que el cliente está pidiendo es el monto que es.

El construye tanto independientemente como en proyectos de construcción.

Sus clientes acuden a él y él lo primero que hace es un bosquejo de la casa y junto con el cliente van dando importancia a las necesidades y deseos del mismo. En este caso el pago es diferente, ya que si el cliente solo quiere el diseño, se le cobra por los planos realizados pero si el cliente desea diseño y construcción, se cobran los planos y también un 12% de construcción. Este caso es dentro de la ciudad, a las afueras en zonas como Yunguilla, Gualaceo, se cobra el 15%.

Él trabaja con dos tipos de contratos de los cuales da ejemplos:

1.- Se estima que la construcción va a durar 7 meses y al cabo de dichos meses se entrega la llave y la casa costo \$100000 mil dólares, ahí en ese caso la cobra el 12%

2.- Se va pagando por etapas

Esto depende de cómo el cliente desee hacer el pago.

Sus clientes están dentro de un rango de edad de 30 – 50 años.

Por lo general los metros útiles de construcción de una casa son de 160 – 180 metros cuadrados.

La cocina es la zona de la casa a la que más preferencia le suelen dar seguido de dormitorios y baños.

En terrenos grandes, que son más o menos arriba de los 150 metros cuadrados, los clientes prefieren casas de una sola planta mientras que en terrenos más reducidos prefieren casas de dos plantas, pero también depende de lo que quiera el cliente.

El promedio del presupuesto con el que cuentan sus clientes es de \$70000 - \$80000 mil dólares, de construcción, sin contar con el costo del terreno.

Reitera que el precio depende del presupuesto del cliente y de los acabados que el mismo desee para su hogar ya que hay diferentes tipos de precios para pisos, paredes, griferías, etc.

Entrevista al arquitecto Pablo Cisneros R

El arquitecto Pablo Cisneros tiene más de 14 años en el área de la construcción, además es master en dirección de empresas constructoras e inmobiliarias y tiene varias especialidades en inversiones y estrategias inmobiliarias.

El arquitecto indicó que según su percepción el mercado cuencano actualmente prefiere una casa en comparación a otro tipo de vivienda, las preferencias de casas varían según las necesidades de cada familia, es decir que factores como la edad, el tipo de familia y la clase social serán determinantes al momento de escoger las características de una vivienda.

Otro factor determinante es el presupuesto ya que a raíz de este escogerán su vivienda, puede ser casa o departamento ya que de cierta forma un departamento es más económico.

Según el arquitecto el área de la construcción con respecto a cinco años atrás a disminuido notablemente, uno de los factores que influyó para esta disminución fue la ley de Plusvalía, se pudo evidenciar que incluso antes de que la ley se ponga en vigencia el sector se vio afectado. Algunas personas a pesar de tener la capacidad económica para hacer alguna inversión se frenó, ya que muchas de las personas que compraban una vivienda lo hacían como inversión, y fueron esas personas que eran alrededor del 40% de los clientes

del arquitecto que decidieron invertir su dinero en otro lugar o simplemente no invertir por temor a no poder revender.

Según el arquitecto Pablo Cisneros, su mercado está definido por clientes de entre 28 y 45 años de edad, de clase social media-alta; entonces sus preferencias son diferentes a las del promedio del mercado, es decir son clientes que buscan casas más grandes de lo normal, que tengan jardines amplios para sus hijos y mascotas y en sectores alejados de la ciudad, sectores que se encuentran en expansión como Chaullabamba, Misicata, San Joaquín, casas que están sobre los \$120 000 en promedio y cuentan con terrenos de más de 200 metros cuadrados y que generalmente este tipo de terreno permite a las personas construir casas de una sola planta o de una planta y media.

A lo referente al tamaño de viviendas indicó que es un factor que depende mucho del cliente y del presupuesto pero que en promedio una vivienda de tres dormitorios por lo general ronda los 80 a 100 metros cuadrados y son casas de \$70000 a \$90000, con intereses bajos y son casas que adquieren con los créditos que el gobierno está auspiciando.

Las preferencias van a depender un poco de la edad, de la familia, de los hijos y del ingreso que tengan. Por ejemplo una familia que tengan ya hijos mayores van a querer realmente no una vivienda lejana sino un departamento cerca de la ciudad; por tema de transporte, por tema de cercanía, por tema de algunas cosas; pero una familia con hijos pequeños si puede irse un poco más a las afueras, entonces esa va a ser un poco la diferencia en las preferencias.

Los factores preferenciales variarán dependiendo de la persona, por ejemplo el marido, el hombre quiere una cosa, y la esposa quiere otra cosa. Sin ser machista, la esposa quiere el cuidado del hogar, entonces, cómo cuida su hogar: quiere alimentar entonces se preocupa de la cocina, se preocupa del área de servicios y quiere cuidar a sus hijos, entonces ella se preocupa del área de servicio, cocina, lavandería y ese tipo de cosas, y dormitorios, que sus hijos estén cómodos; el marido, qué quiere el marido, el esposo se preocupa de mucho menos cosas, pero una de las cosas es que su esposa y sus hijos estén contentos y servidos y para él quiere cosas sencillas; le preocupa del garaje, le preocupa una bodega donde tenga sus cosas, su bicicleta, su moto, sus herramientas. Entre los dos

se preocupan un poco del área social y cuartos, pero la preferencia de cada uno es distinta, la visión de cada uno es distinta.

Finalmente expreso que el tipo de cliente que maneja el arquitecto siempre cuenta con un monto grande de anticipo para su vivienda y el saldo restante lo financian directamente con una entidad financiera.

Entrevista al ingeniero Claudio Sarmiento

La experiencia del ingeniero civil Claudio Sarmiento es de 30 años en la construcción, 17 años en el sector público y 13 años en el sector privado.

