

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE GRÁFICOS.....	VI
INDICE DE IMAGENES	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	1
ANTECEDENTES	1
MACROECONOMICO.....	1
MERCADO.....	2
PROYECTO ARQUITECTONICO	2
COSTOS.....	3
VENTAS.....	3
ANALISIS FINANCIERO	4
ASPECTOS LEGALES.....	4
GERENCIA DEL PROYECTO.....	5
1. ESTUDIO MACROECONOMICO.....	6
1.1. ANTECEDENTES	6
1.2. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB).....	9
1.3. INFLACION	13
1.4. RIESGO PAIS	16
1.5. REMESAS DE INMIGRANTES	18
1.6. TASA DE INTERES.....	21
1.7. SITUACION SOCIO - ECONOMICA.....	28
1.8. DESEMPLEO	31
1.8. CONCLUSIONES.....	34
2. ESTUDIO DE MERCADO	35
2.1. INTRODUCCION.....	35
2.2 DEMANDA DEL PROYECTO.....	36

2.3. PERFIL DEL CLIENTE	45
2.4. COMPETENCIA	49
2.5 VALORACION DE LA COMPETENCIA.....	66
2.4.1. FORTALEZAS DE LOS COMPETIDORES	73
2.4.2 DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA	73
2.6. ANALISIS FODA	73
2.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	75
3. COMPONENTE TECNICO	77
3.1. UBICACION	77
3.1.1. CARACTERISTICAS DEL TERRENO	77
3.1.2. INFORME DE REGULACION MUNICIPAL	79
3.1.3. ACCESOS	80
3. 1.4. ANTECEDENTES DEL ENTORNO.....	84
3.1.5. USO DEL SUELO	85
3.1.6. ZONA COMERCIAL.....	87
3.1.7. ZONA HOTELERA.....	88
3.1.8. ZONA RECREACIONAL	89
3.2. DISEÑO ARQUITECTONICO.....	90
3.2.1. DESCRIPCION DEL PROYECTO.....	90
3.2.3. COMPONENTE ARQUITECTONICO	95
3.3. COMPONENTE DE INGENIERIA.....	106
3.3.1. ESTRUCTURA.....	106
3.3.2. INSTALACIONES HIDROSANITARIAS	106
3.3.3. INSTALACIONES ELECTRICAS Y ELECTRONICAS.....	106
3.3.4. RECUBRIMIENTO EXTERIOR	106
3.3.5. ACABADOS INTERIORES	107
3.3.6. GENERALES	107

3.4. COSTOS DEL PROYECTO.....	108
3.3.1. COSTOS DIRECTOS.....	109
3.3.2. COSTOS INDIRECTOS.....	111
3.4. ANALISIS DE COSTOS UNITARIOS	112
3.4.1. COSTO DEL TERRENO.....	112
3.4.2. METODO RESIDUAL.....	113
3.4.3. COSTO UNITARIO REAL	113
3.5. CRONOGRAMAS.....	115
3.5.1. CRONOGRAMA GENERAL DEL PROYECTO	115
3.5.2. CRONOGRAMA VALORADO DE CONSTRUCCION	116
3.6. CONCLUSIONES.....	117
4. ESTRATEGIA COMERCIAL.....	119
4.1. INTRODUCCION.....	119
4.2. MECANISMOS DE PROMOCION.....	119
4.2.1. SALA DE VENTAS.....	120
4.2.2 MATERIAL GRÁFICO	121
4.2.3. BROCHURES	124
4.2.3. VALLA PUBLICITARIA.....	125
4.2.4. PERIODICO.....	126
4.3. ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	126
4.3.1. PRECIO COMERCIAL	127
4.3.2. CRONOGRAMA DE VENTAS.....	129
4.3.3. FINANCIAMIENTO AL CLIENTE	130
4.3.4. INDICE DE VARIACION DE PRECIO	130
4.3.5. TABLA DE PRECIOS.....	131
4.4. CONCLUSIONES.....	135
5. ANALISIS FINANCIERO.....	137

5.1.	INTRODUCCIÓN	137
5.2.	FLUJO DE CAJA	138
5.2.1.	ANALISIS DE EGRESOS	139
5.2.2.	INGRESO, EGRESOS Y SALDOS	140
5.3.	VALOR ACTUAL NETO.....	141
5.3.1.	TASA DE DESCUENTO	142
5.3.2.	METODO CAPM.....	142
5.3.3.	METODO WACC	143
5.4.	CRITERIOR DE ACEPTACIÓN DE UNA INVERSION	144
5.5.	ANALISIS FINANCIERO APALANCADO.....	145
5.6.	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	149
5.6.1.	SENSIBILIDAD AL AUMENTO DE COSTOS DE CONSTRUCCION.....	149
5.6.2.	SENSIBILIDAD A LA DISMINUCION DE PRECIOS	150
5.6.3.	SENSIBILIDAD AL TIEMPO DE VENTAS	152
5.6.4.	SENSIBILIDAD A DOS VARIABLES	153
5.7.	CONCLUSIONES	154
6.	ASPECTOS LEGALES	155
6.1.	INTRODUCCION	155
6.2.	ASPECTOS LEGALES RELACIONADOS AL PROYECTO	155
6.2.1.	FASE DE PLANIFICACION	155
6.2.2.	FASE DE CONSTRUCCIÓN	156
6.2.3.	FASE DE PROMOCION Y VENTAS.....	157
6.2.4.	FASE DE ENTREGA	157
6.3.	CONCLUSIONES	158
7.	GERENCIA DEL PROYECTO	159
7.1.	INTRODUCCION	159
7.2.	RESUMEN EJECUTIVO	159

7.3.	ALCANCE.....	159
7.3.1.	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	160
7.3.2.	INTERESADOS CLAVE DEL PROYECTO.....	160
7.3.3.	CLIENTES DEL PROYECTO.....	160
7.3.4.	NECESIDADES DEL CLIENTE.....	161
7.3.5.	ENTREGABLES FINALES.....	161
7.3.6.	CRITERIOS DE ACEPTACION DE LOS ENTREGABLES.....	161
7.3.7.	ENTREGABLES ORGANIZACIONALES.....	162
7.3.8.	CRITERIOS DE ACEPTACION DE LA ORGANIZACIÓN.....	162
7.3.9.	METAS ORGANIZACIONALES.....	162
7.3.10.	ASUNCIONES.....	162
7.3.11.	LIMITACIONES.....	163
7.4.	ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT).....	163
7.5.	PLAN DE GESTION DEL TIEMPO.....	164
7.6.	PLAN DE GESTION DE COSTOS.....	165
7.7.	PLAN DE GESTION DE RECURSOS HUMANOS.....	166
7.8.	PLAN DE GESTION DE CALIDAD.....	166
7.9.	PLAN DE GESTION DE RIESGO.....	167
7.10.	PLAN DE GESTION DE ADQUISICIONES.....	167
7.11.	CONCLUSIONES.....	167
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	168
8.1.	CONCLUSIONES.....	168
8.2.	RECOMENDACIONES.....	170
	BIBLIOGRAFIA.....	171
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	171
	REFERENCIAS ELECTRONICAS.....	171
	OTRAS FUENTES.....	173

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PIB Enero 2005 a Enero 2009	9
Gráfico 2: PIB Enero 1996 a Enero 2000	10
Gráfico 3: PIB Por Sectores desde 2005 al III Periodo 2009	12
Gráfico 4: Inflación Acumulado 2001 y 2010	13
Gráfico 5: Variación de la Inflación de Marzo 2008 a Febrero 2010	14
Gráfico 6: Inflación Anual en América Latina y Estados Unidos, a Mayo 2010	15
Gráfico 7: Índice de Riesgo País Febrero a Marzo	17
Gráfico 8: Procedencia de las Remesas al Ecuador	19
Gráfico 9: Remesas desde 2005 a 2009	20
Gráfico 10: Variación de la Tasa Activa del 2008 a 2010	22
Gráfico 11: Créditos dados por Sectores.....	28
Gráfico 12: Variación del Desempleo por Ciudades	32
Gráfico 13: Variación del Desempleo 2008- 2010	33
Gráfico 14: Condición Actual de la Vivienda.....	36
Gráfico 15: Preferencia de Vivienda.....	37
Gráfico 16: Estado de Preferencia de Vivienda Nueva.....	38
Gráfico 17: Ventas Mensuales Promedio del 2004 a 2007	39
Gráfico 18: Zonas de Preferencias para la Ubicación de Vivienda Nueva	41
Gráfico 19: Preferencia por tamaño de inmueble	42
Gráfico 20: Preferencia de Precios por Venta	43
Gráfico 21: Proyectos por Tipo de Producto que Ofrece	44
Gráfico 22: Características Importantes de la Vivienda nueva para el NSE A	46
Gráfico 23: Características de las Aéreas Comunales	47
Gráfico 24: Índice de Crecimiento del Sector de la Construcción	49
Gráfico 25: Precio Promedio de la Competencia.....	54
Gráfico 26: Precio Promedio	55
Gráfico 27: Áreas en Planta Baja	94
Gráfico 28: Áreas Totales	94
Gráfico 29: Distribución de Costos del Proyecto	108
Gráfico 30: Costos Directos	110
Gráfico 31: Costos Indirectos.....	112

Gráfico 32: Inversión Mensual / Inversión Acumulada.....	117
Gráfico 33: Precio/ Calidad	129
Gráfico 34: Flujo por Ingreso de Ventas.....	134
Gráfico 35: Porcentaje costos/ ventas.....	138
Gráfico 36: Resumen de Flujos Egresos parciales y Acumulados.....	140
Gráfico 37: Resumen de Cash Flow Puro	141
Gráfico 38: Resumen del Flujo de Caja Apalancado	148
Gráfico 39: Sensibilidad por aumento de costos de construcción.....	150
Gráfico 40: Sensibilidad del VAN por Disminución en el Precio de Venta	151
Gráfico 41: Sensibilidad al Van al Tiempo de Ventas.....	152
Gráfico 42: EDT	164
Gráfico 43: Organigrama Funcional	166

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1: Ubicación Geográfica de la Competencia.....	59
Imagen 2: Ubicación del Proyecto.....	77
Imagen 3: Ubicación del Edificio Austria	78
Imagen 4: Vista Av. Republica del Salvador.....	82
Imagen 5: Vista Av. 6 de Diciembre	82
Imagen 7: Vista Calle Irlanda	83
Imagen 6: Vista Calle Austria	83
Imagen 8: Implantación - Planta Baja.....	97
Imagen 9: Planta General Nivel 2 y 3.....	98
Imagen 10: Planta General Piso 4 al 9.....	99
Imagen 11: Departamento Tipo 1.....	100
Imagen 12: Departamento Tipo 2.....	101
Imagen 13: Departamento Tipo 3.....	102
Imagen 14: Departamento Tipo 4.....	103
Imagen 15: Fachada Frontal 1	104
Imagen 16: Fachada Frontal 2	105
Imagen 17: Sala de Ventas.....	121
Imagen 18: Renders usados para publicidad	122
Imagen 19: Imágenes de las plantas de los departamentos por tipo	123
Imagen 20: Lado 1 del Tríptico.....	124
Imagen 21: Lado 2 del Tríptico.....	125
Imagen 22: Valla Publicitaria.....	126

INDICE PLANOS

Plano 1: Accesos al Edificio	80
Plano 2: Líneas de Transporte Público	81
Plano 3: Zona Republica del Salvador	85
Plano 4: Uso Principal del Suelo	86
Plano 5: Centro Comerciales	88
Plano 6: Hoteles.....	89
Plano 7: Áreas Verdes y Recreativas.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tasas de Interés para Julio 2010	23
Tabla 2: Variación del Índice de Desempleo por Trimestres/ Nivel Nacional	31
Tabla 3: Evolución de la Oferta y Demanda 2007- 2008	40
Tabla 4: Descripción del Perfil de Posible Cliente	45
Tabla 5: Preferencia del NSE en el Tamaño del Inmueble	46
Tabla 6: Características de los espacios de la Vivienda para el NSE A	48
Tabla 7: Recopilación de Datos de la Competencia	50
Tabla 8: Mix de Productos que Ofrece la Competencia comparada con el requerimiento del perfil del Cliente Meta	52
Tabla 9: Departamentos Disponible para la Venta	53
Tabla 10: Fecha de entrega de los Inmuebles.....	55
Tabla 11: Tabla de Acabados	56
Tabla 12: Áreas Comunales y Servicios.....	57
Tabla 13: Velocidad de Ventas	58
Tabla 14: Promotores.....	58
Tabla 15: Valoración Edificio Grand Victoria	66
Tabla 16: Valoración del Edificio Livorno.....	67
Tabla 17: Valoración del Edificio Samoa	68
Tabla 18: Valoración del Edificio Plaza Arts	69
Tabla 19: Valoración Edificio Kandinsky.....	70
Tabla 20: Valoración Edificio Nordland	71
Tabla 21: Valoración Edificio Austria.....	72
Tabla 22: IRM	79
Tabla 23: ZONIFICACIÓN A 23 (A 610-50).....	79
Tabla 24: Cuadro de Áreas por Nivel	92
Tabla 25: Resumen de Áreas.....	92
Tabla 26: Áreas Construidas.....	93
Tabla 27: Áreas Útiles o Vendibles	93
Tabla 28: Uso, Ubicación y m2	96
Tabla 29: Resumen de Costos.....	108
Tabla 30: Costos Directos	109
Tabla 31: Costos Indirectos.....	111
Tabla 32: Costo del Terreno/ m2 Útiles	112

Tabla 33: Método Residual	113
Tabla 34: Costo total/ m2 Útil	113
Tabla 35: Costo Total/ m2 Construido	114
Tabla 36: Cronograma General del Proyecto	115
Tabla 37: Cronograma Valorado de la Construcción	116
Tabla 38: Precio Promedio del Mercado	127
Tabla 39: Precio Base.....	128
Tabla 40: Análisis de Precio/ Calidad.....	128
Tabla 41: Precio m2 por Etapa.....	131
Tabla 42: Tabla de Precios para la Venta	132
Tabla 43: Flujo de Ventas	133
Tabla 44: Tabla de Resultados	137
Tabla 45: Porcentaje de costos/ precio de venta.....	138
Tabla 46: Resumen de Egresos del Proyecto	139
Tabla 47: Tasa de Descuento método CAPM	143
Tabla 48: Resumen de Indicadores Financieros	144
Tabla 49: Financiamiento del Proyecto	145
Tabla 50: Análisis del Crédito.....	146
Tabla 51: Índices Financieros del Proyecto Apalancado	146
Tabla 52: Tabla de comparación de Resultados	148
Tabla 53: Sensibilidad a Costos de Construcción	149
Tabla 54: Sensibilidad a la Variación de Precio de Venta	151
Tabla 55: Sensibilidad al Tiempo de Ventas	152
Tabla 56: Sensibilidad a dos Variables Costos y Precios	153
Tabla 57: Hitos del Cronograma	165
Tabla 58: Cronograma General del Proyecto	165

INDICE ANEXOS

Anexo 1: Presupuesto de Obra

Anexo 2: Costos Indirectos

Anexo 3: Flujo de Costos Directos e Indirectos

Anexo 4: Detalle de Costo del Proyecto

Anexo 5: Cálculo de Precio de Venta

Anexo 6: Cálculo de Precio de Venta tomando en cuenta la Inflación

Anexo 7: Plan de Ventas

Anexo 8: Punto de Equilibrio

Anexo 9: Flujo de Caja sin Financiamiento

Anexo 10: Flujo de Caja con Financiamiento

Anexo 11: Tabla de Financiamiento y Amortización

Anexo 12: Sensibilidad por Aumento de Costos

Anexo 13: Sensibilidad por Disminución en el Precio de Ventas

Anexo 14: Sensibilidad por Variación de Tiempo de Ventas

Anexo 15: Plan de Ventas para Sensibilidad

RESUMEN EJECUTIVO

ANTECEDENTES

La empresa ARCONTEC ha dedicado algunos años al negocio de la construcción en especial de vivienda, pero es la primera vez que ejecuta un proyecto de vivienda en altura y dirigido a otro tipo de usuarios al que estaban acostumbrados. Ya que su especialidad ha sido la vivienda unifamiliar, en conjuntos habitacionales ubicada en los valles de preferencia. Por lo tanto esto representa un reto para la organización de la empresa, que ha tenido que reformar su organización.

MACROECONOMICO

El Ecuador ha tenido un importante crecimiento sostenido después de los años 90 y el cambio del sucre al dólar, ha brindado estabilidad y fortalecimiento a la economía ecuatoriana.

Los ingresos del estado incrementaron en los últimos años debido al alto precio del petróleo, las remesas de los millones de migrantes y la asignación de grandes sumas de dinero a la empresa pública. Tras la debacle de 1999, y hasta lograr la estabilidad con una nueva moneda circulante, los primeros años del 2000 fueron de estabilización especialmente del sistema financiero, actualmente podemos hablar de un sistema financiero consolidado, aumentando el crédito para la vivienda tanto para consumidores como para promotores a tasas nunca antes vistas, impulsando la industria de la construcción que requiere de crédito para poder financiarse.

La inflación se ha mantenido a la baja, haciendo que los precios de los insumos no tengan cambios radicales, e incluso precios estables desde hace tres años. Si bien no nos hemos quedado fuera de las crisis financieras mundiales, están no nos han afectado tan duro como en otros países, o como en años pasados.

Las políticas gubernamentales están dirigidas a impulsar la industria nacional, y eso será de gran ayuda para la industria inmobiliaria, menos productos importados, menores costos y mayores fuentes de trabajo.