El Ingeniero expresa que el sector de la construcción actualmente se encuentra en una etapa de recuperación. Ya que se ha pasado por una época de demanda baja, casi a llegar a una época en la cual nadie quería comprar por efectos del gobierno que puso la plusvalía.

Básicamente ese factor hizo que los clientes se desmotiven y dejen de comprar. Indicó que en su medio el sector se vio afectado con una disminución de construcción de un 70% a un 90%; expreso que en su caso tuvo que despedir al 90% del personal para afrontar la crisis.

Según su experiencia indica que en la actualidad los clientes se centran en 3 factores claves al momento de comprar o construir una vivienda, como son el costo, la estética y funcionalidad de la vivienda y la ubicación; con respecto a este ultimo los lugares que las personas prefieren son lugares cercanos a la ciudad, donde haya transporte, lugares donde este consolidadas más las viviendas, lugares cercanos a supermercados, centros de salud, etc.

Tienen los clientes una preferencia hacia casas en lugar de otro tipo de vivienda, prefieren casas de dos pisos, mismas que deben contar con 3 dormitorios, sala, comedor, cocina, lavandería y un garaje, siendo la cocina el lugar que los clientes le dan más importancia al momento de la construcción.

Además el ingeniero opinó que el mercado de la vivienda es amplio, ya que existen gustos y necesidades de todo tipo, ya que existen casas de hasta \$70000 entre \$70000 y \$90000; más de \$120000, pero que él se especializa en atender a un segmento de entre 30 a 45 años de edad que compra y construye casas de entre \$80000 y \$100000, casas que tienen entre 120 a 150 metros cuadrados de construcción. Finalmente indicó que él realiza el financiamiento con entidades financieras, bancos y con el BIESS.

Entrevistas a futuros clientes

Entrevista a Rodrigo Espinoza

El entrevistado comentó que al momento de comprar una casa el compraría una que ya esté hecha.

Manifestó que lo que más le interesa al comprar una casa es la zona de ubicación de la misma.

Al momento de pago, el pediría un préstamo para poder adquirir su casa.

El presupuesto que designará para adquirir su casa es de \$200,000.

La zona a la que más le da importancia es la habitación principal. Y es importante que cuente con buen garaje, comenta que no le es relevante que cuente con patio.

Hace saber que sí acondicionaría su casa con seguridad adicional, como cercas eléctricas y cámaras de seguridad.

El preferiría comprar un departamento antes que una casa.

Entrevista a Liliana Castañeda

La entrevistada comentó que ella preferiría comprar una casa ya hecha.

Dijo que lo que más le interesa al comprar una casa es la zona en cual está ubicada y los espacios de la misma.

Al momento de pagar su vivienda ella preferiría pagarla toda en vez de pedir préstamos.

Y cuenta que el presupuesto designado para comprar una casa es de \$200,000.

Las zonas a las que más le da importancia son la cocina y la lavandería. Y comenta que para ella es importante que la misma cuente con patio y garaje.

Ella preferiría vivir a las afuera de la ciudad, más específicamente en el sector de San Joaquín.

Hace saber que sí acondicionaría su casa con seguridad adicional, como cercas eléctricas y cámaras de seguridad.

Ella preferiría comprar una casa antes que un apartamento.

Entrevista a Vannesa Vargas

La entrevistada comentó que ella al momento de comprar una casa preferiría construirla en vez de comprar una ya hecha.

Comentó que lo que más le interesa al construir su casa es la ubicación y el terreno de la misma. Es importante que tenga espacio verde.

Ella al momento de pago realizaría un préstamo y el mismo sería de \$150,000.

Hace saber que las zonas de la casa a las que más le da importancia son la cocina, la sala y la habitación principal.

Para ella es importante que su casa cuente con patio y garaje.

Hace saber que sí acondicionaría su casa con seguridad adicional, como cercas eléctricas y cámaras de seguridad.

Ella preferiría comprar una casa antes que un apartamento.

Entrevista a María José Vintimilla

María José Vintimilla, Psicóloga Clínica, es una joven profesional de 27 años, que trabaja como coordinadora del departamento de consejería estudiantil para el Ministerio de Educación. Es casada y tiene dos hijos pequeños.

María José tiene ingresos de hasta US\$ 1.500,00 actualmente.

Su interés en la adquisición de una vivienda es que tengan cuartos separados pues quisiera que sus hijos tengan su independencia pues son varón y mujer.

Considera que la ubicación de la vivienda es importante, pensando desde ya que sus hijos deben desenvolverse en ambientes tranquilos para ellos, en los cuales no existan muchos peligros, para que puedan salir a jugar. Piensa que una urbanización sería ideal para conseguir su objetivo.

Actualmente opta como un lugar tranquilo Chaullabamba. Además que el clima es mejor que en la ciudad.

El presupuesto que Ma. José y su esposo manejan para la adquisición de su vivienda estaría entre los \$ 98.000 y \$ 125.000 dólares, tratando de acceder a un préstamo conjunto en alguna institución financiera.

Le gustaría adquirir una vivienda que esté en proyecto, pues de esta manera podría ir modificando las áreas a su gusto y necesidad. Sin embargo, no se cerraría a la idea de comprar una casa terminada siempre que se acople a las necesidades existentes en su familia.

Le gustaría que los cuartos sean cómodos, que tenga un patio, garaje. En el cuarto de padres me gustaría que tenga un vestidor y baño privado; también el área social que tenga un baño, sala, comedor, cocina; son áreas que no podrían faltar en su casa.

Recalca que los cuartos es lo que más pesaría dentro de la elección de una casa; debiendo ser éstos amplios y cómodos.

En cuanto a seguridades le gustaría que su vivienda cuente con cerca eléctrica y alarma. María José piensa que su casa no debe ser ni muy grande ni muy chica. Ella ve lo práctico, lo cómodo y le gustaría una casa de dos plantas.