El panorama macroeconómico del país es optimista y alienta a los promotores a incursionar en esta industria, solo hay que tener en cuenta que las pocas barreras de entrada hacen que haya mucha competencia y por ende mucho stock y poca demanda.

MERCADO

El edificio Austria se encuentra en un lugar privilegiado de la ciudad, cerca de la mejor zona comercial, financiera y recreativa, con la más alta plusvalía y rodeada de proyectos exclusivos y de gran envergadura, dirigidos para la clase alta.

En la zona existen alrededor de 11 proyectos que ofrecen los mismos productos que mi proyecto, unos están en construcción, otros terminados y algunos en etapa de planificación, por lo que hemos considerado como competencia directa los que están en construcción.

El cliente meta de mi proyecto es para familias de Nivel Socio Económico Alta con ingresos familiares mayor a 2700 Usd., para familias modernas, actuales y con un número no mayor a 4 integrantes, que buscan una vivienda cerca de todos los servicios.

Si bien no ofrecemos un producto sustitutivo, si ofrecemos productos diferenciados, donde la calidad es la premisa, y por ende justifica el precio.

PROYECTO ARQUITECTONICO

La zona donde está implantado el edificio es un verdadero mosaico de diseños de edificios en altura, por lo tanto debemos estar a la altura de los otros proyectos, sin olvidar que los aspectos estéticos vayan de la mano con la funcionalidad y la buena relación entre los espacios.

El área del terreno es de 607 m², donde implanto un edificio con tres subsuelos para parqueaderos, bodegas y servicios; planta baja o de ingreso donde se ubicaron dos locales comerciales y hacia la parte posterior un área recreativa comunal. En los siguientes pisos del 2 al 4 se ubicaron 4 unidades de viviendas por piso, y del piso 5 al 10 tres unidades de menor área por piso. En la terraza esta el área comunal, con un gimnasio, área húmeda y BBQ. El edificio cuenta con un ascensor, escaleras contraincendios, sistema de iluminación por sensores, sistema contraincendios, sistema de seguridad en puertas.

Hacia el interior de los departamentos se trato de condensar todos los espacios de una gran vivienda, optimizando espacios, todos los departamentos tienen luz y ventilación natural. Con acabados de lujo y posibilidades de cambio para los compradores.

El lenguaje arquitectónico es contemporáneo, con geometrías de formas puras, transparencias mezcladas con materiales duros. Una arquitectura franca que expresa sus formas y materiales en el interior y exterior.

COSTOS

El costo del proyecto incluye directos e indirectos es de 2.641.847 Usd., el costo del terreno es el 17,2%; de la construcción es del 66,6% y los indirectos es del 16,2%. Todos los presupuestos están hechos por la empresa bajo responsabilidad del equipo técnico.

VENTAS

Debido a la experiencia de la empresa en ventas inmobiliarias y por estrategia financiera se destinaron 3 meses para preventas antes de iniciar con la construcción. La asignación del precio está en función a la calidad del proyecto, el precio promedio del mercado y la competencia, como es un edificio hay un factor de aumento de precio por la ubicación del departamento en el edificio, y el nivel donde este.

El precio promedio de venta es de 1237. Usd., este costo incluye un parqueadero y una bodega. El precio máximo de venta es de 1431 Usd. y en preventas se arranca con un precio de 1158 Usd. También hay 10 unidades de parqueaderos y bodegas a la venta al igual que los 2 locales comerciales.

El total de ingresos por ventas es de 3.755.876 Usd, una utilidad antes de impuestos de 1.114.029, y un margen de utilidad del 29,66%.

ANALISIS FINANCIERO

Los índices financieros del VAN y TIR son mayores de 0 por lo tanto el proyecto es viable, pero financieramente para poder cubrir los costos del proyecto se requiere de una política de financiamiento donde se determine que parte se cubre con capital propio y que con financiamiento. Por lo tanto el 25% lo cubro con financiamiento, el 35% aportes de los socios y 40% con ventas y preventas, arrojándonos VAN positivo es decir un proyecto viable.

Los análisis de sensibilidad a tres variables como aumento de costo de construcción, disminución del precio de ventas y tiempo de alargue de ventas. Todos llegan a un límite antes de volverse un proyecto no viable. Resumiendo el proyecto es muy sensible a la disminución del precio de ventas. También se plantearon escenarios con dos variables muy sensibles costos de construcción y precio de ventas.

ASPECTOS LEGALES

La empresa desde su constitución y los productos que ellos entregan cumplen estrictamente normas legales, tal como lo disponen las leyes del Ecuador, no solo en lo que concierne con en ventas, sino en aspectos laborales, contratos con proveedores, sanciones y garantías. Todo amparado en las leyes rigentes.

La estructura organizacional de ARCONTEC, contempla un departamento jurídico, el mismo que se encargará de llevar correctamente todos los aspectos legales.

GERENCIA DEL PROYECTO

Gerenciar significa coordinar los recursos internos, representar a la empresa frente terceros y controlar las metas y objetivos. (<http://definicion.de>. 2010). En este capítulo detallo como ARCONTEC planifica sus recursos para poder cumplir objetivos no solo para el proyecto Edificio Austria, sino para toda la empresa.

Nos manejamos a través de planes estratégicos, donde pretendemos asignar recursos con responsabilidades y objetivos que cada plan tiene que cumplir, hitos y riesgos del proyecto, todo dentro de un tiempo limite, el mismo que no se puede prorrogar, por lo tanto es deber de la gerencia velar para que se optimices los recursos y se cumplan satisfactoriamente con los entregables.

1. ESTUDIO MACROECONOMICO

1.1. ANTECEDENTES

La Economía y el Ecosistema

El concepto de sistema nos dice: *“que es un conjunto de elementos interactúantes e interdependientes que forman un todo unificado, y se entiende por sistemas abiertos aquellos que interactúan con su entorno, y un subsistema que no es otra cosa que un sistema que hace parte de otro que es más grande”*¹. Por lo tanto el sector de la construcción depende de un firme desenvolvimiento de las actividades socio – económico de su entorno no solo inmediato sino mundial.

En este orden de ideas, a la economía se la debe entender como un subsistema abierto del ecosistema o sea que está en constante interacción con el medio ambiente, ya que del ecosistema recibe un flujo continuo de recursos y de materia y le devuelve bienes y servicios.

La industria de la construcción se ve directamente afectada por cualquier cambio en la economía ecuatoriana y mundial. Por lo tanto, es necesario hacer un análisis del comportamiento del sector de la construcción a través del tiempo, ya que se has suscitados varios hechos históricos que han marcado cambios en el desarrollo de esta industria, y con esto poder pronosticar cuál es el presente inmediato y el futuro del la mismas.

Por ello es importante hacer un análisis macroeconómico del Ecuador. Después del impacto inicial en la economía en los años 1999 y 2000, debido al congelamiento de depósito y posterior dolarización, el sector de la construcción poco a poco fue recuperando su dinamismo, al punto de haber tenido, los últimos tres años, una intensa actividad sobre todo en lo que tiene que ver con la construcción inmobiliaria privada en los sectores urbanos.

En la década de los 70 se caracterizó por el apogeo del petróleo, *“Los sectores fundamentales o estratégicos de la economía eran el petróleo, comunicaciones y electricidad, entre otros, y ya no estaban en manos de grupos particulares sino del Estado. La población de Ecuador, según el censo de 1974, era de 6 500 845 habitantes. La expansión del consumo entre las clases medias cambió notablemente los ritmos y la vida cotidiana de las ciudades y los sectores rurales”*². La construcción de infraestructura para estas nuevas industrias tuvo un gran resurgimiento, pero los altos ingresos que obtuvo el país se gastaron rápidamente debido en parte, a la revaluación del tipo de cambio que alentó el gasto en importaciones y, en gran medida, a la política expansionista del gasto del sector público.

Durante los 80 *“el crecimiento económico del país en el período fue limitado por la escasez de divisas generada por la cantidad de recursos externos que se tuvieron que dedicar al pago de la deuda externa, por el deterioro del sector exportador, y por la poca disponibilidad de nuevos créditos. El sucre sufrió continuas devaluaciones y hubo prohibiciones en las importaciones; ambas medidas limitaron la salida de divisas, pero también afectaron negativamente la actividad económica”*³, lo mismo ocurría con todos los países de la región, el PIB regional y el consumo interno disminuyó; el coeficiente de inversión en la región cayó de manera constante, alcanzando sus mínimos niveles en 1987, Se trataba del inicio de la crisis económica de los ochenta, la recuperación fue lenta hasta los inicios de los noventa.

Durante la década de los años 90 el Ecuador sufrió una serie de eventos que afectaron su estabilidad. En 1998 el fenómeno de El Niño afectó la producción agrícola en varios países de la región. Entre 1998 y 1999 los precios del petróleo bajaron y se vivía una crisis financiera internacional. En 1999 y 2000 el sistema financiero nacional fue afectado por el cierre de más de la mitad de los principales bancos del país. Como resultado, en 1999 el ingreso por habitante cayó, y sólo, a partir del 2000 empieza una leve recuperación que tiende a estancarse en el 2003. En definitiva el país atravesaba una de las peores crisis económicas vividas en los todos los tiempos, con los indicadores macroeconómicos por los suelos, un descontento general en la población, desconfianza en el sistema financiero, recesión en el aparato productivo y aislamiento internacional. (Eduardo Cerdas, Federico Jiménez y Miriam Valverde)

En enero del 2000 se dolariza oficialmente la moneda cuando un dólar equivalía a 25.000 sucres, las medidas tomadas durante la crisis produjo resultados, aunque lentos, en la

reactivación del crecimiento económico a partir de 2001, lo mismo se sintió en el sector, este fenómeno se vio apoyado sobre todo por el aumento real de la capacidad adquisitiva de las personas, que se dio posterior a la dolarización ya que se tuvo un entorno económico mas estable, con baja inflación, reducción de las tasas de interés, factores que propiciaron una mayor disposición de los agentes económicos a la inversión de la construcción. El sector de la construcción se favoreció del auge consumista que ha caracterizado a los agentes económicos en los últimos años, producto de su preferencia por la liquidez antes que el ahorro en bancos.

La recuperación económica que se dio posterior a la dolarización obedece principalmente a las remesas de emigrantes, al alza del precio del petróleo y al impacto inmediato de la construcción del OCP, pero no se da una verdadera dinamización de las exportaciones.

Hasta el gobierno pasado los problemas de adaptación a la dolarización han afectado el comportamiento de los créditos ya que se han mantenido las restricciones de créditos y perduran hasta la actualidad, de tal forma que el crédito disponible es escaso. Sus tasas de interés son demasiado altas, y la mayor parte del crédito disponible va hacia el comercio o el consumo.

A finales del año 2007 se comienza a percibir los comienzos de una crisis financiera mundial, desembocando en el 2008 con una agresiva recesión mundial llevando a la quiebra a grandes empresas que se hacían ver indestructibles.

En el Ecuador también se sintió el efecto de la crisis mundial, percibiendo disminuciones de remesas considerables, estancamiento de inversión extranjera, aumentando de desempleo y subempleo que de cierta manera han afectado el sector inmobiliario.

Ventajosamente, todos estos factores se están estabilizando y el gobierno mediante planes de reactivación de los sectores productivos, implementación de créditos hipotecarios e incentivando a los bancos para que mantengan condiciones crediticias normales está haciendo su parte.

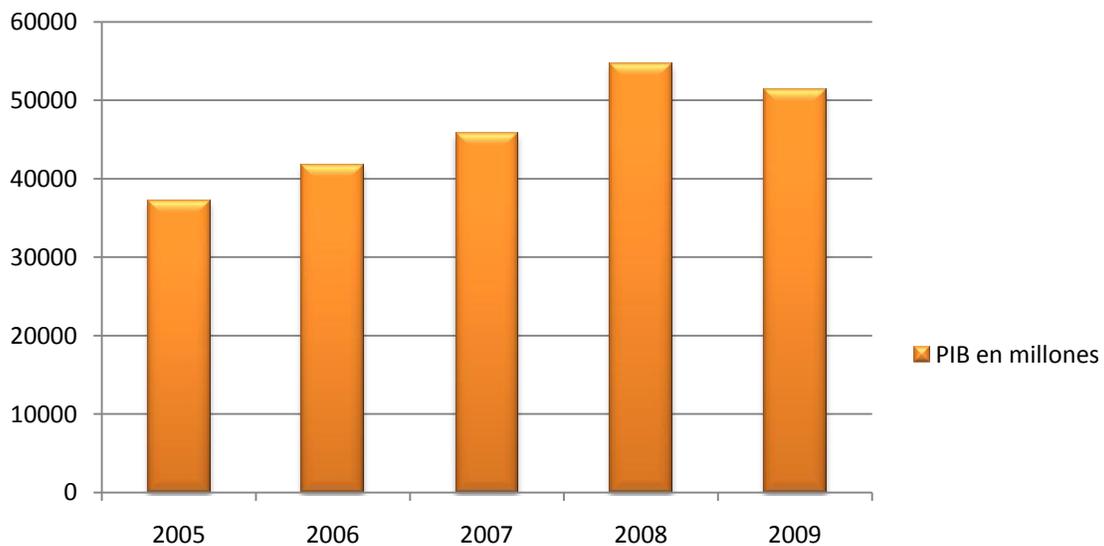
Cabe recalcar que varios indicadores que evalúan el comportamiento de la economía del país se muestra optimista:

El producto interno bruto ha aumentado del 2008 al 2009 en un 3.15%. A pesar de que este incremento no es como el de años anteriores, este indicador augura un ambiente de estabilidad del país.

1.2. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

El valor del producto interno bruto nacional (PIB) ha registrado un continuo crecimiento en los últimos años, lo cual demuestra de cierta manera que el Ecuador se está recuperando e incrementando el valor total de la producción de bienes y servicios finales.

Gráfico 1: PIB Enero 2005 a Enero 2009



Producto Interno Bruto 2005 a 2009

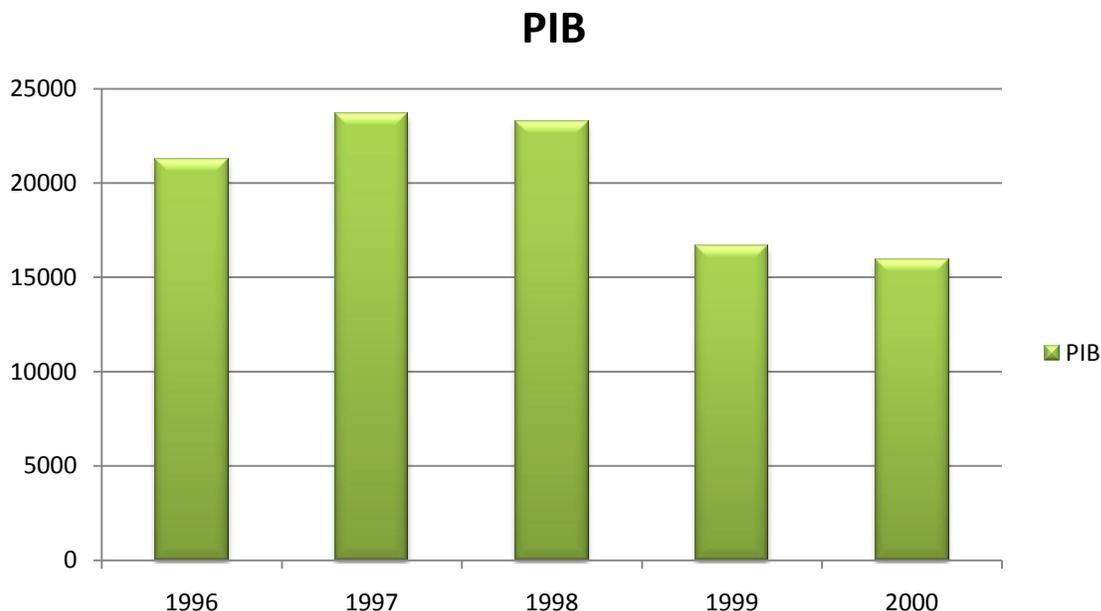
FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=piib>, 13-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

Como ya habíamos citado anteriormente después de la dolarización el crecimiento del PIB en el Ecuador ha sido más sostenido y hasta uniforme sobre todo desde el 2005 hasta 2009, los cambios no han sido muy abruptos, como podemos afirmar con el cuadro anterior.

La cifra 2009 representa el deterioro paulatino que ha sufrido la economía ecuatoriana durante este año debido a la caída del precio del barril de crudo, principal producto de exportación del país, y la crisis financiera mundial. El sector petrolero continúa con su tendencia de decrecimiento y en el segundo trimestre de 2009 se contrajo un 2,20% frente a igual periodo de 2008.

La industria manufacturera, especialmente la relacionada con la fabricación de productos de refinación de petróleo, la agricultura y ganadería y los servicios de intermediación financiera también aportaron al saldo negativo registrado en el periodo analizado.