Entrevista a Juan Diego Barahona

Es ingeniero automotriz de 28 años de edad en ejercicio de su carrera en Cuenca Auto. Casado con dos hijos.

Los ingresos de Juan Diego son de hasta US\$ 1.500,00.

Lo que más le llama la atención de una casa es que tenga un garaje grande y que tenga un espacio verde grande.

Considera que la ubicación de la vivienda es importante, teniendo como lugares de preferencia la zona de Chaullabamba, San Joaquín, Colegio de Ingenieros.

Al momento no tendría dinero para comprar de contado una vivienda, pero considera que podría acceder a un crédito, pues el monto en el cual se podrían endeudar conjuntamente con su esposa sería para comprar una vivienda entre 100 y 150 mil dólares.

El considera que lo ideal sería poder contratar un arquitecto para que le construya la casa pero muchas veces por el tema económico optaría por comprar una ya hecha.

Lo que Juan Diego da más importancia en las casas son los acabados, que sean de buena calidad, bonitos. Otra situación importante son los espacios. Le gustaría cuartos amplios.

Como ya dijimos, para él es muy importante que la vivienda tenga un amplio garaje y espacio verde, pero también considera que el área social tiene que ser cómoda; incluyendo en el área social una zona para la televisión, juegos de videos, etc.

Conforme a sus gustos y necesidades, le gustaría tener una casa de una sola planta, que tenga obviamente sala, comedor, cocina, una sala de estar cómoda, que tenga una lavandería cómoda y práctica, mínimo 3 cuartos: el master para su esposa y para él y un cuarto para cada uno de sus hijos. Mínimo dos baños para los dormitorios y recalca un garaje grande.

Le gustaría una casa segura por tanto, de poder hacerlo, le adicionaría cerca eléctrica, alarmas, cámaras de seguridad.

La preferencia de Juan Diego es que su casa sea independiente y no dentro de una urbanización privada.

Entrevista a Jaime Machado

Es de profesión Contador. Brinda sus servicios profesionales en algunas empresas. Tiene 27 años de edad y es padre soltero de una niña de 6 años.

Dentro de sus planes inmediatos, tiene previsto comprarse una casa, debido a que la niña está creciendo y considera importante independizarse.

Actualmente su ingreso mensual se encuentra en el rango de 0 a 1.500 dólares mensuales.

A Jaime al momento de escoger una casa, valoraría mucho el que tenga cuartos cómodos, accesos al domicilio que genere seguridad, comodidad en el parqueadero de la casa para uno o dos vehículos, en lugares aledaños valoraría mucho locales comerciales como farmacias, tiendas, etc., pues siempre es necesario realizar compras de esta índole.

Considera que en virtud de que su hija aún es pequeña y por su trabajo, la ubicación de la casa no debe ser muy alejada de la ciudad, debe ser más bien en un lugar residencial como por ejemplo Puertas del Sol.

Al momento Jaime considera que podría acceder a un préstamo en una institución financiera por el valor total de la vivienda. Piensa que en unos años su situación económica va a ser más estable y podrá cubrir cierta cantidad y el resto financiarse.

Actualmente piensa que podría acceder a una vivienda entre 80 y 120 mil dólares, dependiendo pues de ciertas variables en la casa.

A Jaime le gustaría mucho diseñar su casa con la ayuda de un arquitecto. Me gustaría que tenga buen porcelanito, los acabados de los baños y de la cocina tienen que ser de primera, es decir los terminados de la casa es muy importante. Me gustaría tener también un patio y garaje.

Lo que no podría faltar indudablemente es un comedor, la sala, que son partes sociales principales.

Pienso que por la seguridad que debe tener la familia y uno mismo, me gustaría adicionar a la vivienda puerta eléctrica, cerca eléctrica, y otros temas de seguridad.

Opina que si la casa está ubicada dentro o fuera de una urbanización, para él, no tiene peso. No tiene preferencia.

Informe hombres

Se realizaron 6 entrevistas a profundidad a futuros clientes, entre 25 años a 65 años de edad, 3 hombres y 3 mujeres debido a que sus preferencias y factores serán diferentes según su sexo.

Se analizarán los puntos más relevantes y puntos en común que tienen los hombres al momento de comprar una vivienda.

Comentan que la ubicación de la vivienda es un factor importante al momento de decidirse por la compra, buscarían lugares en las afueras de la ciudad por tranquilidad,

lugares como Chaullabamba, Puertas del Sol, San Joaquín; sin embargo no descuidarían el hecho de que en estos lugares deban haber locales comerciales, farmacias, tiendas, etc.

Otros factores que valoran los hombres al momento de adquirir una vivienda son los cuartos, estos deben ser grandes, cómodos; para ellos también el garaje, el área de televisión y el patio son factores que tienen mucho peso para escoger una casa u otra, además los acabados también son importantes para su elección.

Indicaron también que dependiendo del terreno escogerían una casa de una o dos plantas, que tengan 3 cuartos mínimo, con sala, comedor y cocina.

Dos de los tres entrevistados indicaron que preferirían contratar a un arquitecto para que realice la construcción de su vivienda a medida, mientras que solo uno indicó que buscaría una casa ya construida.

Prefieren una vivienda independiente y no en una urbanización privada, sin embargo por temas de seguridad de la familia consideran importante implementar a las viviendas con cercas eléctricas, cámaras, etc.

Finalmente las personas que tienen ingresos de hasta \$1.500 planean invertir en una casa, de entre \$80.000 a \$150.000 y la persona que presenta los ingresos sobre los \$1.500 invertiría en su vivienda \$200.000; concuerdan que necesitarían de un crédito para poder construir o comprar su vivienda en alguna entidad financiera.