Gráfico 2: PIB Enero 1996 a Enero 2000



FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=piib>, 13-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

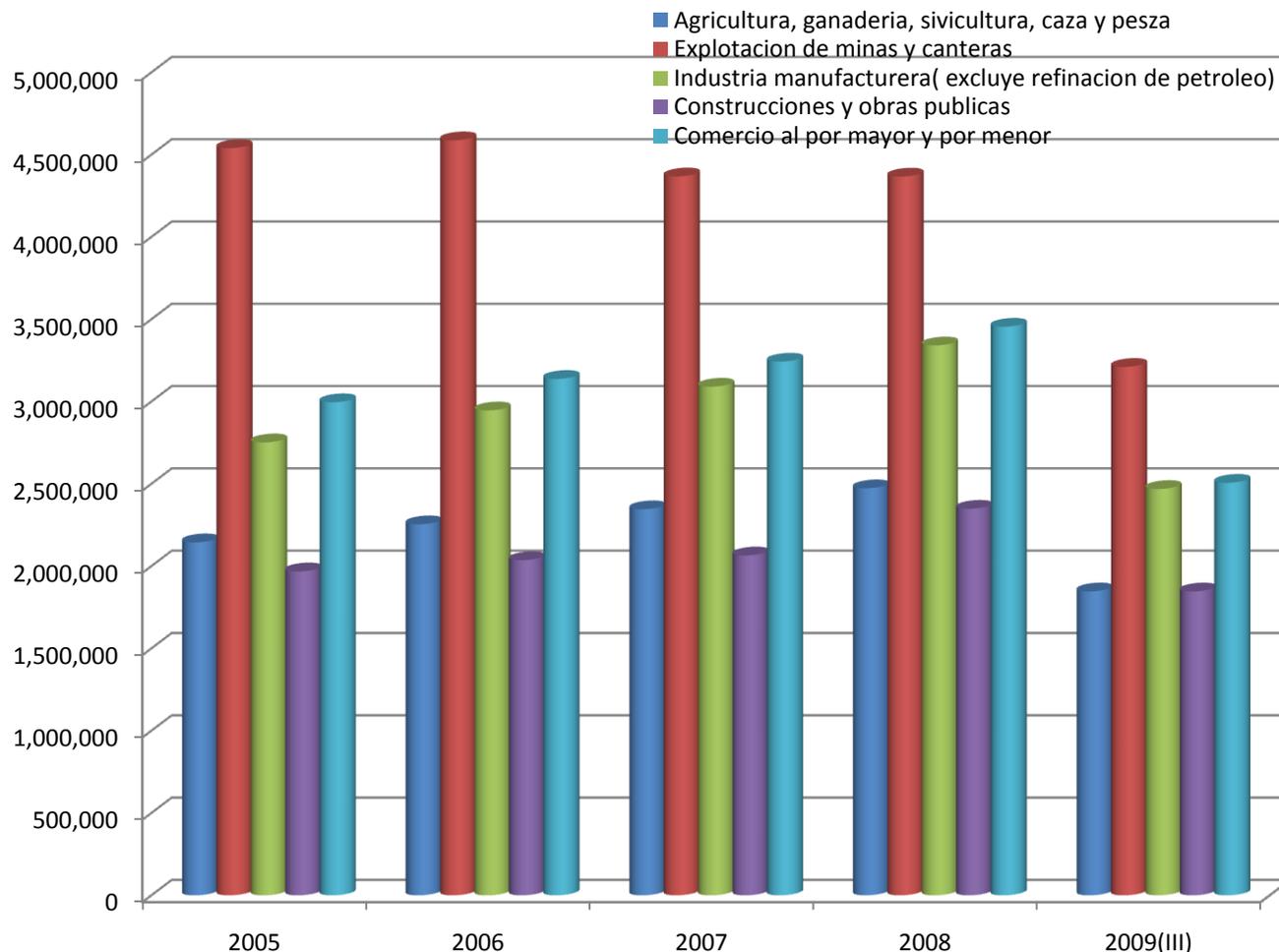
Aunque la contracción del año anterior con respecto al 2008 es de 6.03%, es una alerta para tomar medidas a tiempo, pero no es tan grave como lo que ocurrió en 1999, como vemos en el gráfico 2, el PIB es uno de los indicadores y la contracción del 1998 a 1999 fue de 28.29% indicándonos que se vendría una de las peores crisis que atravesó Ecuador.

Según los expertos el 2010 será un año de modesta recuperación de la economía. El Banco Central de Ecuador pronosticó un crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) del 6,81% para el 2010. Dicha recuperación estaría en función de la evolución de los precios del petróleo, la recuperación de la economía global que a su vez aumentara el grado de ingresos por remesas y exportaciones, así como la inversión pública principalmente en infraestructura, según planificación del estado para este año.

El PIB per capital calculado para el 2008 fue de US\$ 1.704 mientras que para el 2009 (previs.) US\$ 1.696, lo cual indica claramente una tendencia a la baja. (Banco Central del Ecuador)

Si esta tendencia se mantiene las repercusiones sobre el sector inmobiliario serán desfavorables, ya que las familias ecuatorianas dispondrían de menores ingresos para poder invertir en inmuebles.

Gráfico 3: PIB Por Sectores desde 2005 al III Periodo 2009



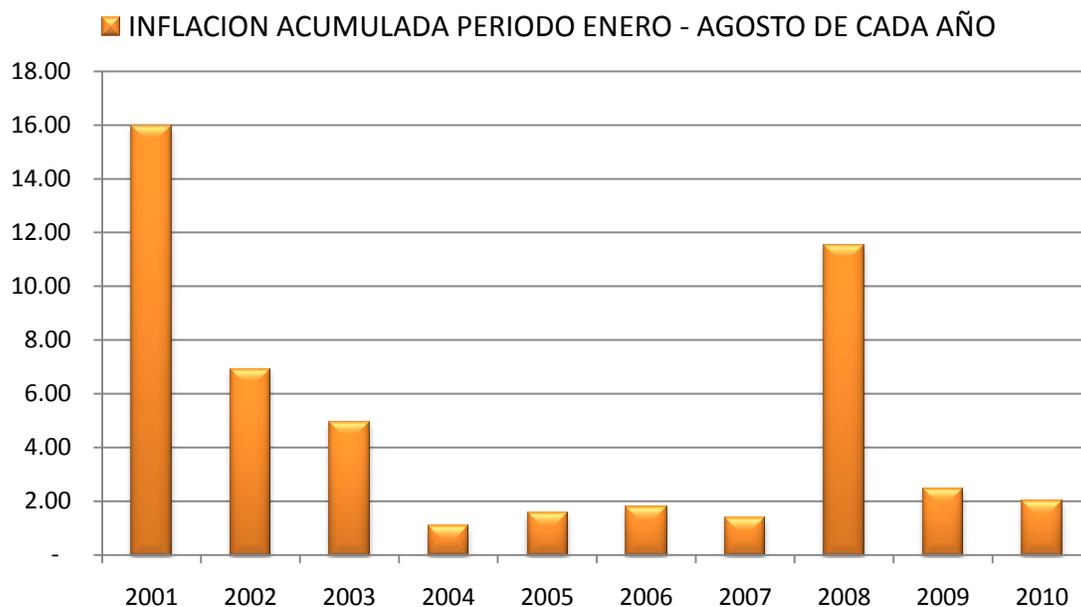
FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>, 13-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

El siguiente gráfico nos muestra la presencia de cada sector con respecto al PBI, como podemos ver el crecimiento del sector de la construcción ha tenido un crecimiento sostenido, alcanzando su punto máximo en el 2008, pero hasta el tercer trimestre del 2009 se presenta una contracción del sector, el resultado es desfavorable ya que disminuyó, esto indica que se ha frenado levemente el desarrollo de este sector, por factores externos como la crisis económica mundial e internos por falta de fomento de la producción y la dependencia de la economía ecuatoriana por las exportaciones del petróleo y su precio comercial inestable.

1.3. INFLACION

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”⁴.

Gráfico 4: Inflación Acumulada 2001 y 2010

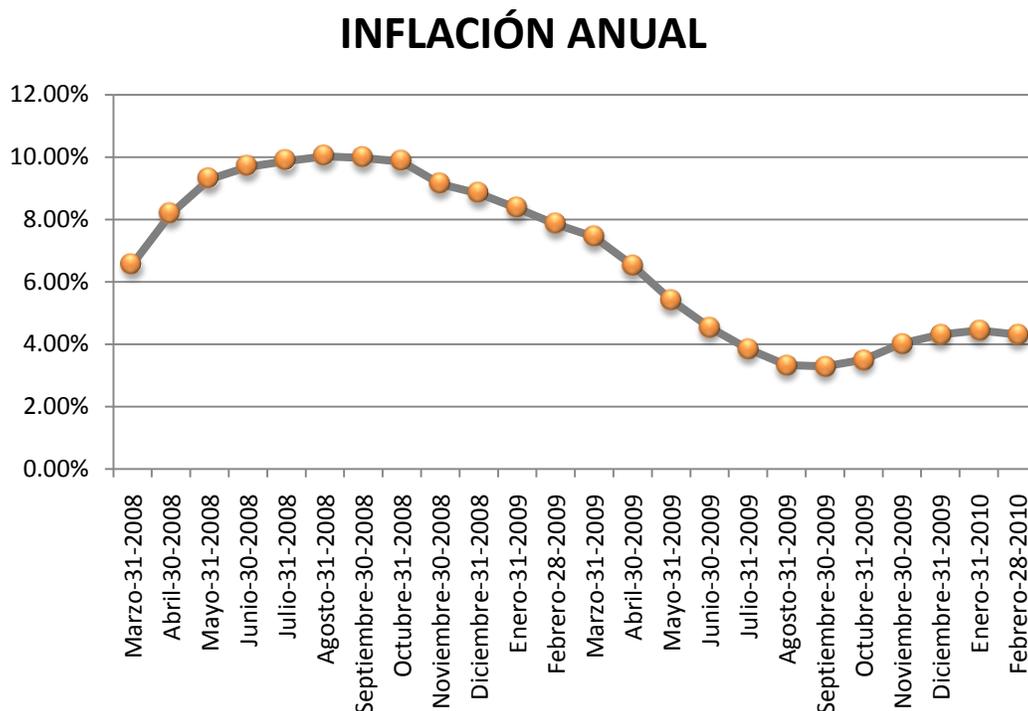


FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=piib>, 30-09-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

Los datos que nos arroja este cuadro nos indica una clara disminución de la inflación acumulada, si se mantiene esta tendencia los precios de los insumos necesarios para la construcción de inmuebles no varían y más bien comenzaran a disminuir permitiendo mantener o bajar los precios de venta de los inmuebles.

La inflación anual de enero a agosto 2010 se ubico 2,00%, resultado inferior al porcentaje alcanzado en el 2009 2,48%.

Gráfico 5: Variación de la Inflación de Marzo 2008 a Febrero 2010

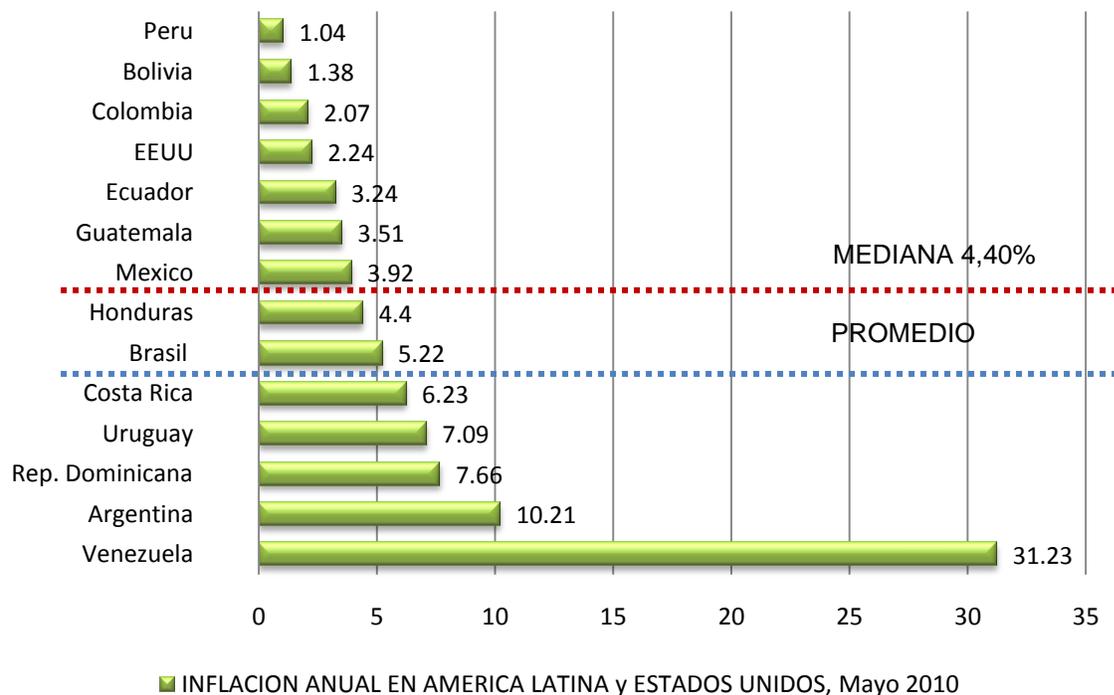


FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=pib>, 13-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

Para los primeros meses de este año la inflación mensual es de ENERO 0,83% y para FEB 0,34%, ACUMULADA 1.17%. (Boletín BCE Febrero 2010), que comparando con los primeros meses del año pasa están iguales con una diferencia de 0,01% de la inflación acumulada, si se mantiene la misma tendencia durante este año no tendremos mayores sobresaltos y se podría afirmar que los costos de los materiales de construcción se mantendrán.

Gráfico 6: Inflación Anual en América Latina y Estados Unidos, a Mayo 2010.

INFLACION ANUAL EN AMERICA LATINA y ESTADOS UNIDOS, Mayo 2010



FUENTE: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201005.pdf>
 REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

La inflación del Ecuador es la sexta más baja del grupo de países analizados e inferior al promedio 6,26% y mediana 4,40%

La importación de materiales de construcción constituye un 9% del total de la materia prima importada, por lo que tenemos que tomar en cuenta las industrias del sector principalmente de América latina con quien se mantiene estrechas relaciones de importación.

Existen varios insumos para la construcción que no se producen en Ecuador cuyos precios han incrementado a partir de la implementación de nuevos aranceles a las importaciones desde enero de 2009 para proteger a la industria nacional y la salida de capital, sin tomar en cuenta que hay materiales o materia prima que no se produce dentro del país y es necesario importar. Por ejemplo no hay industria siderúrgica y la mayor parte de la materia prima viene de Chile, Argentina y Venezuela, por lo que tenemos que estar atento con lo que pasa con los países con los que se tiene relaciones comerciales.

1.4. RIESGO PAIS

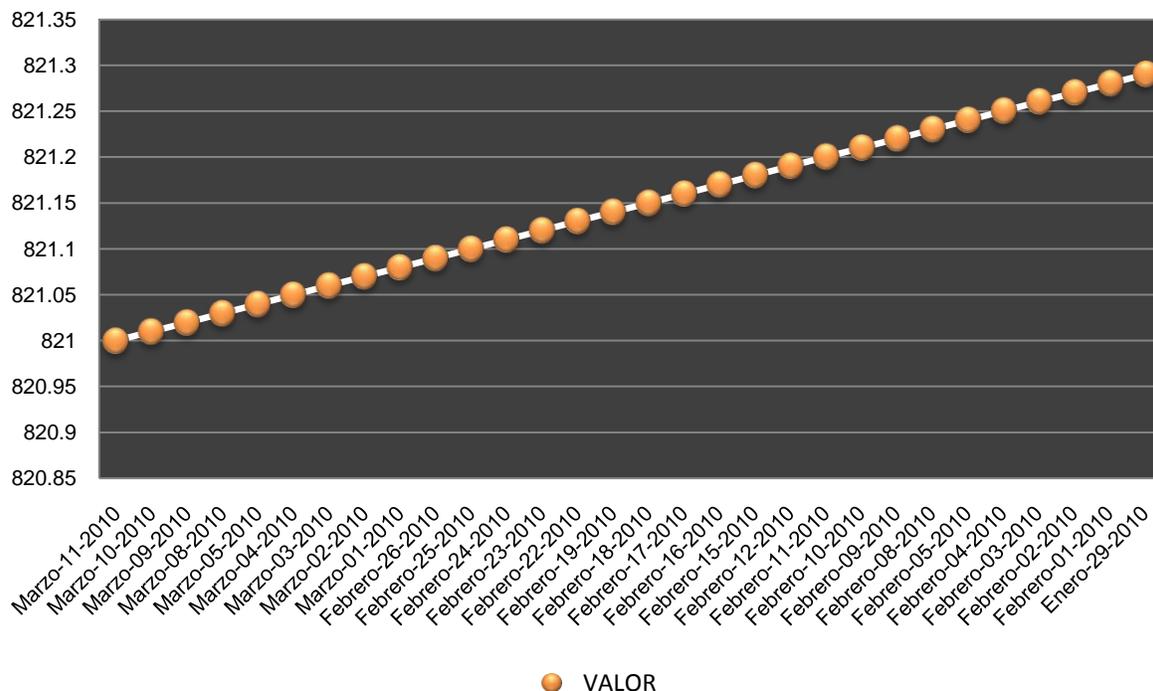
Riesgo país, *“es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos”*⁵.

*“Entre menor certeza haya de que el país en estudio tiene capacidad para pagar sus deudas y cumplir con sus compromisos, más alto será el EMBI (que se mide en puntos) y será más bajo si el país es más solvente. El EMBI se entiende como la diferencia en puntos básicos (centésimas de un punto porcentual) que hay entre la rentabilidad de una inversión sin riesgo, como los bonos del Tesoro estadounidense a 30 años, y la tasa que debe exigirse al país al que corresponde el indicador”*⁶.

Cada país, de acuerdo con sus condiciones económicas, sociales, políticas o incluso naturales y geográficas, tiene un nivel de riesgo para las inversiones que se hacen en él; los inversionistas evalúan el tamaño del riesgo de acuerdo con el conocimiento que tengan de esas condiciones.