Informe mujeres

Se realizaron 6 entrevistas a profundidad a clientes los cuales están interesados en la adquisición de una vivienda. El perfil de los mismos es de 25 a 65 años de edad.

En el siguiente informe se analizará el perfil de los clientes mujeres, debido a que encontramos pertinente analizar primero por separado los análisis por género para después proceder a analizar ambos géneros.

Dos de las 3 entrevistadas cuentan con ingresos que van desde 0 a \$1.000 mensuales, por lo tanto comentaron que al momento de adquirir sus viviendas la hicieran mediante un préstamo bancario. Mientras que la otra entrevistada cuenta con ingresos mayores a los \$1.000 mensuales, por lo tanto comentó que al momento de adquirir su vivienda le gustaría pagar todo de contado.

El presupuesto promedio de las entrevistadas es alrededor de \$150.000.

La ubicación es un factor fundamental para ellas al igual que su casa cuente tanto con patio y garaje. Concuerdan que desean una casa que esté ubicada a las afueras de la ciudad en sectores como San Joaquín y Chaullabamba.

Dos de ellas concuerdan en que les gustaría adquirir una casa la cual ya esté terminada mientras que nuestra otra entrevistada preferiría hacer su casa desde cero. Por lo que podemos concluir que la tendencia es adquirir una casa ya construida.

El área de la casa a la que más le dan importancia es a la cocina, seguido de la habitación principal y de los baños.

Consideran que es primordial que la casa cuente con espacios amplios.

Además es fundamental que tenga seguridad, por lo tanto todas estarían dispuestas en invertir en cercas y cámaras.

Concuerdan que al momento de comprar prefieren adquirir una casa antes de un departamento.

Encuesta piloto



Somos estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, estamos realizando nuestro trabajo de titulación; el cual tiene como finalidad **conocer los factores que valoran los compradores de vivienda en la ciudad de Cuenca**, ya que consideramos necesario conocer los patrones de comportamiento para poder comprender el mercado. Le pedimos su colaboración contestando esta encuesta, los datos obtenidos serán netamente académicos, y sus respuestas totalmente anónimas.

I. Informativo

I.1. Edad	<input type="text"/>	I.2. Sexo	1 M <input type="checkbox"/>	I.3. Estado Civil	1 Soltero <input type="checkbox"/>
			2 F <input type="checkbox"/>		2 Casado <input type="checkbox"/>
					3 Viudo <input type="checkbox"/>
					4 Divorciado <input type="checkbox"/>
					5 Unión Libre <input type="checkbox"/>
I.4. Nivel Instrucción		1 Primaria <input type="checkbox"/>		I.5. Ocupacion	1 Privado <input type="checkbox"/>
		2 Secundaria <input type="checkbox"/>			2 Público <input type="checkbox"/>
		3 Universidad <input type="checkbox"/>			3 Independiente <input type="checkbox"/>
		4 Maestría <input type="checkbox"/>			
		5 Doctorado <input type="checkbox"/>			
I.6. Nivel Ingresos por hogar		1 \$800-\$1200 <input type="checkbox"/>		I.7. Número Integrantes en la familia	<input type="text"/>
		2 \$1201-\$1600 <input type="checkbox"/>			
		3 \$1601-en adelante <input type="checkbox"/>			

P. Preguntas

P.1. Su vivienda donde reside es	1 Casa <input type="checkbox"/>
	2 Departamento <input type="checkbox"/>
	3 Villa <input type="checkbox"/>
	4 Otro _____
P.2. Su vivienda donde reside es	1 Propia <input type="checkbox"/>
	2 Alquilada <input type="checkbox"/>
	3 Prestada <input type="checkbox"/>
	4 Otro _____
P.3. Al corto plazo estaría dispuesto a comprar o construir su vivienda	1 Si <input type="checkbox"/>

(si su respuesta es sí continúe con la encuesta, caso contrario aquí termina)

2 No

P.4.Usted preferiría

1 Comprar

2 Construir

P.5. ¿En dónde preferiría que su vivienda este ubicada?

1 Dentro de la ciudad

2 A las afueras

P.6.Califique de 1 a 5 los factores que más valora en una vivienda

(siendo 5 el más importante y 1 el menos importante)

1 Zona

2 Acabados

3 Modernidad

4 Seguridad

5 Espacios Amplios

P.7.Califique de 1 a 3 las zonas más importantes para usted

(siendo 3 el más importante y 1 menos importante)

1 Cocina

2 Cuartos

3 Baños

4 Patio

5 Garaje

6 Lavandería

7 Otros

P.8.Prefiere su vivienda de

1 1 Planta

2 2 Plantas

3 Otros

P.9. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en una vivienda?

1 Hasta \$70,000

2 \$70,001-\$90,000

3 \$90,001-\$110,000

4 \$110,001-\$130,000

5 \$130,001-\$150,000

6 \$150,001 en adelante

P.10. ¿Cómo realizaría su pago?

(Si su respuesta es crédito, pasar a la siguiente pregunta, caso contrario es el fin de la encuesta)

1 Crédito

2 Contado

P.11.Preferiria realizar su crédito mediante entidad

1 Pública

2 Privada

Encuesta final



Somos estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay, estamos realizando nuestro trabajo de titulación; el cual tiene como finalidad **conocer los factores que valoran los compradores de vivienda en la ciudad de Cuenca**, ya que consideramos necesario conocer los patrones de comportamiento para poder comprender el mercado.

Le pedimos su colaboración contestando esta encuesta, los datos obtenidos serán netamente académicos, y sus respuestas totalmente anónimas.