Gráfico 7: Índice de Riesgo País Febrero a Marzo

Riesgo País Febrero a Marzo 2010



FUENTE: Banco Central del Ecuador <http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=piib>, 13-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

En el gráfico 7, el riesgo país a Febrero del 2010 es de 821,29 y para marzo del mismo año es de 821, y para la semana del 19 de Marzo del 2010 bajo a 480, esto indica que la percepción del riesgo de invertir en nuestro país es baja, y como posible consecuencia habrán mas inversionistas extranjeros, pero como es un índice que fluctúa diariamente y si se mantienen las tendencias del año pasado que cerró al 31 de Diciembre con 47 31 unidades habrán menos inversionistas dispuestos a asumirlo, y quienes estén dispuestos a invertir buscarán una alta rentabilidad y el inversionista querrá recuperar su dinero más rápidamente. También si la rentabilidad que espera obtener al invertir no supera a la recompensa por asumir el riesgo de perder la inversión, entonces la entidad buscará otro lugar para llevar su dinero. Y eso afectaría a todos los sectores productivos incluido la construcción.

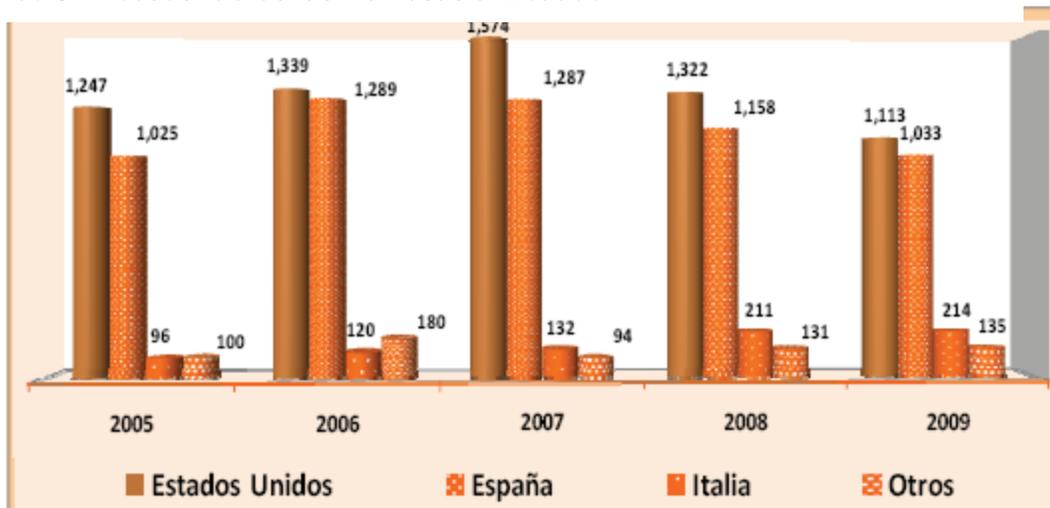
Casi el 80% de inversión es local para este sector, ya sea de empresa privado o publica, pero un 20% es inversión extranjera principalmente de Colombia y Europa. Pero hay que considerar que la mayoría de instituciones financieras que apoyan a los promotores con créditos son inversiones extranjeras por lo que los cambios abruptos de estas cifras alterarían el desembolso de créditos tanto para empresarios como para usuarios.

1.5. REMESAS DE INMIGRANTES

La principal causa de la migración en el Ecuador es el decreciente estándar de vida de los ecuatorianos. Los malos gobiernos de los últimos años han generado que la calidad de vida de la población vaya de mal en peor. La inflación y el desempleo junto a la aguda crisis financiera de finales de los noventa motivo a la gente a optar por salir del país en busca de nuevas oportunidades y un mejor estilo de vida.

A partir de 1998 ha incrementado los índices de migración a tal punto que se conoce a los tres siguientes años como el boom de la migración y que actualmente se registra aproximadamente 1200.000 ecuatorianos migrantes, desde entonces las remesas se han convertido en la segunda principal fuente de ingresos registrada en la balanza de pagos del país. Las remesas enviadas por los emigrantes a sus familiares dan un soporte monetario adquisitivo sólido con el objetivo de estabilizar y dar bienestar económico a miles de hogares ecuatorianos. Además, al incrementar el nivel de vida de los ecuatorianos, incrementa el ahorro en las familias junto con la mayor movilidad monetaria en compra - venta de inmuebles y bienes patrimoniales

Gráfico 8: Procedencia de las Remesas al Ecuador



FUENTE: www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/Remesas/ere200905.pdf, 14-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

Los principales países que generan el mayor flujo de remesas son Estados Unidos, España e Italia. Según el informe del Banco Central, un 43 por ciento del flujo de remesas recibidas entre enero y marzo pasado se dirigió a la zona costera, el 31,7 por ciento al sur del país, el 22,8 por ciento al resto de la sierra andina y un 2,5 por ciento a la región amazónica. Las principales ciudades que reciben los mayores montos de remesas son Guayaquil, Quito, Cuenca, Loja, Ambato y Azogues con un porcentaje sumado del 64.9% del total de las remesas.

El monto de remesas familiares que ingresó al país en 2009, sumó USD 2.495.4 millones, valor que significó una disminución absoluta de USD 326.2 millones y relativa de 11.6% con respecto al valor registrado en 2008 (USD 2.821.6 millones). Igualmente, al comparar con el flujo de remesas recibido en 2007 (USD 3.087.9 millones), se observa una reducción absoluta de USD 592.5 millones, que representa en términos relativos 19.2%. (Banco Central del Ecuador, 2010)

Gráfico 9: Remesas desde 2005 a 2009



FUENTE: www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/Remesas/ere200905.pdf, 14-03-2010
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

La crisis financiera mundial afecto principalmente a Estados Unidos y España, países originarios de los flujos de las remesas, uno de las consecuencias que evidencio la crisis fue la marcada pérdida de puestos de trabajo de su ciudadanos y por ende de migrantes ecuatorianos, además de las políticas migratorias de esos países que pretender aminorar los flujos migratorios, esto explica la reducción en los volúmenes recibidos de remesas familiares durante 2009.

La caída de las remesas para 2009, se explica por la disminución de la actividad económica en España, que durante 2009, el empleo decreció lo que significó una reducción de puestos de trabajo, lo mismo ocurrió con la economía norteamericana confirmó una contracción del PIB para 2009, siendo este el mayor retroceso registrado desde 1946, acompañado de una tasa de desempleo del 9.7%, según lo manifestado por el Departamento de Comercio de Estados Unidos. (Banco Central del Ecuador, 2010)

La industria de la construcción mejoró por las remesas de los inmigrantes que invertían en este sector, gran porcentaje de las remesas han sido invertidas en el sector de la construcción constituyéndose en una fuente importante para el crecimiento del sector, ya que adquirirían viviendas de promotores privados como también se acogían a los planes gubernamentales de vivienda popular; pero en los últimos años tras la resección mundial muchos de nuestro inmigrantes se quedaron sin trabajo, o consiguieron trabajos cuyos bajos salarios solo cubre sus necesidades, otro factor es el cambio de las preferencias, prefieren comprar casa en el exterior o ahorrar en bancos extranjeros, porque la dolarización ya no tiene el mismo efecto. El ingreso de las remesas no constituyen una condición segura a largo plazo, la estabilidad de los emigrantes ecuatorianos es muy sensible, está a expensas de factores externos económicos, políticos y financieros por lo que no recomiendo que el sector de la construcción considere estos recursos como fijos.

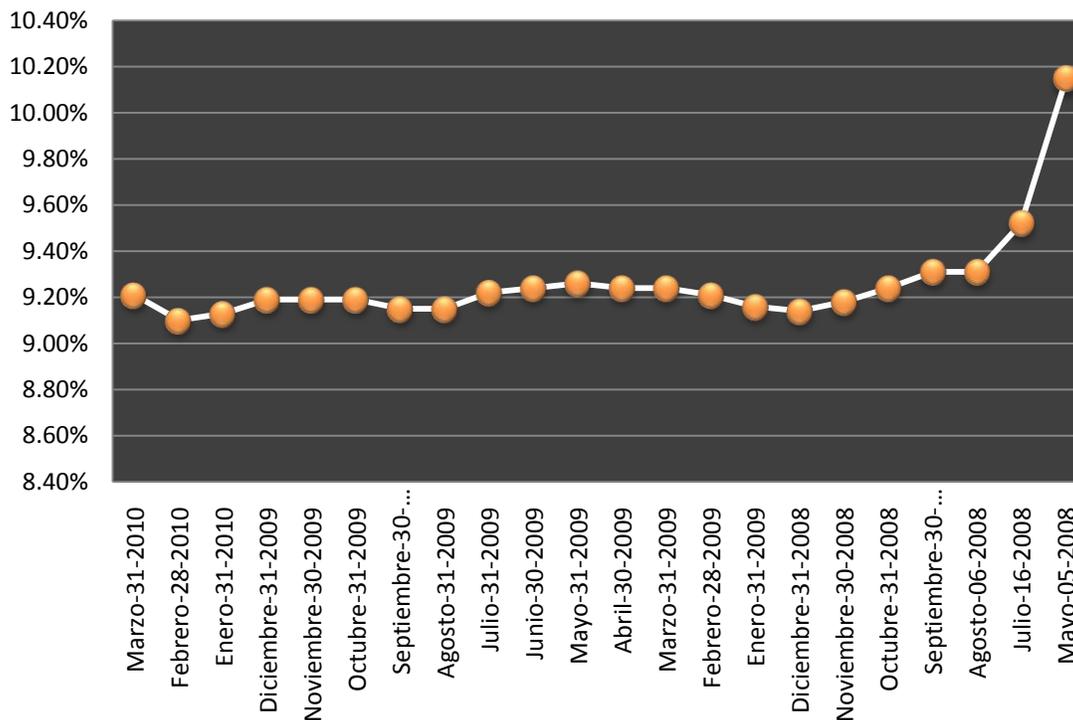
1.6. TASA DE INTERES

La tasa de interés a partir de la dolarización redujo y estuvo más estable, permitiendo así a que la población tenga mayor capacidad de endeudamiento. La tasa que está relacionada con el sector de la construcción y con los préstamos que servirán para la adquisición de bienes inmuebles, es la tasa de interés activa.

Debido a la crisis financiera internacional las instituciones financieras estaban con cierto recelo de prestar dinero, por lo que las tasas de interés incrementan levemente y los plazos de pago disminuyeron. Ventajosamente el gobierno ha llegado a acuerdo coherente con los bancos brindándoles incentivos para que las condiciones crediticias vayan normalizándose poco a poco.

Gráfico 10: Variación de la Tasa Activa del 2008 a 2010

TASA ACTIVA



FUENTE: www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/Remesas/ere200905.pdf, 14-03-2010

REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

La tasa efectiva para Marzo 2010 es de 9,1% que con relación a marzo 2009 que fue de 9,24% no han habido cambios desde finales del 2008, donde por orden presidencial se reducen las tasas para préstamos de consumo, vivienda y empresarial.

La tasa efectiva referencial para el segmento de vivienda, actualmente se encuentra en 10.56% y el plazo de pago máximo es de 12 años en la mayor parte de las instituciones financieras aunque en algunas aun se mantienen los 15 años. Este tipo de crédito es aprovechado básicamente por los estratos de población medio y medio bajo, pero lastimosamente tiene muy poca participación con respecto al total de créditos concedidos por todas las instituciones

financieras. El porcentaje de participación es tan solo del 4.8% (Banco Central del Ecuador, 2010)

Tabla 1: Tasas de Interés para Julio 2010

Tasas de Interés			
JULIO 2010			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.99	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.77	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.33	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.86	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.65	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.97	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	27.69	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.39	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	1.10	Depósitos de Tarjetahabientes	0.78
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.68	Plazo 121-180	4.91
Plazo 61-90	3.64	Plazo 181-360	5.21
Plazo 91-120	4.80	Plazo 361 y más	6.69

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>.
Realizado por: Ana Gabriela Imbaquingo.

Para Julio 2010 la Tasa Efectiva Referencial para el Segmento de Vivienda es de 10.56, pero hay que considerar que el mercado financiero no tiene libre competencia así que la mayoría de instituciones financieras trabajan con la Tasa Efectiva Máxima, que para el segmento de la Vivienda es de 11.33% anual.

Existen otros tipos de créditos llamados créditos de subsistencia otorgados a personas naturales para la adquisición, construcción, reparación, remodelación y mejoramiento de vivienda propia. Estos créditos son concedidos por varias instituciones financieras pero con tasa efectivas activas muy altas que llegan hasta el 30%, por lo que su participación con respecto al total de créditos concedidos es muy baja llegando a valores del 0,76% (Banco Central del Ecuador, 2010).

La fuerte relación del sector de la Construcción y el sector Financiero hace que el progreso o pérdida de una afecte directamente en la otra. La crisis del sector de la construcción e inmobiliario, en este último año ha sido una tónica mundial derivada principalmente por la contracción de los créditos para el constructor y para el consumidor; pero se está empezando a superarlas.

El Gobierno aspira dar todo el apoyo a la planificación de proyectos de vivienda para los sectores populares y de clase media, que utilizan componentes fabricados en el Ecuador, y dinamizan, por ende, otras industrias.

Los \$400 millones de la cartera hipotecaria y de titularizaciones de los afiliados que han mantenido deudas con la banca privada, por parte del IESS; y, los 77,5 millones que esta institución a dado a sus 2.500 afiliados en préstamos hipotecarios, han dinamizado el sector, de esta manera, se ha dado impulso en los rubros de construcción de nuevas viviendas, ampliación y remodelación, además, de continuar con los proyectos inmobiliarios en ejecución especialmente en Pichincha y Guayas. (Datos Cámara de la Construcción de Quito, 2009).

“El presidente del Directorio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Ramiro González, anunció que desde la próxima semana la tasa de interés de los créditos hipotecarios de 25 años plazo bajarán de 10,25 a 9%. Pero no solo los créditos a los afiliados tendrán cambios, pues González indicó que las garantías del 140% que se exigen para el financiamiento de proyectos inmobiliarios, a través del Fideicomiso de Construcción, también se revisarán a fin de democratizar el acceso a este producto. Ramiro González explicó que el IESS, al igual que cualquier organismo de crédito, tiene que hacer una valoración de los

proyectos y de la capacidad operativa de cada empresa para garantizar las inversiones de la institución. Sin embargo, reconoció que este beneficio no se puede limitar a las empresas consolidadas y que por esta razón, esta semana está prevista una reunión con representantes de la construcción para analizar el tema y encontrar una salida que permita solucionar este problema, que ya ha provocado varias quejas en el sector. Por su parte, Álvaro Jaramillo, jefe del Departamento de Riesgo del IESS, aclaró que esta garantía no es del monto total del proyecto sino de cada desembolso que hace la institución para el financiamiento. Además de este requisito, la seguridad social exige a los postulantes que sean empleados o empleadores del IESS, entre otras cosas, tener la precalificación de la entidad, una inversión del 35% del costo total del proyecto y el 40% de preventas del proyecto, según precisó Jaramillo. El funcionario agregó que la Junta Directiva del IESS acaba de aprobar que el monto mínimo de financiamiento a constructores pase de \$ 500 mil a \$ 200 mil, manteniéndose el tope de \$ 5 millones. Desde inicios de este mes, está habilitada, en el portal del IESS, la solicitud de Créditos al Constructor que forma parte del Fideicomiso de \$ 200 millones creado para invertir en el sector. Hasta el momento se han receptado 12 solicitudes de Crédito al Constructor, de acuerdo con Jaramillo; mientras que hasta mayo de este año, el IESS ha entregado \$ 530 millones a sus afiliados, a través de 17.000 créditos hipotecarios, precisó González. Otro de los productos del IESS contempla la construcción de proyectos inmobiliarios privados en los terrenos que son de propiedad del seguro social.” (Diario El Universo, Quito, 30 de Junio 2010)

El IESS ofrece las siguientes opciones a sus afiliados:

- Adquirir una vivienda terminada;
- Construir su vivienda en terreno propio;
- Ampliar y/o remodelar su vivienda; y,
- Sustituir hipotecas del Instituciones del Sistema Financiero.

La precalificación es una consulta del monto de concesión del préstamo hipotecario, de acuerdo al sueldo declarado por el empleador y la capacidad de pago del afiliado.

Requisitos

- Poseer una clave personal de Historia Laboral;
- El afiliado debe tener mínimo 36 aportes;

- En caso de parejas entre los dos deben sumar las 36 aportaciones y cada uno debe contar con las 12 últimas aportaciones consecutivas;
- Tener los últimos doce (12) aportes consecutivos;
- El jubilado debe encontrarse en goce de su pensión otorgada por el IESS;
- No tener calificación C, D o E en la Central de Riesgos y superar el sistema de evaluación crediticia del IESS;
- No mantener préstamo hipotecario con el IESS;
- No mantener obligaciones pendientes ni vencidas con el IESS; y,
- No encontrarse el empleador en mora de sus obligaciones con el IESS.

Requisitos exclusivos para vivienda terminada

- Si el monto solicitado, que depende de la capacidad y el plazo, es menor o igual a USD 70.000,00 y si el asegurado no posee vivienda propia, se financiará el 100% del valor del avalúo de realización de la vivienda, caso contrario se financiará únicamente el 80%. Del avalúo de realización;
- La vivienda a adquirir debe estar terminada, lo cual implica que la vivienda debe ser absolutamente habitable, además no debe tener gravámenes con terceros y de ser este el caso, debe presentar la minuta de levantamiento de hipoteca; y,
- El desembolso de recursos se efectuará directamente a la cuenta del vendedor.

Requisitos exclusivos para construcción

- Dependerá, a más de la capacidad de endeudamiento y del plazo, del valor de avalúo del terreno. El financiamiento, que va desde el 80% hasta el 100%, estará en función directa con el valor del Proyecto de Construcción, que no podrá sobrepasar el 400% del avalúo de realización del terreno;
- El terreno debe estar ubicado en lugares que contengan obras básicas de urbanización y tiene que estar a nombre del asegurado o su cónyuge. No puede tener gravámenes para con terceros: personas naturales o jurídicas; y,
- El proyecto debe ser elaborado por un Técnico Civil calificado y autorizado, no podrá exceder de un plazo de 12 meses, contendrá un cronograma de desembolsos (más de 1 y máximo 4) y el flujo de caja correspondiente, además debe contar con la aprobación de planos

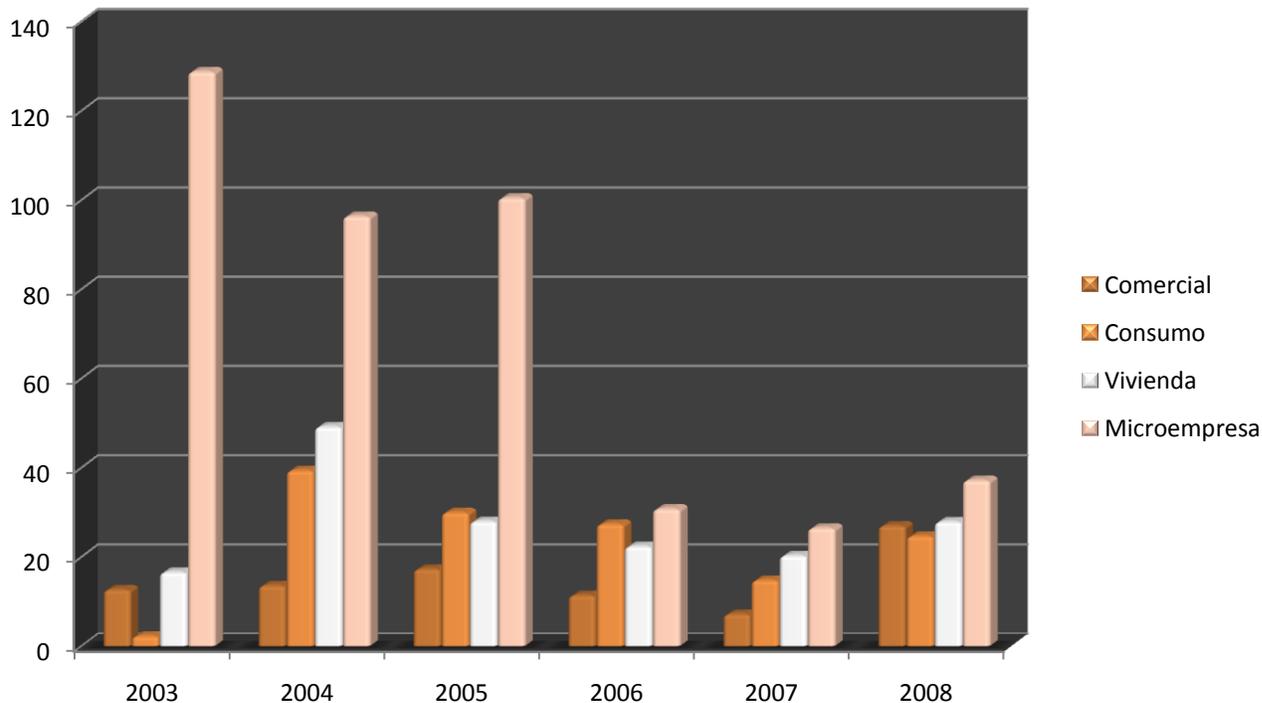
y el permiso de construcción otorgado por el Municipio respectivo. El desembolso de recursos se efectuará directamente al asegurado.

Requisitos exclusivos para ampliación y remodelación

- Además de la capacidad operativa y el plazo, el monto a financiar no podrá superar el 50% del valor del avalúo de realización de la vivienda a remodelar. El valor de la vivienda a ser remodelada debe ser de al menos USD 10.000,00.
- La vivienda a remodelar, debe ser de propiedad exclusiva del solicitante y/o su cónyuge y no puede contener gravámenes de ningún tipo para con personas naturales o jurídicas.
- Debe ser elaborado por un Técnico Civil y contendrá el permiso de construcción y obras civiles otorgado por el Municipio respectivo. El desembolso de recursos se efectuará directamente al asegurado. (<http://www.iess.gov.ec/site.php?content=92-prestamos-hipotecarios>)

Se espera igualmente que se dinamice el desarrollo de proyectos mediante el retorno de 1.200 millones de dólares de la banca privada al país mejorará la liquidez para la concesión de créditos como vemos en el *Gráfico 11*, donde los créditos para la Vivienda no han tenido un crecimiento significativo con relación a los otros segmentos. Otro factor que contribuye para que el sector de la construcción cubre impulso es el retorno de la política crediticia del sector financiero privado que estaba vigente en el año pasado, varios bancos están realizando préstamos hipotecarios a plazos que van hasta 15 años, por ejemplo los créditos para vivienda a 12 años plazo, con un 5% de interés se canalizarán por medio de los Bancos del Pacífico y de la Vivienda.

Gráfico 11: Créditos dados por Sectores



FUENTE: Superintendencia de Bancos y Compañías
REALIZADO: Ana Gabriela Imbaquingo

El crédito es fundamental para el crecimiento de la economía y en especial para la vivienda que requiere de crédito a largo plazo y es el único mecanismo que posibilita desarrollar los proyectos que permitirán disminuir la gran demanda de vivienda que existe en el país y crear fuentes de trabajo.

1.7. SITUACION SOCIO - ECONOMICA

La macroeconomía del país funciona bajo el modelo de Economía mixta y abierta, donde participan todos los sectores: hogares, empresas, sector público e internacional. El gobierno está gastando más allá de lo que le permiten sus recursos, apareciendo el déficit fiscal y, se endeuda con el sector financiero constituyendo parte de la deuda pública interna. Cito textualmente a Vicente Albornoz, en su lectura “El país compro al exterior más que nunca” lo siguiente “El Ecuador está al borde de una crisis de balanza de pagos, después del desbordado

crecimiento del gasto público en 2008 (el más grande de la historia) que produjo, a su vez, un crecimiento inusitado de las importaciones. Si no se controla el gatos público este año, los escenarios del déficit en la balanza de pagos serán muy graves “; así que no nos sorprenderá que el pago de esas deudas signifiquen continuas disminuciones en el gasto público en educación, salud, bienestar social, infraestructura y vivienda afectando directamente al sector de la construcción.

El consumo de los hogares, importaciones y ahorro poseen altos porcentajes versus la formación de bruto de capital (inversiones en el sector privado tales como bienes duraderos destinados a la producción, bienes inmuebles destinados a vivienda, gasto en tierra y ganado; mas las inversiones realizadas por el sector público como construcciones, equipo y maquinaria adquiridos para uso civil) esto complementa lo dicho en la anterior parte, falta de inversión por parte de la empresa pública y privada en los sectores como el de la construcción, por falta de capital de inversión.

La poca transparencia Fiscal que el Ecuador ha manejado por años es una de las amenazas no solo para el sector de la construcción sino para todos; la transparencia fiscal es esencial para mantener la disciplina fiscal, tras la crisis financiera de finales de la década de los noventa se implementa un código que se basa en los siguientes objetivos:

- Los roles y responsabilidades del gobierno deben ser claros.
- La información sobre las actividades deben ser proporcionadas al público.
- La preparación del presupuesto, la ejecución y el reporte se deben emprender de manera abierta: y
- La información fiscal debe ser independiente.

A pesar de los esfuerzos que hace la administración actual aún se esconden alianzas políticas para no perjudicar a ciertos grupos empresariales, por estas y más razones, en un informe divulgado hace pocos días, por la organización no gubernamental Transparencia Internacional (TI), con sede en la ciudad alemana de Berlín, determinó que países como Venezuela, Haití, el Ecuador (146) y el Paraguay son los más corruptos de América Latina.

El Comercio Interior del Ecuador es muy pequeño y para hacer que este crezca debemos salir del comercio internacional, una de las propuestas del Gobierno Actual es impulsar esta idea, promocionar la compra y venta de productos domésticos de las diferentes industrias, extendiendo el mercado local consolidando la base productiva del país y conduciendo a la diversificación. Intensificar las relaciones intersectoriales, ya que a nivel mundial la individualidad de las industrias está perdiendo valor, cada vez es más importante la conformación de cadenas de producción o “Clusters”.

Los sectores que generen mayor número de cadenas productivas son las mejores para el progreso interno del país, ya que generan innovación es decir industrias nuevas, el sector de la construcción es una de las industrias que más generan abundancia de interrelación, uno de los ejemplos es como este sector está relacionado con la intermediación financiera, donde podemos resumir que las tasas de variación anual desde 1995 al 2008 de los dos sectores han caminado de la mano, por ejemplo cuando la debacle del sistema financiero a fines de los noventa y la recuperación a partir del 2000 tuvieron amplias oscilaciones de sus tasas de variación anual, la construcción los hizo de igual manera. Las relaciones inter industriales han adquirido presencia para el desarrollo de la base productiva del país, respaldando con solidez los procesos de desarrollo.

1.8. DESEMPLEO

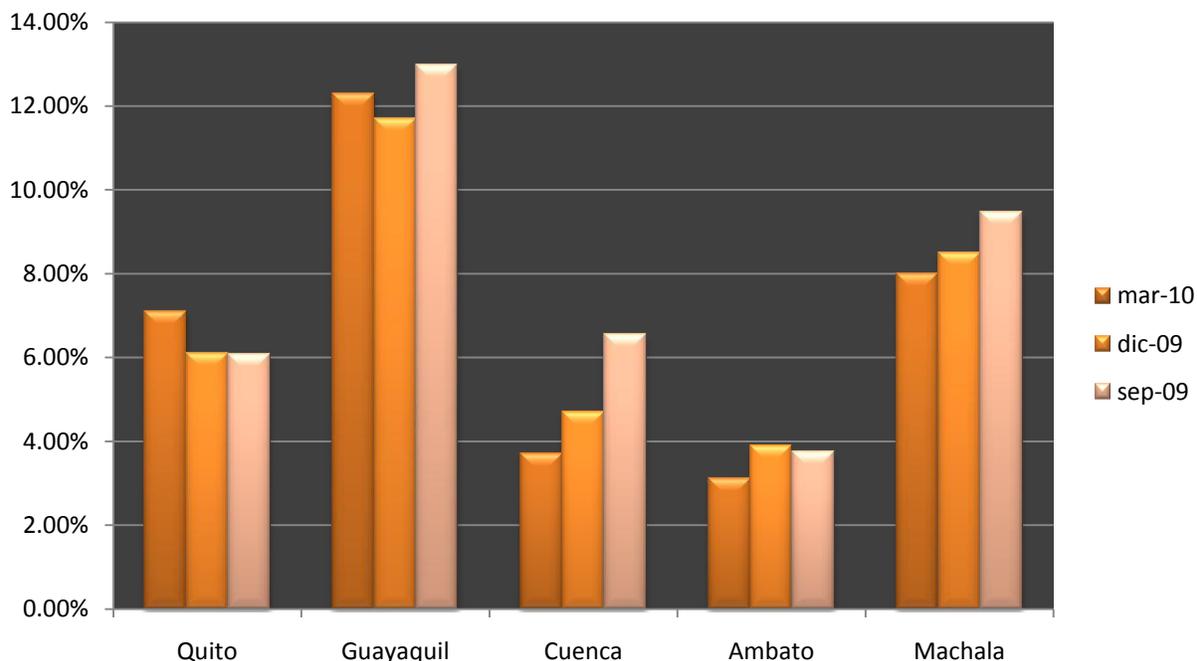
El desempleo en Ecuador se redujo de 9,1%, en el tercer trimestre de 2009, a 7,9%, en el cuarto trimestre del mismo año.

Tabla 2: Variación del Índice de Desempleo por Trimestres/ Nivel Nacional

FECHA	VALOR
Marzo-31-2010	9.10 %
Diciembre-31-2009	7.90 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %
Diciembre-31-2008	7.50 %
Noviembre-30-2008	7.91 %
Octubre-31-2008	8.66 %
Septiembre-30-2008	7.27 %
Agosto-31-2008	6.60 %
Julio-31-2008	6.56 %
Junio-30-2008	7.06 %
Mayo-31-2008	6.90 %
Abril-30-2008	7.93 %
Marzo-31-2008	6.87 %
Febrero-29-2008	7.37 %
Enero-31-2008	6.71 %
Diciembre-31-2007	6.34 %
Noviembre-30-2007	6.11 %
Octubre-31-2007	7.50 %
Septiembre-30-2007	7.00 %
Agosto-31-2007	9.80 %
Julio-31-2007	9.43 %
Junio-30-2007	9.93 %

Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
Realizado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 12: Variación del Desempleo por Ciudades



Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
Realizado por: Ana Gabriela Imbaquingo.

La encuesta realizada en las cinco ciudades urbanas más grandes del país determina un desempleo del 7,1% en Quito, 12,3% en Guayaquil, 4,7% en Cuenca, 8,0% en Machala y 3,1% en Ambato.

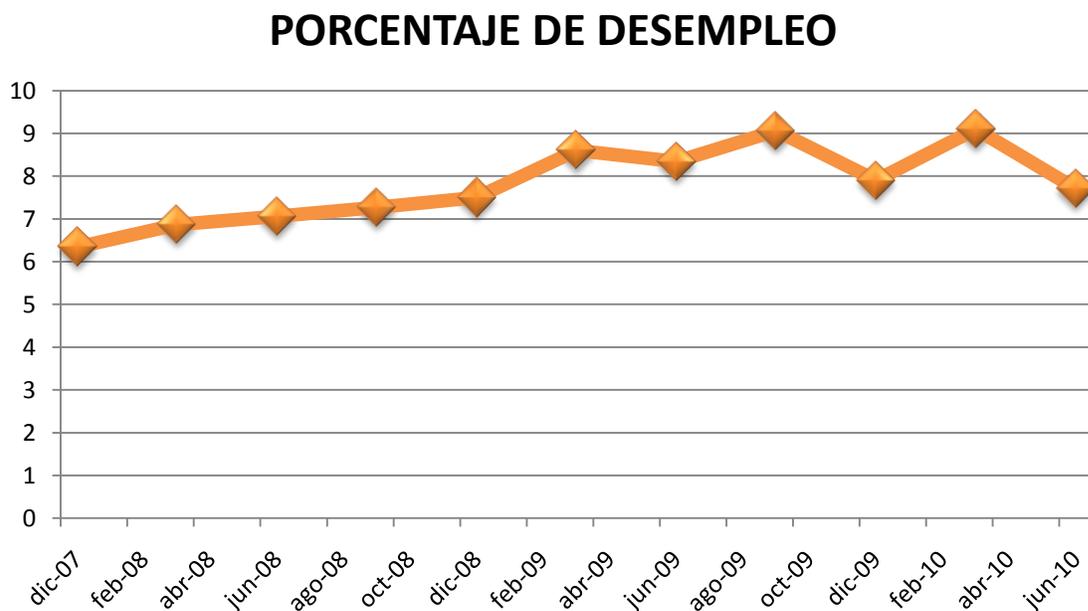
En comparación con el trimestre pasado (Octubre a Diciembre 2009), Quito y Guayaquil muestran un significativo aumento de 6,1% a 7,1%; de 11,7% a 12,3%; respectivamente. Mientras que Cuenca, Ambato y Machala la recuperación hacia la baja es evidente.

Sin embargo, con relación con 2008, Guayaquil continúa manteniendo un índice alto de desempleo pues en diciembre de ese año la tasa llegó a 9,5%.

De acuerdo con las cifras del INEC, el estrato más pobre denota mayor recuperación. En diciembre de 2008 el quintil más pobre tenía un desempleo del 17%, subió al 21% en septiembre de 2009, pero volvió a 17% al cerrar el año. La tasa de ocupación plena, sin embargo, bajó de 43,6% a 38,8% en el período de estudio.

El porcentaje de desempleo comenzó a incrementarse a partir de Febrero 2009 por efectos de la crisis financiera internacional. Así, este índice creció un 9,06% para septiembre 2009, mientras que en junio 2010 reportaron una tasa del 7,71%.

Gráfico 13: Variación del Desempleo 2008- 2010



Fuente: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
Realizado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El sector de la construcción es el que más genera empleo para un buen porcentaje de la población económicamente activa del país. Así que por cada proyecto de construcción detenido o que se dejó de construir se perdieron plazas de trabajo volviendo a bajar el consumo (compra de viviendas).

Tradicionalmente es uno de los sectores que ofrece mayores fuentes de empleo, alrededor de 250 mil entre directos e indirectos. Es mejor para el país que todos los componentes de la construcción de la vivienda sean nacionales porque eso garantizará la creación de fuentes de trabajo directas e indirectas, al recordar que por cada fuente de trabajo directo que se crea en la construcción se generan dos en otros sectores productivos. La construcción es un rubro fuerte en cuanto a la creación de plazas de trabajo, más si se considera que es la rama de la producción que emplea mano de obra no calificada.