I. Informativo

I.1. Edad

I.2. Sexo

1	M	<input type="checkbox"/>
2	F	<input type="checkbox"/>

I.3. Estado Civil

1	Soltero	<input type="checkbox"/>
2	Casado	<input type="checkbox"/>
3	Viudo	<input type="checkbox"/>
4	Divorciado	<input type="checkbox"/>
5	Unión Libre	<input type="checkbox"/>

I.4. Nivel Instrucción

1	Primaria	<input type="checkbox"/>
2	Secundaria	<input type="checkbox"/>
3	Universidad	<input type="checkbox"/>
4	Maestría	<input type="checkbox"/>
5	Doctorado	<input type="checkbox"/>

I.5. Ocupación

1	Privado	<input type="checkbox"/>
2	Público	<input type="checkbox"/>
3	Independiente	<input type="checkbox"/>

I.6. Nivel Ingresos por hogar

1	\$800-\$1200	<input type="checkbox"/>
2	\$1201-\$1600	<input type="checkbox"/>
3	\$1601-en adelante	<input type="checkbox"/>

I.7. Número Integrantes en la familia

P. Preguntas

P.1. Su vivienda donde reside es

1	Casa	<input type="checkbox"/>
2	Departamento	<input type="checkbox"/>
3	Villa	<input type="checkbox"/>
4	Otro	<input type="text"/>

P.2. Su vivienda donde reside es

1	Propia	<input type="checkbox"/>
2	Alquilada	<input type="checkbox"/>
3	Prestada	<input type="checkbox"/>
4	Otro	<input type="text"/>

P.3. Al corto plazo estaría dispuesto a comprar o construir su vivienda (si su respuesta es sí continúe con la encuesta, caso contrario aquí termina)

1	Si	<input type="checkbox"/>
2	No	<input type="checkbox"/>

P.4. Usted preferiría

- 1 Comprar
- 2 Construir

P.5. ¿En dónde preferiría que su vivienda este ubicada?

- 1 Dentro de la ciudad
- 2 A las afueras

P.6. Califique de 1 a 5 los factores que más valora en una vivienda

(siendo 5 el más importante y 1 el menos importante)

- 1 Zona
- 2 Acabados
- 3 Modernidad
- 4 Seguridad
Espacios
- 5 Amplios

P.7. Califique de 1 a 3 las zonas más importantes para usted

(siendo 3 el más importante y 1 menos importante)

- 1 Cocina
- 2 Cuartos
- 3 Baños
- 4 Patio
- 5 Garaje
- 6 Lavandería
- 7 Otros

P.8. Prefiere su vivienda de

- 1 1 Planta
- 2 2 Plantas
- 3 Otros

P.9. ¿Cuál sería su presupuesto para invertir en una vivienda?

- 1 Hasta \$70,000
- 2 \$70,001-\$90,000
- 3 \$90,001-\$110,000
- 4 \$110,001-\$130,000
- 5 \$130,001-\$150,000
- 6 \$150,001 en adelante

P.10. ¿Cómo realizaría su pago?

(Si su respuesta es crédito, pasar a la siguiente pregunta, caso contrario es el fin de la encuesta)

- 1 Crédito
- 2 Contado

P.11. Preferiría realizar su crédito mediante entidad

- 1 Pública

--

Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 27 de julio de 2018, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

Estudiantes: Ramos Espinoza Pedro José, con código 74731 y Vargas Romero Valentina, con código 72013

Tema: "FACTORES QUE VALORAN LOS COMPRADORES DE VIVIENDA: CASA O VILLA, SEGÚN GRUPOS ETARIOS EN LA CIUDAD DE CUENCA"

Previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing

Director: Ing. Marco Ríos Ponce

Tribunal: Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso

Plazo de presentación del trabajo de titulación: Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un período académico, contado desde la fecha de la aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 27 de enero de 2019.

E INFORMA:

Que, en aplicación de la Disposición General Cuarta del Reglamento de Régimen Académico vigente, en caso de que los estudiantes no culminen y aprueben el trabajo de titulación luego de dos períodos académicos contados a partir de su fecha de culminación de estudios, deberán realizar la actualización de conocimientos previa a su titulación.

Cuenca, 30 de julio de 2018



Dra. María Elena Ramírez Aguilar
**Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración**



Doctora María Elena Ramírez Aguilar, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 27 de julio de 2018, conoció y aprobó la solicitud para realización del trabajo de titulación, presentada por:

Estudiantes: Ramos Espinoza Pedro José, con código 74731 y Vargas Romero Valentina, con código 72013

Tema: "FACTORES QUE VALORAN LOS COMPRADORES DE VIVIENDA: CASA O VILLA, SEGÚN GRUPOS ETARIOS EN LA CIUDAD DE CUENCA"
Previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing

Director: Ing. Marco Ríos Ponce

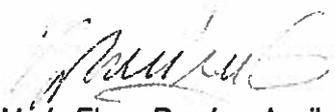
Tribunal: Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso

Plazo de presentación del trabajo de titulación: Se fijó como plazo para la entrega del trabajo de titulación, conforme a la Disposición Tercera del Reglamento de Régimen Académico, un período académico, contado desde la fecha de la aprobación del diseño del trabajo, esto es hasta el 27 de enero de 2019.

E INFORMA:

Que, en aplicación de la Disposición General Cuarta del Reglamento de Régimen Académico vigente, en caso de que los estudiantes no culminen y aprueben el trabajo de titulación luego de dos periodos académicos contados a partir de su fecha de culminación de estudios, deberán realizar la actualización de conocimientos previa a su titulación.