1.8. CONCLUSIONES

Las nuevas reformas a las políticas económicas del país cuyo principal objetivo es impulsar la producción nacional y su programa de una vivienda digna para el 2010 ha impulsado al sector de la construcción a través de varias vías como los créditos hipotecarios que da el IESS, con montos altos que benefician hasta la clase media, a una tasa de interés no mayor al 11%.

El Ministerio de la Vivienda a través de sus bonos, que han aumentado el rango de precio de vivienda a la que se puede acceder con bonos cubre a un segmento mayor, viviendas de hasta 60.000 dólares ya es dirigida a la clase media, no solo popular.

También los beneficios que dan corporaciones como el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, el IESS, la Corporación Financiera Ecuatoriana y la inyección de capital por parte del gobierno en bancos privados como el Banco Pacifico, a los constructores y promotores para que se ejecuten proyectos de vivienda masivos y populares.

La tendencia a la baja de la inflación, que no ha sufrido cambios abruptos desde la crisis del 2000, hace pensar que se mantendrá este comportamiento a la baja, lo que hace que la estabilidad de los precios de los insumos se mantengas, y a la vez el precio de venta de los inmuebles no cambien.

También la rápida recuperación de la crisis internacional gracias a las ayudas gubernamentales, hace que el panorama para el sector de la construcción para el año 2010 sea más prometedor, grandes inversiones en el sector de la construcción provenía de las

remesas de los inmigrantes y si ellos se recuperan podremos volver a contar con estos ingresos.

Pero hay que tomar en cuenta que el mercado de vivienda nueva está saturado hay un exceso de oferta y poca demanda. Muchos proyectos tienen en stock unidades terminadas por más de un año, mientras que la demanda potencial disminuye. Para poder ampliar el mercado hay que optar por nuevas formas de financiamiento, tasas de interés menor, menor cuota de entrada, ampliar los rangos de valor de la vivienda para acceder a beneficios gubernamentales.

Es muy importante que las políticas sociales del gobierno disminuyan el desempleo y subempleo, para que la inseguridad laboral no sea un limitante al momento de invertir en un inmueble y no poder cumplir con los requisitos para obtener un crédito, al mismo tiempo que disminuirá la inseguridad e incertidumbre, tanto para los inversionistas nacionales o extranjeros, y sobre todo para los ecuatorianos que necesitan adquirir una vivienda.

Como conclusión final se podría decir, que en entorno macroeconómico augura estabilidad para el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. INTRODUCCION

Efectuar una investigación de mercado es fundamental en el desarrollo de un plan de negocios, porque nos ayuda a:

- Definir el perfil del cliente meta.
- Conocer el tamaño indicado del bien a construir.
- Estimar el potencial del mercado y la participación en el mismo.
- Evaluar la satisfacción, comportamiento, preferencias y necesidades de compra de los potenciales clientes.
- Fijar los precios de los productos.
- Determinar los posibles canales de distribución y de las actividades de promoción.

El objetivo del presente análisis de mercado es el de identificar las oportunidades y amenazas que presenta el mercado inmobiliario en este momento en la ciudad de Quito y principalmente en el sector donde se desarrolla el presente proyecto.

También a determinar el posible comportamiento del mercado en base al estudio de su comportamiento histórico. Este objetivo se alcanzo mediante la recolección, el procesamiento y el análisis de la información obtenida de varias fuentes. Secundarias como los estudios realizados por Gridcon, MarketWatch, Ernesto Gamboa & Asoc. y varias tesis de compañeros de promociones anteriores; y primarias como la observación, que la realice directamente con visitas al sitio, su entorno y su competencia directa.

La interpretación de esta información permite que una empresa tome decisiones al momento de iniciar su operación dentro del mercado actual, que va desde la ubicación del proyecto inmobiliario, la determinación de los productos a ofertar, y posteriormente desarrollar la estrategia de marketing a implementar para el desarrollo del mismo.

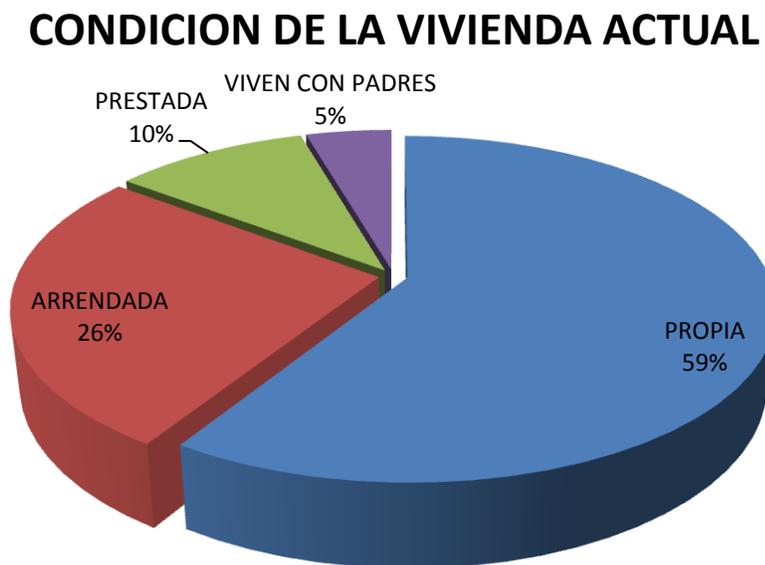
Se analizaron los principales factores de mercado que afectan directamente al comportamiento del mercado, como son el perfil del cliente, la demanda de viviendas en la ciudad de Quito y la competencia existente en la zona del proyecto.

2.2 DEMANDA DEL PROYECTO

Para el 2008 el 59% de la población tiene vivienda propia y el 41% arrienda, por lo que podríamos decir que hay una demanda del 41% pero no podemos asignarlos como demanda potencial, ya que dentro del grupo de los que no tienen vivienda están los que viven en casa prestadas, con los padres y los que arriendan.

Así llegamos a un 26% de la población total, que son arrendatarios propiamente dichos, y de estos todavía hay que reducir los que no acceden al grupo de demanda potencial por falta de capital, lo cual es la principal base que se necesita para poder adquirir un bien.

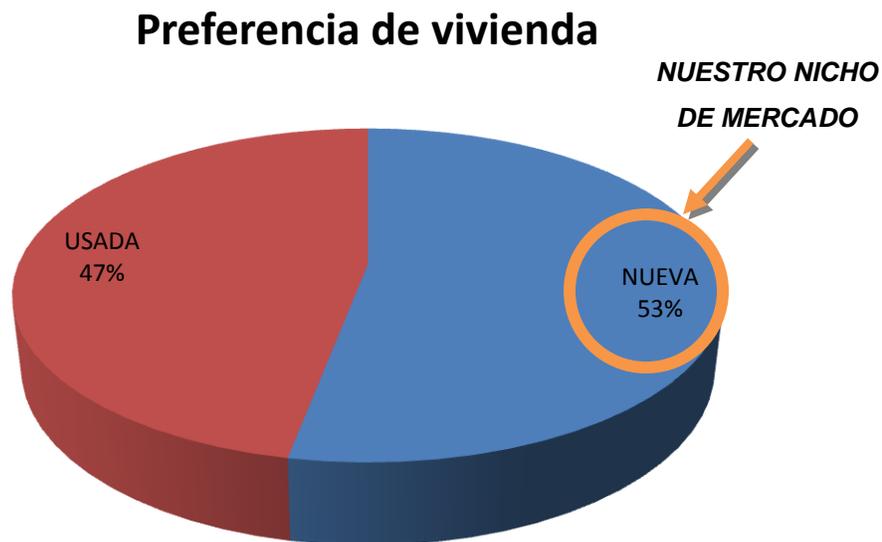
Gráfico 14: Condición Actual de la Vivienda



Fuente: Tesis de Ing. Gabriela Chávez, 2009. Gridcon 2008; Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Se estima que la demanda actual de vivienda en la ciudad de Quito es de 15400 unidades. Si a esta le restamos el 47% correspondiente a la compra de viviendas usadas, se obtiene una demanda actual de unidades nuevas de alrededor de 8200 unidades (MarketWatch), que es el nicho del mercado al que le estamos apuntando.

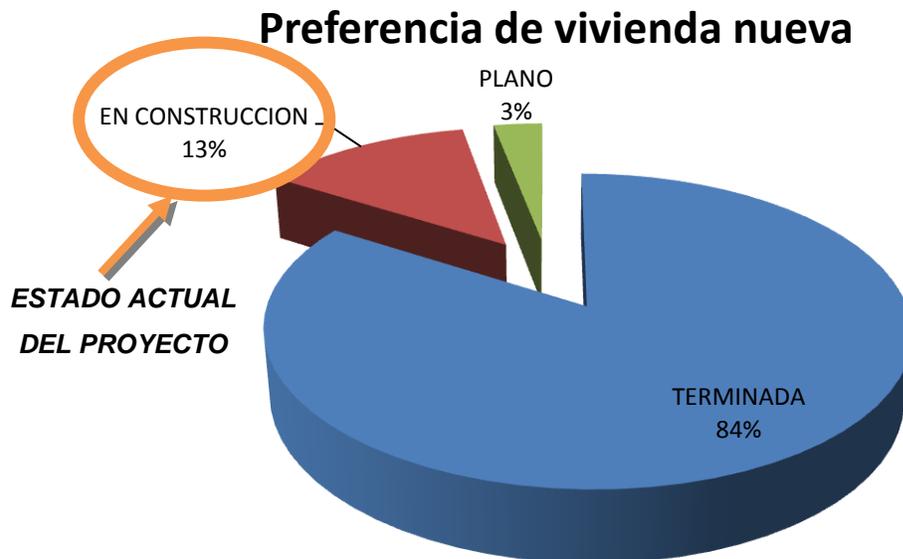
Gráfico 15: Preferencia de Vivienda



Fuente: MarketWatch; Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

La población con intención de compra de viviendas nuevas es del 84%, pero estas prefieren vivienda nueva cuando ya están terminadas.

Gráfico 16: Estado de Preferencia de Vivienda Nueva



Fuente: Gridcon 2008; Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

En el año 2008 se observó una reducción de aproximadamente 31% en la demanda de vivienda nueva en el sector centro norte de la ciudad con respecto al año 2007. (MarketWatch)

La intención de compra cayó más 10 puntos en el 2008 (del 57 al 45%); en el año 2009 bajo aun más, y según el panorama para el año 2010 no habrán cambios radicales, más bien habrá una tendencia a la baja. Además, el valor de los arriendos disminuyó en el último año, situándose en un promedio de 178 Usd. en el 2008 (MarketWatch), lo que indica una reducción de la demanda futura y de la intención de compra.

Esta reducción se debió entre otros factores al incremento de la incertidumbre ante las políticas económicas del gobierno actual y a la crisis financiera mundial. En consecuencia, las instituciones financieras del país, redujeron la oferta de créditos hipotecarios y los plazos de financiamiento bancario, para el año 2009, pero hay que acotar que para el 2010 la políticas económicas han sufrido cambios, la meta del gobierno es de impulsar el sector de la construcción especialmente el inmobiliario, a través de políticas de bonos y créditos a bajos intereses, también el panorama internacional está encontrando la salida a la crisis del 2009.

Históricamente se puede observar que la venta anuales se han ido incrementando poco a poco desde el año 2004 al 2005, teniendo un repunte bastante significativo desde el año 2006 al 2007, esto se debió al impulsor del sector financiero, el otorgamiento de crédito hipotecario y las remesas de los inmigrantes. Pero para los dos últimos años las ventas anuales decrecieron.

Gráfico 17: Ventas Mensuales Promedio del 2004 a 2007

Ventas de Unidades/ Mes (Promedio Anual)



Fuente: Ernesto Gamboa & Aso. 2008. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El panorama político – económico interno actual y la crisis global desatada por el sector financiero estadounidense, en el año 2009 hubo una reducción de la demanda de aproximadamente un 4% con respecto al año anterior. Sin embargo, a pesar de los antecedentes anteriores, se puede decir que la reducción en la demanda de nuevas viviendas para el año 2010 no será tan drástica como aconteció en el año 2008 a 2009.

Tabla 3: Evolución de la Oferta y Demanda 2007- 2008

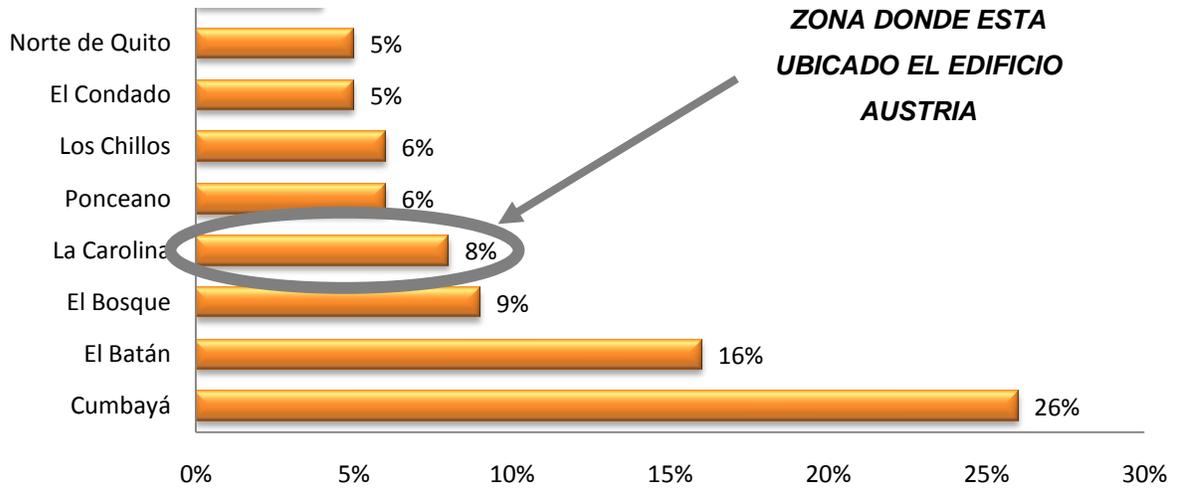
ZONAS QUITO	Evolución demanda vivienda nueva	Evolución de oferta disponible	Evolución oferta iniciada	Absorción 2008	Cambio en absorción 2008 – 2007
1 Norte	-18.4%	-33.9%	-69%	49%	12%
2 Centro Norte	-31.1%	-16.5%	-39%	43%	-10%
3 Centro	-88.9%	-17.2%	-100%	17%	-72%
4 Sur	-39.2%	-31.6%	-69%	32%	-21%
5 Valle Cumbayá	-4.4%	-22.5%	-56%	48%	12%
6 Valle los Chillos	33.7%	-8.6%	-12%	51%	23%
7 Valle Calderón	-34.7%	-2.4%	-25%	51%	-16%
8 Valle Pomasqui	-24.9%	-9.4%	-19%	45%	-9%
TOTAL	-20.9%	-17.8%	-49%	45%	-2%

Fuente: MarketWatch 2008, Intervenido por: Ana Gabriela Imbaquingo

Pero a pesar de esta reducción de la demanda, el porcentaje de absorción de la zona norte, donde está ubicado el proyecto es uno de los más altos de la zona urbana, lo que indica que está bien ubicado.

El sector de la Av. Republica es parte de la Zona La Carolina y como vemos en el gráfico 5 de preferencia de zonas para la nueva vivienda está en el tercer lugar de preferencia, también se podría asumir que parte de la demanda que busca la zona de El Batan puedan optar por buscar vivienda en la zona La Carolina por su cercanía.

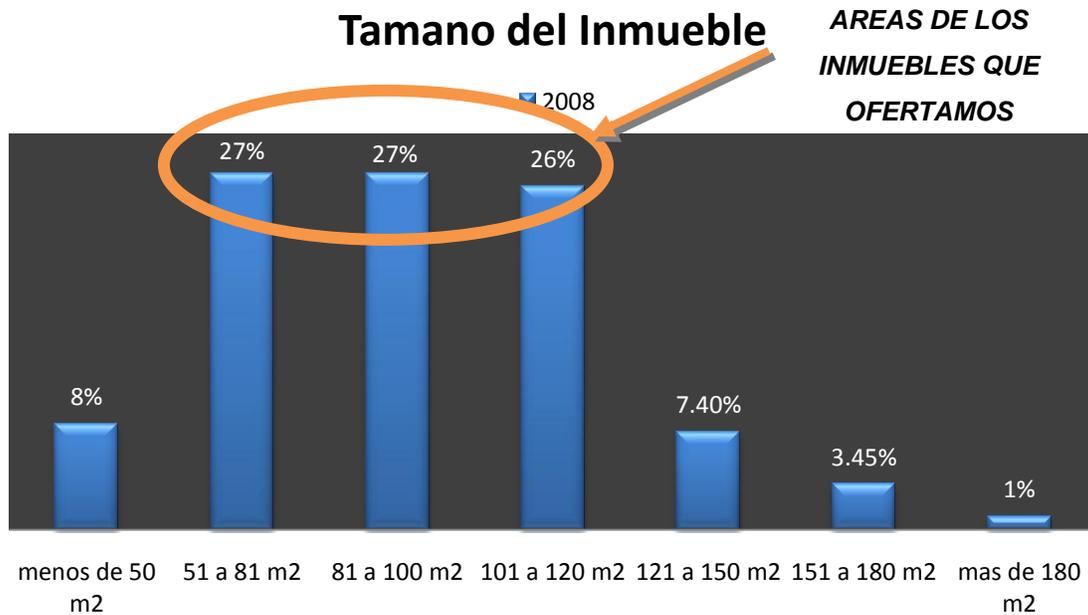
Gráfico 18: Zonas de Preferencias para la Ubicación de Vivienda Nueva



Fuente: Ernesto Gamboa y Asoc. 2008. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Por otra parte, la tendencia actual en cuanto del tamaño del inmueble es a ser más pequeño por razones de precio y porque existe un menor número de hijos en las familias ecuatorianas.