Cuenca, 30 de julio de 2018



Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

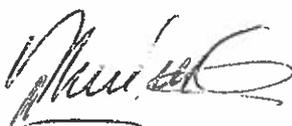
 UNIVERSIDAD
DEL AZUAY
Facultad de Ciencias de la Administración
SECRETARÍA

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Marketing se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **“Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios”**, presentado por los estudiantes Pedro José Ramos Espinoza con código 74731 y Valentina Vargas Romero con código 72013, previa a la obtención del título de Ingeniero en Marketing, para el día **Viernes, 06 de julio de 2018 a las 10h30.**

Tomar en cuenta que posterior a la sustentación del Diseño del Trabajo de Titulación, por ningún concepto se puede realizar modificaciones ni cambios en los documentos; únicamente, en caso de diseño aprobado con modificación, el Director adjuntará al esquema un oficio indicando que se procede con los cambios sugeridos.

Cuenca, 26 de junio de 2018

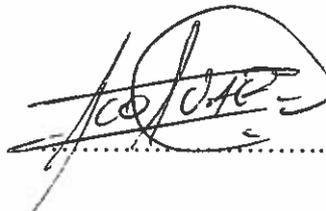


Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad

Ing. Marco Ríos Ponce



Ing. Francisco Alvarez Valencia



Ing. Verónica Rosales Moscoso



Comuniqué el cambio OK

ESCUELA DE MARKETING

FECHA: 11 DE JUNIO DE 2018

Estudiante: PEDRO JOSE RAMOS ESPINOZA Y VALENTINA VARGAS ROMERO

Ingeniero

Oswaldo Merchán

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Mercadotecnia reunida en pleno, conoció la propuesta del Proyecto de trabajo de titulación denominado "Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios.", presentado por el Sr. Pedro José Ramos Espinoza con código 74731 y la Srta. Valentina Vargas Romero con código 72013, estudiantes de la Escuela de Marketing previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing.

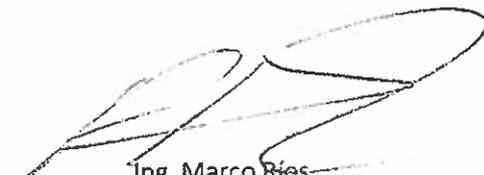
A fin de aplicar la guía de elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación, la Junta Académica de Mercadotecnia considera que la propuesta presentada por los estudiantes cumple con todos los requisitos establecidos en la guía respectiva, por lo que de conformidad con el Reglamento de Graduación de la Facultad resolvió designar como Director al Ing. Marco Ríos, el tribunal que estará integrado por el Ing. Francisco Álvarez y la Ing. Verónica Rosales, quienes recibirán la sustentación del diseño del trabajo de titulación previo al desarrollo del mismo.

En caso de existir la aprobación con modificaciones, la Junta Académica resuelve que el Director del Trabajo de Titulación sea quien realice el seguimiento a las modificaciones recomendadas.

Por lo expuesto solicitamos se realice el trámite correspondiente.

Atentamente.

Atentamente.



Ing. Marco Ríos
Coordinador de Escuela de Marketing.



Eeon. Manuel Freire
Miembro de Junta Académica

Universidad del Azuay



Ing. Verónica Rosales
Miembro de Junta Académica



ACTA
SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

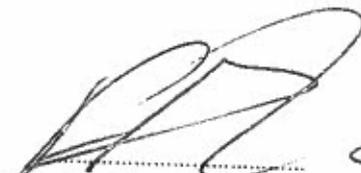
Fecha de sustentación: Viernes, 06 de julio de 2018 a las 10h30.

1. Nombre del estudiante: Pedro José Ramos Espinoza y Valentina Vargas Romero
2. Código: 74731 y 72013 respectivamente
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional): _____
5. Tribunal: Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso
6. Título propuesto: **"Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios"**
7. Aceptado sin modificaciones : _____

8. Aceptado con las siguientes modificaciones:

Agregar en el título (Cuenca - Ecuador)
(ciudad de Cuenca)

9. No aceptado
10. Justificación:


Ing. Marco Ríos Ponce


Tribunal
Ing. Francisco Alvarez Valencia


Ing. Verónica Rosales Moscoso


Sr. Pedro José Ramos Espinoza


Srta. Valentina Vargas Romero


Dra. María Elena Ramírez Aguilar
Secretaria de la Facultad

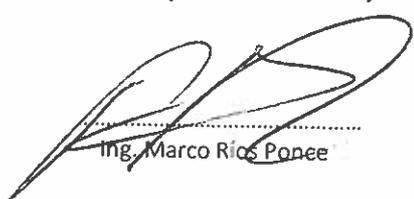


RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
(Tribunal)

1. Nombre del estudiante: Pedro José Ramos Espinoza y Valentina Vargas Romero
2. Código : 74731 y 72013 respectivamente
3. Director sugerido: Ing. Marco Ríos Ponce
4. Codirector (opcional):
5. Título propuesto **“Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según gruposetarios”**
6. Revisores (tribunal: Ing. Francisco Alvarez Valencia e Ing. Verónica Rosales Moscoso
7. Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple	No cumple
Problemática y/o pregunta de investigación		
1. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/	
2. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/	
Objetivo general		
3. ¿Concuerda con el problema formulado?	/	
4. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/	
Objetivos específicos		
5. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	/	
6. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/	
Metodología		
7. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/	
8. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/	
9. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/	
10. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	/	
Resultados esperados		
11. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/	
12. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/	
13. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/	
14. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	/	

Nota sobre 10 puntos: 10 ✓


Ing. Marco Ríos Ponce


Ing. Francisco Alvarez Valencia


Ing. Verónica Rosales Moscoso

Cuenca, 06 de julio de 2018

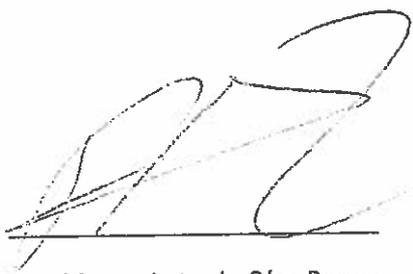
Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo Marco Antonio Ríos Ponce informo que he revisado los cambios realizados al protocolo del trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing, denominado **"FACTORES QUE VALORAN LOS COMPRADORES DE VIVIENDA: CASA O VILLA, SEGÚN GRUPOS ETARIOS EN LA CIUDAD DE CUENCA"**, elaborado por los estudiantes **Pedro José Ramos Espinoza**, con código estudiantil 74731 y **Valentina Vargas Romero**, con código estudiantil 72013. Trabajo que según mi criterio cumple con las modificaciones sugeridas por el Tribunal y puede continuar su desarrollo planificado.