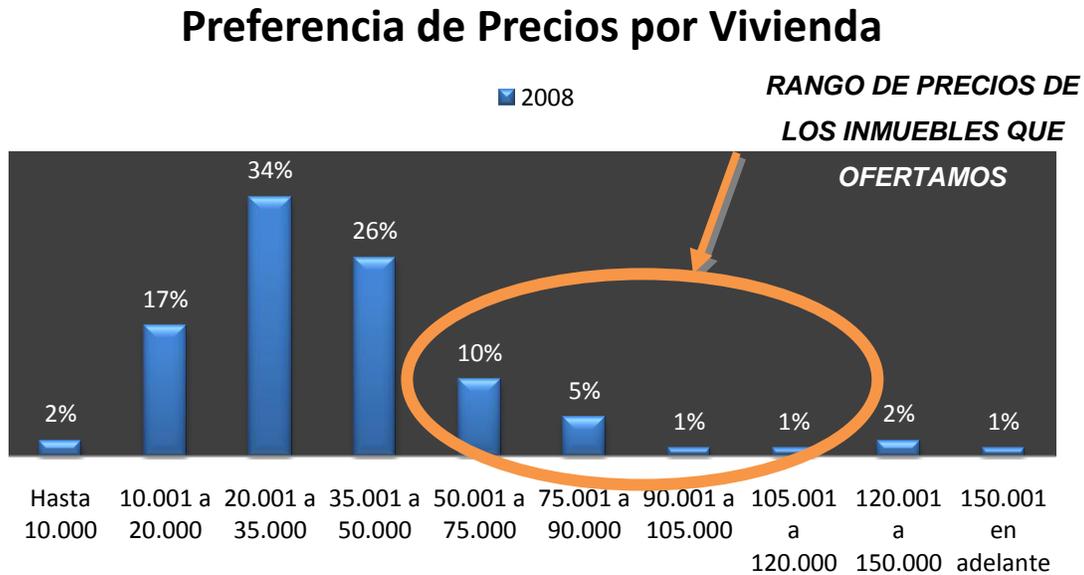
Gráfico 19: Preferencia por tamaño de inmueble



Fuente: MarketWatch, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Del gráfico anterior podemos decir que hemos acertado en cuanto a la dimensión de los inmuebles que ofertamos ya que ofrecemos departamento con áreas entre 50 a 120 m² y como lo afirma el cuadro son los de mayor aceptación por parte de los consumidores.

Gráfico 20: Preferencia de Precios por Venta

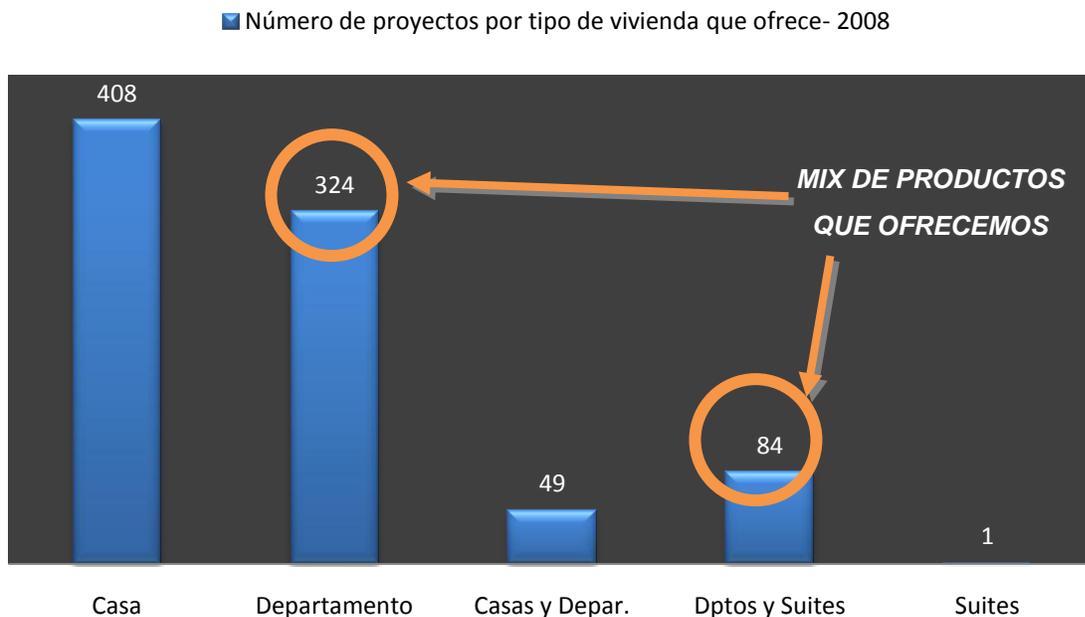


Fuente: MarketWatch. Intervenido por: Ana Gabriela Imbaquingo

De igual manera, la mayor parte de consumidores prefiere viviendas en el rango de precios de 10.000 a 75.000 dólares, y prefieren comprar a crédito. Aunque creo que no refleje el verdadero deseo de nuestro cliente potencial, que busca calidad y ubicación a un precio razonable. Ya que la mayoría de los encuestados que respondan a esta pregunta van a ser aspiraciones, tendencia a preferir precios bajos por mejores bienes.

En los últimos años ha existido una tendencia marcada de la gente por preferir las casas a los departamentos. Pero dadas las condiciones actuales de escasos de espacio físico en zonas centrales urbanas. Analizando el desarrollo inmobiliario en la ciudad de Quito, existen sectores de la ciudad donde definitivamente, dadas las condiciones de espacio físico, densificación y precios del m² de terreno el desarrollo de vivienda multifamiliar en altura (edificios) sustituyendo así la vivienda unifamiliar; como es el caso del sector de la Av. Republica del Salvador.

Gráfico 21: Proyectos por Tipo de Producto que Ofrece



Fuente MarketWatch. Intervenido por: Ana Gabriela Imbaquingo

Existen otros factores que han incidido en el cambio de preferencias, entre los principales tenemos:

- Los constructores, diseñadores y promotores han podido condensar todos los espacios vitales de una casa en áreas menores, fusionando las necesidades y preferencias del comprador de vivienda.
- Los consumidores prefieren viviendas de mejores precios y en lugares más céntricos, rodeadas de facilidades de transporte, comercio, educación y trabajo.
- La búsqueda incansable de mejorar la seguridad de la familia.
- Los altos precios del terreno, es otro factor para la decisión de la compra de un apartamento versus una casa, el porcentaje de incidencia sobre el precio de las unidades de vivienda es mucho mayor que en un edificio, donde se puede encontrar viviendas con la misma área y menor precio.

2.3. PERFIL DEL CLIENTE

Tabla 4: Descripción del Perfil de Posible Cliente

NIVEL SOCIO ECONOMICO	NSE A	NSE B	NSE C
% de personas de este nivel	5%	21%	42%
Tamaño del hogar	4	3.9	4.1
Dormitorios	3.8	2.7	2.2
Baños	4	2.1	1.3
Gasto promedio familiar x mes	Más de 2.500 usd.	700	412
Gasto en alimentos	430	200	160
Gasto en educación	340	90	35
Educación jefe de hogar	Universitaria/ posgrado	Universitaria	Secundaria
Ocupación	Empresario/ directivo	Comerciante/ ejecutivo	Dueño víveres, panadería, trab. operario
Auto Particular	83%	36%	8%
Internet	74%	25%	4%
Cable	76%	21%	8%
Tenencia Cuentas Bancarias	100%	100%	60%
Cuidado Salud	Privada	Privada/ Pública	Pública

Fuente: MarketWatch. Elaborado: Ana Gabriela Imbaquingo

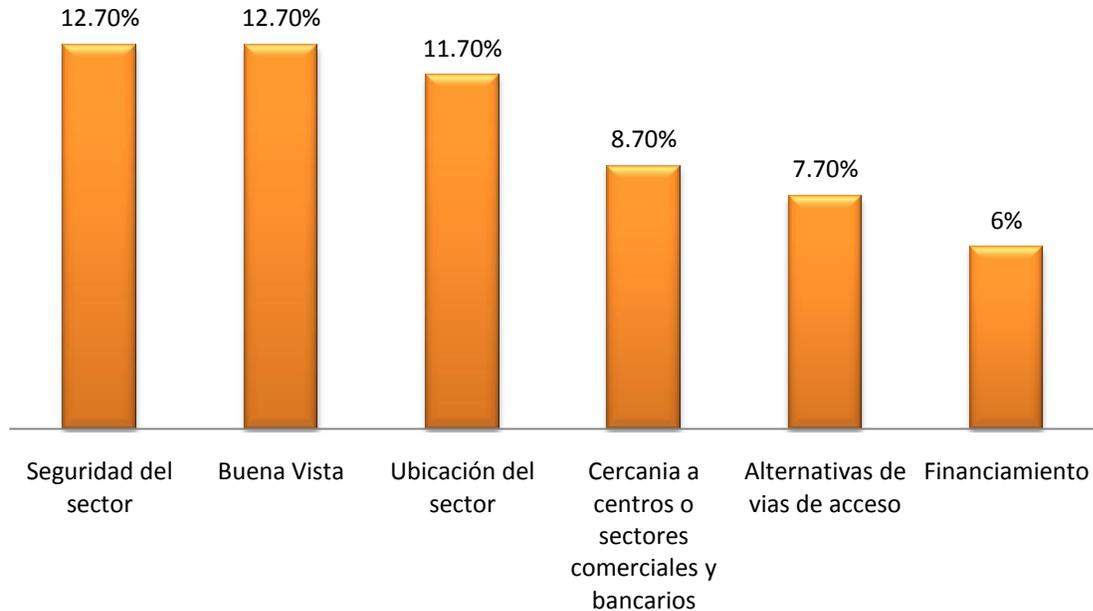
Como resumen de este cuadro podemos indicar que el perfil del cliente al que vamos a dirigir el proyecto Edificio Austria es del nivel A, debido a la ubicación del terreno a implantarse el mismo que está ubicado en uno de los sectores más exclusivos de la zona norte – centro de Quito.

Tabla 5: Preferencia del NSE en el Tamaño del Inmueble

	NSE		
	NSE A	NSE B	NSE C
Hasta 50 m2	7.14	5.06	11.86
De 51 m2 a 80 m2	7.14	22.78	37.29
De 81 m2 a 100 m2	14.29	25.32	32.20
De 101 m2 a 120 m2	35.71	30.38	16.95
De 121 m2 a 150 m2	7.14	12.66	
De 151 m2 a 180 m2	21.43	2.53	1.69
Más de 250 m2	7.14	1.27	

Fuente: Tesis de Gabriela Chávez 2009, MarketWatch. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

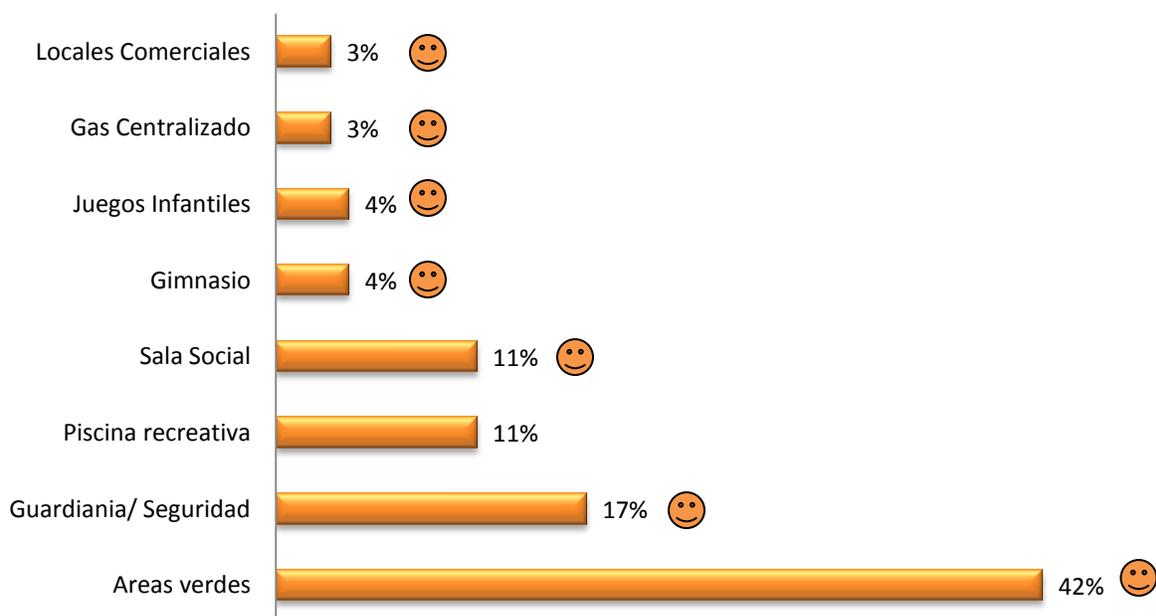
Gráfico 22: Características Importantes de la Vivienda nueva para el NSE A



Fuente: Ernesto Gamboa y Asoc. 2008. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Estas son las principales características que busca mi cliente meta en su nueva vivienda, de las cuales el edificio Austria cumple: seguridad, ubicación en uno de los mejores sectores de la ciudad, cercanía a todos los centros comerciales y bancarios, está rodeado por las principales arterias de la ciudad y fácil acceso desde cualquier lugar de la ciudad, y financiamiento hasta del 60% del costo de la vivienda con la entidad bancaria que el usuario prefiera, por lo que casi el 90% de los requerimientos que el usuario considera importantes los cumplimos.

Gráfico 23: Características de las Áreas Comunes



Fuente: Ernesto Gamboa y Asoc. 2008. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El edificio Austria estuvo diseñado no solo para satisfacer la necesidad de vivir, sino de comunidad y vida social que dentro de las necesidades humanas la interacción con sus semejantes es de importancia para desarrollarse, aprender y transmitir. Por lo que dota con espacios para desarrollar todas actividades y a la vez que el usuario las considera importantes.

Tabla 6: Características de los espacios de la Vivienda para el NSE A

Lo que busca el cliente NSE A	Lo que ofrece Edificio Austria
Área: mínimo 51 m2 y máximo 150m2	<input checked="" type="checkbox"/>
Número de dormitorios: 2 a 3	<input checked="" type="checkbox"/>
Número de baños: mínimo 2	<input checked="" type="checkbox"/>
Parqueadero mínimo 1	<input checked="" type="checkbox"/>
Instalaciones especiales, como cable e internet	<input checked="" type="checkbox"/>
Seguridad Privada	<input checked="" type="checkbox"/>
Áreas Sociales	<input checked="" type="checkbox"/>

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Nuestro cliente meta es del segmento alto y medio alto principalmente, que tiene las siguientes características:

- Matrimonios jóvenes de 25 a 40 años de edad, familias de 2 a 3 hijos
- Personas separadas o divorciadas,
- Personas que buscan su primera vivienda
- Inversionistas que buscan bienes raíces como inversión
- Personas nacionales y extranjeros que vienen por trabajo
- Familias modernas que buscan departamentos o suites de primera calidad, nuevos, en un edificio moderno e inteligente
- Familias que buscan estar en un sector central, cerca de la mayor zona económica y financiera
- Personas que buscan seguridad, y tienen las posibilidades de costear seguridad privada, sistemas electrónicos de control y vigilancia.
- Personas que pueden adquirir la vivienda a través de un financiamiento del 50 al 60%, y el resto de contado.
- Ingresos familiares líquidos entre 1800 a 3500 Usd.

Hasta finales de abril del 2010 se encuentra vendido el 70% del edificio, considerando que aún faltan 8 meses para concluir con la obra, la aceptación del edificio se debe en gran parte a que

todos los productos ofertados estuvieron basados en el estudio de la demanda de la clase media alta y alta, satisfaciendo sus requerimientos y necesidades de compra de vivienda.

2.4. COMPETENCIA

En la actualidad una de las zonas comerciales más importantes de la ciudad es el sector de La Carolina, donde se presentan los principales establecimientos comerciales y financieros, y este proyecto está dentro de esta zona, y esto ayudara a la buena acogida del proyecto.

El *gráfico 24* el crecimiento en la producción de bienes inmobiliarias ha tenido un crecimiento sostenido desde el 2000 hasta el 2008, pero después de este pico en la curva se ve un decrecimiento para el 2009 y por tendencia lo mismo ocurrirá para el 2010 y dependerá de las acciones económicas que desarrolle el gobierno y de acuerdo al desarrollo de la crisis mundial, aunque ya hay nuevas políticas de vivienda, crédito hipotecario y crédito al constructor a tasa nunca antes vistas tal vez harán que la curva de decrecimiento se detenga y más bien hay un repunte en el sector inmobiliario.