Sin otro particular, suscribo

Atentamente



Ing. Marco Antonio Ríos Ponce



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY



Facultad
Ciencias de la
Administración

Oficio Estudiante: Solicitud aprobación de
Protocolo de Trabajo de Titulación

Cuenca, 06 de junio de 2018

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi/ nuestra consideración,

Estimado Señor Decano, nosotros Pedro José Ramos Espinoza con C.I. 0105609929, código estudiantil 74731 y Valentina Vargas Romero con C.I. 0104462304, código estudiantil 72013; estudiantes de la Carrera de Marketing, solicitamos muy comedidamente a usted y por su intermedio al Consejo de Facultad, la aprobación del protocolo de trabajo de titulación con el tema "FACTORES QUE VALORAN LOS COMPRADORES DE VIVIENDA: CASA O VILLA, SEGÚN GRUPOS ETARIOS" previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing, para lo cual adjuntamos la documentación respectiva.

Por la favorable acogida que brinde a la presente, anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente:


Pedro José Ramos Espinoza


Valentina Vargas Romero

Estudiante/s de la Carrera de Marketing





Cuenca, 06 de junio de 2018

Ingeniero,
Oswaldo Merchán Manzano
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL AZUAY

De mi consideración,

Yo, Marco Antonio Ríos Ponce informo que he revisado el protocolo de trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing, denominado "Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios", realizado por los estudiantes Pedro José Ramos Espinoza , con código estudiantil 74731 y Valentina Vargas Romero, con código estudiantil 72013, protocolo que a mi criterio, cumple con los lineamientos y requerimientos establecidos por la carrera.

Por lo expuesto, me permito sugerir que sea considerado para la revisión y sustentación del mismo,

Sin otro particular, suscribo.

Atentamente

Ing. Marco Antonio Ríos Ponce

1.1. Nombre del Estudiante: Pedro José Ramos Espinoza / 74731 y Valentina Vargas Romero / 72013

1.1.1. Código: 74731 / 72013

1.2. Director sugerido: Ing. Marco Antonio Ríos Ponce

1.3. Docente metodólogo: Eco. Manuel Freire Cruz

1.4. Título propuesto: "Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios"

	DIRECTOR		METODÓLOGO	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/		/	
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/		/	
3. ¿Es conciso?	/		/	
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/		/	
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/		/	
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/		/	
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/		/	
Problemática				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/		/	
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/		/	
Pregunta de investigación				
10. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/		/	
11. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/		/	
Hipótesis (opcional)				
12. ¿Se expresa de forma clara?			/	
13. ¿Es factible de verificación?			/	
Objetivo general				
14. ¿Concuerda con el problema formulado?	/		/	
15. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/		/	
Objetivos específicos				
16. ¿Permiten cumplir con el objetivo general?	/		/	
17. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/		/	
Metodología				
18. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/		/	
19. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/		/	
20. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/		/	
21. ¿Las técnicas planteadas están de acuerdo con el tipo de investigación?	/		/	
Resultados esperados				
22. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/		/	
23. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	/		/	



	DIRECTOR		METODÓLOGO	
	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple
24. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓		✓	
25. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓		✓	
Supuestos y riesgos				
26. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes, en caso de existir?	✓		✓	
27. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	✓		✓	
Presupuesto				
28. ¿El presupuesto es razonable?	✓		✓	
29. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	✓		✓	
Cronograma				
30. ¿Los plazos para las actividades están de acuerdo con el reglamento?	✓		✓	
Citas y Referencias del documento				
31. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	✓		✓	
Expresión escrita				
32. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	✓		✓	
33. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓		✓	

OBSERVACIONES METODOLOGO:

OBSERVACIONES DIRECTOR:


METODÓLOGO


DIRECTOR



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

DOCTORA MARIA ELENA RAMIREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, el señor Pedro José Ramos Espinoza, registrado con código 74731, alumno de la carrera de
Ingeniería en Marketing, tiene aprobado el 82.22% de créditos de su malla curricular.

Cuenca, 4 de Junio de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
**SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION**



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

No. Derecho 0136675

rgp.-

0852532



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

DOCTORA MARIA ELENA RAMIREZ AGUILAR, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita **Valentina Vargas Romero**, registrada con código 72013, alumna de la carrera de
Ingeniería en Marketing, tiene aprobado el 83.11% de créditos de su malla curricular.

Cuenca, 4 de Junio de 2018

Dra. María Elena Ramírez Aguilar
**SECRETARIA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION**



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

No. Derecho 071936

rgp.-

0852531



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY



Escuela

Marketing

Protocolo de Trabajo de Titulación

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Marketing

Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o
villa, según grupos etarios en la ciudad de Cuenca

Nombre de Estudiante(s):

Ramos Espinoza Pedro José

Vargas Romero Valentina

Director(a) sugerido(a):

Ingeniero. Rios Ponce Marco Antonio

Cuenca - Ecuador

2018





UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

1. Datos Generales

1.1. Nombre del Estudiante

Ramos Espinoza Pedro José

Vargas Romero Valentina

1.1.1. Código

Ua074731-Pedro Ramos

Ua072013-Valentina Vargas

1.1.2. Contacto

Ramos Pedro

Teléfono: 2853618

Celular: 0984146811

Correo Electrónico: pedro951984@hotmail.com

Vargas Valentina

Celular: 0986955154

Correo Electrónico: valevargas_13@hotmail.com

1.2. Director Sugerido: Ríos Ponce, Marco Antonio, Ingeniero.

1.2.1. Contacto:

Celular: 0983348224

Correo Electrónico: mrios@uazuay.edu.ec

1.3. Asesor Metodológico: Freire Cruz, Manuel R, Economista.

1.4. Tribunal designado:

1.5. Aprobación:

1.6. Línea de Investigación de la Carrera:

5311 Organización y dirección de empresas

1.6.1. Código UNESCO: 5311.05 Marketing

1.6.2. Tipo de trabajo:

a) Proyecto de investigación

b) Investigación formativa

1.7. Área de Estudio:

Investigación de mercado, Gerencia de ventas, Modelos de marketing, Segmentación

de mercados, Psicología del consumidor, Marketing relacional

1.8. Título Propuesto:

Factores que valoran los compradores de vivienda: casa o villa, según grupos etarios

en la ciudad de Cuenca





2.5. Estado del Arte y marco teórico

La construcción y las actividades inmobiliarias se han convertido en uno de los sectores productivos con mayor influencia dentro de la economía. El sector ha obtenido una alta participación en el PIB, con una tendencia continua de crecimiento, inclusive a nivel de América Latina. (Leon, 2015)

En Ecuador existen un poco más de 14.000 empresas dedicadas a la construcción o actividades afines para cubrir la alta demanda del mercado inmobiliario, tanto al estrato socioeconómico alto (A) como al bajo (D), atendiendo al alto déficit habitacional cuantitativo, a través de la colocación de créditos hipotecarios con tasas accesibles por parte de las entidades financieras. A lo largo de los últimos años los créditos de vivienda en el país han sufrido una constante inestabilidad debido a los cambios de tendencia política, económica y social." (Leon, 2015)

La vivienda en el Ecuador es un derecho que poseemos las personas, y esto podemos ver reflejado en la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 30 donde expresa que "las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica."

En Ecuador con el paso de los años ha existido varias leyes e impuestos que han influido en el sector inmobiliario y el de la construcción, la "Ley de Plusvalía" ha sido una de las que ha dado mucho de qué hablar ya que según datos del Banco Central esta ley habría hecho decrecer el sector de la construcción.

Sin embargo la "Ley de Plusvalía" fue derogada en el Ecuador el 4 de febrero de 2018, mediante la votación de la ciudadanía en el referéndum de febrero 2018.

En la actualidad hay otras normativas vigentes en el sector de la construcción, más específicamente en el control de especulación de suelo, como son el recargo anual, pago al Estado, derechos de adquisición.

La investigación de mercados nos ayudará a recopilar la información necesaria para poder determinar tanto el comportamiento del consumidor como el del mercado y esto nos facilitará y ayudará para poder hacer una correcta toma de decisiones y hacer un muy buen plan comercial enfocado en dichos factores que los clientes de vivienda valoran.



2.10. Alcances y resultados esperados

Conocer la importancia del sector de la construcción en el país, la provincia y especialmente en la ciudad de Cuenca; y así poder identificar los factores más relevantes, los que más valoran e influyen en la decisión de compra de viviendas según grupos etarios y poderlos categorizar de acuerdo al perfil de los compradores.

Como producto de la investigación se tendrá:

- Informe de la investigación cualitativa
- Informe de la investigación cuantitativa
- Informe final

2.11. Supuestos y riesgos

Como principales riesgos tenemos que no se nos brinde la información con facilidad, que se incumplan las citas para las entrevistas y que la información que se obtenga no sea verídica.

2.12. Presupuestos

Rubro	Costo (USD)	Justificación
Papelería	50\$	Todo lo que usaremos en el tema de impresiones, encuestas y material relacionado
Transporte	75\$	Estimado que usaremos para la movilización para el levantamiento de datos para la investigación.
Impresión tesis	175\$	Todo lo que engloba la impresión de tesis incluido su empastado y el CD
TOTAL	300\$	

2.13. Financiamiento

Propio



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

Identificar los factores que influyen por grupos etarios, en las decisiones de compra de una vivienda	Investigación cualitativa, mediante entrevistas a expertos, compradores y realización de grupos focales	Reconocer los factores que influyen la decisión de compra de una vivienda	6 semanas
Cuantificar la importancia de los factores y relacionar con los grupos etarios y condiciones socio-demográficos básicos	Investigación cuantitativa, mediante un método no probabilístico por cuotas de edad y sexo	Cuantificar la importancia de los factores y relacionarlos con los grupos etarios y sus condiciones socio-demográficas básicas	6 semanas
Categorizar el perfil de los compradores según las variables más importantes	Estudio estadístico correlacional	Categorización de perfiles	4 semanas
TOTAL			20

2.16. Referencias

Estilo utilizado: APA Edición: Sexta

3. Referencias

Aranda Vargas, G. &. (2003). Análisis Económico, XVIII. En G. &. randa Vargas, *Análisis Económico, XVIII*.

Jaramillo, J. (05 de 04 de 2018). *Ecuador Inmediato* . Obtenido de Ecuador Inmediato : http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_usar_view&id=2818835130

Javeriana. U. (s.f.). *Pontificia Universidad Javeriana* . Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana : <http://www.javeriana.edu.co/educon/biog/la-gerencia-de-ventas-en-el-mundo-de-hoy>

Leon, P. J. (2015). *universidad del azuay* . Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4530>

Muñoz-Fernández, G. &-R.-G. (2016). Papeles de Población. En G. &-R.-G. Muñoz-Fernández. *Papeles de Población*.