Gráfico 24: Índice de Crecimiento del Sector de la Construcción



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Para analizar la competencia directa del Proyecto Edificio Austria se recolectara la siguiente información, que nos servirá como parámetros de comparación y calificación de la oferta frente a nuestro proyecto, y son:

- Total de unidades por edificios
- Mix de productos
- Total de productos disponibles para la venta
- Áreas promedio por tipo de productos
- Áreas comunales
- Precio promedio por metro cuadrado
- Estado de avance de construcción, fecha de entrega.
- Características de los acabados
- Financiamiento

Tabla 7: Recopilación de Datos de la Competencia

FOTO	Nombre del Proyecto	Promotor	Constructor	Unidades	Áreas	Locales comerciales u oficinas	Precio por m2	Entrada/ cuotas/ entrega %	Número o Dormitorios	Extras
	Edificio Austria	Arcontec	Arcontec	27	58.1/ 85.37/ 86.93/ 118.51	1 oficina 2 locales	1100.00	10, 20, 70	1,2,3	Terraza de recreación, patio en planta baja de recreación, área comunal, área de BBQ.
	Plaza Arts	Vivienda Express	Uribes & Shwarzkopf	70	62.91/ 65/ 89.20/ 120.50	6 oficinas 4 locales	1289.00	10, 30, 60	1, 2,3, y Loft	Terraza de recreación abierta, con excelente vista de la ciudad, área de BBQ, gimnasio, jacuzzi, baño sauna, zona de descanso (Spa)

	Edificio Samoa	RFS	RFS	35	58/ 80/ 132	3 locales	1163.0	20, 20, 60	Suite, 2 y 3	Diseño Moderno, acabados de primera, Gas y Agua caliente centralizado, generador eléctrico, puertas de acceso con sistema magnético
	Grand Victoria	Urbi Casa	Urbi Casa	48	63/ 88/ 162/ 411	Oficinas y Locales	1219.00	10, 30, 60	Suite, 2, 3 y pentho use	Áreas recreativas comunales, gimnasio, sauna turco e hidromasaje, guardianía y video vigilancia, iluminación interior y exterior controlados con sensores, cableado estructurado
	Edificio Livorno	Dinámica	Dinámica	29	43/ 63/ 88/ 162	3 locales	1340.63	10, 30, 60	Suite, 2 y 3	dispone de gimnasio equipado, jardín con juegos infantiles, terraza comunal con área de BBQ, guardianía vigilancia 24 horas
	Edificio Kandisnk y	Rosero y Asociados	Rosero y Asociados	48	48.14/ 78.58/ 132	10 locales	1150.00	10, 30, 60	Suite, 2 y 3	Salón comunal, espacio recreativo exclusivo para niños, plaza lúdica de entretenimiento, área de BBQ en terraza, jacuzzi, sauna y gimnasio

	Norland			82	75/ 101/ 150	2 locales	1220.00	10, 30, 60	Suite, 2 y 3	Gimnasio, Sauna, turco, área verde, juegos infantiles, áreas de Bar-BQ. salón comunal.
--	---------	--	--	----	--------------------	--------------	---------	---------------	-----------------	--

Fuente y Elaboración: Ana Gabriela Imbaquingo

Los 6 proyectos analizados como competencia directa, se los ha escogido de 17 proyectos que se encuentran en la zona y que están en estado de construcción. Para la elección de la oferta directa se tomo en cuenta su cercanía al proyecto, su estado de avance de construcción y por el mix de productos que ofrece.

Tabla 8: Mix de Productos que Ofrece la Competencia comparada con el requerimiento del perfil del Cliente Meta

PROYECTO	LO QUE PIDE EL PERFIL DEL CLIENTE	TIPO DE DEPARTAMENTOS QUE OFRECE	LO QUE PIDE EL PERFIL DEL CLIENTE	AREA PROMEDIO POR TIPO DE DEPARTAMENTO DE LA OFERTA
Edificio Austria	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios	51 a 150 m2	1 dorm. 58 m2 2 dorm. 87 m2 3 dorm. 120 m2
Grand Victoria	2 y 3 dormitorio	1,2,3 dormitorios y un penhouse	51 a 150 m2	1 dorm. 63 m2 2 dorm. 88 m2 3 dorm. 140 m2 Penhouse 400 m2
Livorno	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios	51 a 150 m2	1 dorm. 43 m2 2 dorm. 88 m2 3 dorm. 162 m2
Samoa	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios	51 a 150 m2	1 dorm. 58 m2 2 dorm. 88 m2 3 dorm. 130 m2
Kandinsky	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios	51 a 150 m2	1 dorm. 58 m2 2 dorm. 87 m2 3 dorm. 120 m2
Norland	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios	51 a 150 m2	1 dorm. 48 m2 2 dorm. 78 m2 3 dorm. 132 m2
Plaza Arts	2 y 3 dormitorio	1, 2, 3 dormitorios y lofts	51 a 150 m2	1 dorm. 62 m2 2 dorm. 89 m2 3 dorm. 120 m2 Lofts 65 m2

Elaborado: Ana Gabriela Imbaquingo

Hay que tener en cuenta que para definir el tamaño del producto no solo lo determina el deseo del posible cliente sino también lo que esta ofertando la competencia directa, la tabla de comparación anterior re afirma que el Edificio Austria no solo se está dentro de los parámetros dictados por el perfil del cliente sino también de la competencia

Ya de los 6 proyectos seleccionados solo uno poseen una cantidad similar de departamentos disponibles para venta, como lo que ofrece el Edificio Austria.

Tabla 9: Departamentos Disponible para la Venta

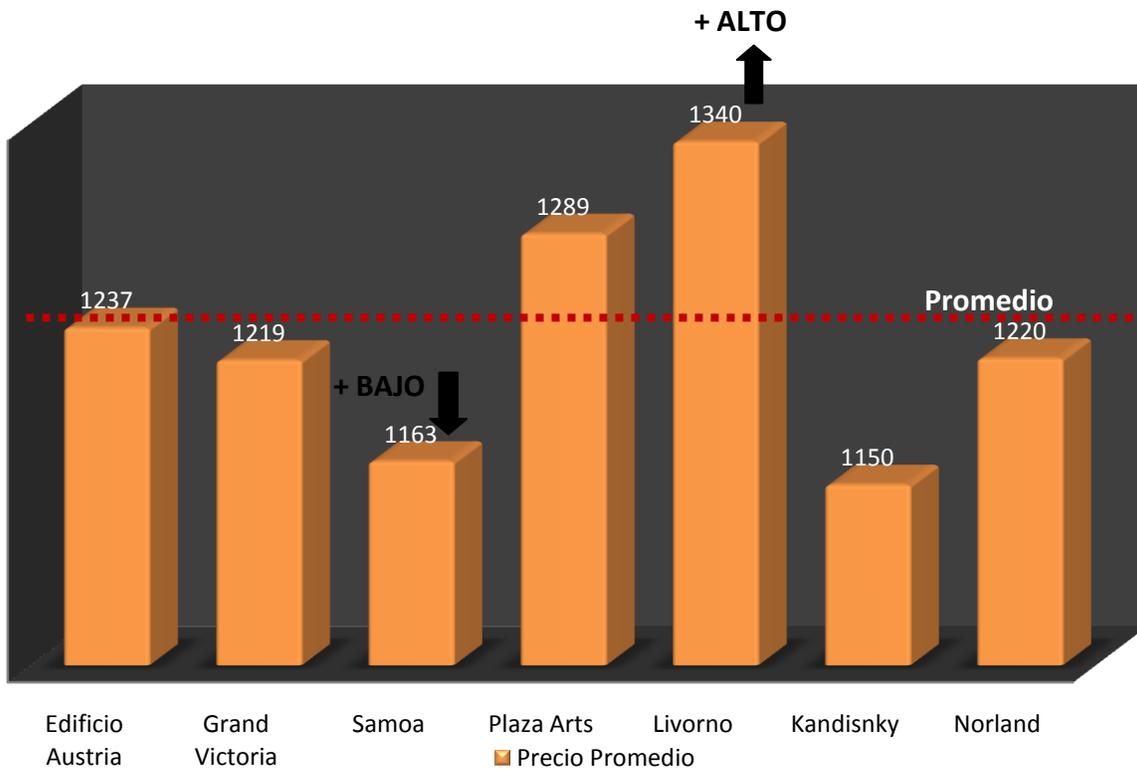
PROYECTO	TOTAL DE DTOS	DTOS. DISPONIBLES a Mayo 2010	% DE DISPONIBILIDAD
Edificio Austria	27	5	19%
Grand Victoria	48	2	4%
Livorno	29	6	21%
Samoa	35	12	34%
Kandinsky	48	6	13%
Norland	82	45	55%
Plaza Arts	70	3	4%

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Para establecer el precio de venta por metro cuadrado de la construcción se tomara en cuenta los precios de la competencia presente en el sector, por la ubicación del edificio y su cercanía a la Avenida Republica del Salvador o 6 de Diciembre, o por la oferta de un producto diferenciado, que más bien esta variación depende en gran parte por los niveles de acabados más no por nuevos productos es decir de la calidad.

En el caso de vivienda en altura el precio de los bienes varía por la ubicación dentro del edificio y en el nivel en el que se encuentre, por lo que para hacer la comparación con la oferta tomare en cuenta un precio promedio.

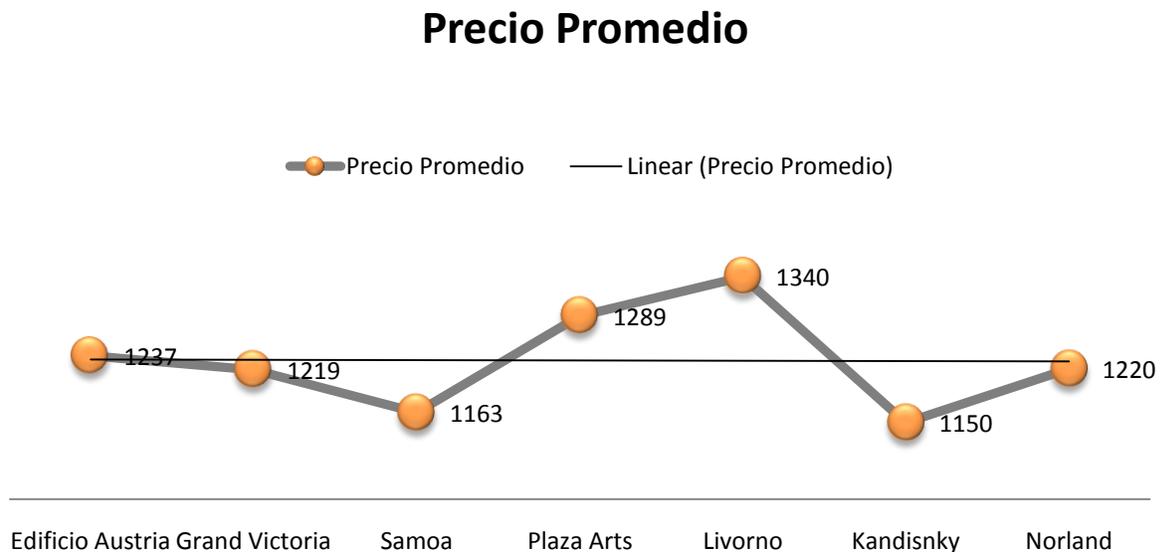
Gráfico 25: Precio Promedio de la Competencia



Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El precio promedio de venta por metro cuadrado dado por el análisis de observación de la competencia es de 1230.17 Usd. y el Edificio Austria a la par de este precio, si bien puede ser una ventaja competitiva que se ha reflejado en la velocidad de venta, puede ser una desventaja porque se podía sacar mayor utilidad, subir el precio, que el mercado si lo soportará, eso lo comprobaremos en próximos capítulos.

Gráfico 26: Precio Promedio



Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El precio de venta ponderado del Edificio Austria esta en la línea promedio del precio de la competencia del sector.

En el sector de La Republica del Salvador se encontraron 11 proyectos de edificios de apartamentos, combinados con oficinas y locales comerciales, todos se encuentran en obra muerta, es decir al mismo nivel que el Edificio Austria, no se ha analizado edificios con inmuebles terminados o listos para la entrega, ya que no los considero competencia directa.

Tabla 10: Fecha de entrega de los Inmuebles

PROYECTO	FECHA DE ENTREGA
Edificio Austria	Diciembre 2010
Grand Victoria	Agosto 2010
Livorno	Enero 2011
Samoa	Julio 2011
Kandinsky	Marzo 2011
Norland	Junio 2011
Plaza Arts	Agosto 2010

Elaborado: Ana Gabriela Imbaquingo

Todos los proyectos ofrecen buenos acabados como pisos de tablón o tabloncillo en las áreas sociales, alfombra anti- alérgica o piso flotante en dormitorios, y porcelanato en baños y cocinas. Mesones de cocina en granito, grifería de lujo, el Edificio Austria sigue con esta tendencia de acabados sin ofrecer un producto diferenciado que justifique un precio diferente.

Tabla 11: Tabla de Acabados

PROYECTO	ACABADOS INTERIORES
Edificio Austria	Piso: madera solida área social, alfombra área privada. Baños: cerámica española de primera piso y paredes, grifería F.V., muebles sanitarios F.V. Cocina: cerámica española de primera piso y paredes, grifería F.V., mesones de granito, muebles altos y bajos.
Grand Victoria	Piso: madera solida área social, alfombra tipo bucle área privada. Baños: cerámica piso y paredes, grifería Italiana, muebles sanitarios briggs Cocina: cerámica piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.
Livorno	Piso: madera solida área social, alfombra antialérgica área privada. Baños: Porcelanato piso y paredes, grifería F.V, muebles sanitarios F.V. Cocina: cerámica española piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.
Samoa	Piso: madera solida área social, alfombra tipo bucle área privada. Baños: cerámica española piso y paredes, grifería Italiana, muebles sanitarios briggs Cocina: cerámica española piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.
Kandinsky	Piso: madera solida área social, alfombra tipo bucle área privada. Baños: porcelanato piso y paredes, grifería Italiana, muebles sanitarios briggs Cocina: porcelanato piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.
Norland	Piso: madera solida área social, alfombra tipo bucle área privada. Baños: porcelanato piso y paredes, grifería Italiana, muebles sanitarios briggs Cocina: porcelanato piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.
Plaza Arts	Piso: madera solida área social, alfombra tipo bucle área privada. Baños: cerámica piso y paredes, grifería Italiana, muebles sanitarios briggs Cocina: cerámica piso y paredes, grifería Italiana, mesones de granito, muebles altos y bajos.

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El cliente al que están apuntados todos estos proyectos exigen acabados de lujo o semi lujo y totalmente instalados.

La mayoría de proyectos poseen áreas comunales en terraza o planta baja, seguridad 24 horas, salas comunales, estacionamientos en subsuelo, estacionamientos para visitas, sauna hidromasaje, área de BBQ, gimnasio, agua caliente y gas centralizado. Ninguno ofrece piscina o canchas porque lo lotes son reducidos.

Tabla 12: Áreas Comunales y Servicios

AREAS COMUNALES Y SERVICIOS	Austria	Grand Victoria	Livorno	Samoa	Plaza Arts	Kandinsky	Norland
Piscina	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Sauna/ Turco	NO	SI	NO	NO	SI	NO	SI
Gimnasio	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Hidromasaje	NO	SI	SI	NO	SI	NO	NO
Cancha Cubierta	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Cancha Aire Libre	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Area Comunal	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Areas Verdes	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Cisterna	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI
Generador	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO
Ascensores	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Estacio. Visitas	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Gas centralizado	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Conjunto cerrado	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Caseta de guardia	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Intercomunicadores	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Alarmas	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Se puede constatar del análisis del sector de la Republica del Salvador que los departamentos muy grandes no tienen la misma velocidad de absorción que los pequeños, como suite o hasta dos dormitorios. El precio promedio por departamento con bodega y parqueadero es de 1238.45 Usd. por metro cuadrado.

Tabla 13: Velocidad de Ventas

PROYECTO	TOTAL DE DTOS	DTOS. DISPONIBLES a MAYO 2010	TIEMPO DE VENTA (MESES)	UNIDADES VENDIDAS POR MES
Edificio Austria	27	5	14	1.57
Grand Victoria	48	2	14	3.29
Livorno	29	6	9	2.56
Samoa	35	12	11	2.09
Kandinsky	48	6	11	3.82
Norland	82	45	5	7.40
Plaza Arts	70	3	11	6.09

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

En la tabla 13 se evidencia que la velocidad de venta del Edificio Austria es la más lenta pero hay que considerar que la totalidad de proyectos de la competencia son de grandes promotoras muy conocidas, que importan grandes sumas de dinero en publicidad y eso ha influido en el momento de vender, y para Arcontec es el primer proyecto que hace en la zona mientras que los otros promotores ya tiene experiencia en el sector y el cliente al que está dirigido.

Tabla 14: Promotores

PROYECTO	PROMOTOR
Edificio Austria	ARCONTEC
Grand Victoria	Urbi Casa
Livorno	Dinamica / H&H
Samoa	RFS
Kandinsky	ING. Jorge Rosero
Norland	New City Developers
Plaza Arts	Vivienda Express

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

En casi todos los proyectos se vende parqueaderos extras, y el precio promedio es de 7137.50 con un área promedio de 12,5 m²; y bodega con un área promedio de 4.5 m² es de 2079.04 Usd, todos ofrecen el departamento con un parqueadero y una bodega ubicado todo en subsuelo, a pesar de que los estudios indiquen que se requieren 1.9 parqueaderos por unidad a la venta (Ernesto Gamboa y Asoc. 2008).

La forma de pago más común es de crédito directo con la constructora o promotora cuyos pagos deben ser 10% de reserva, 30% en cuotas mensuales cuyos montos dependen de la etapa de construcción y la fecha de entrega del departamento.

El saldo restante del 60% en la mayoría se tramitara a través de un crédito hipotecario con cualquier institución financiera a un plazo máximo de 15 años y a una tasa no mayor al 11%.

Imagen 1: Ubicación Geográfica de la Competencia



Fuente: Google Earth. Intervenido por: Ana Gabriela Imbaquingo

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:		Grand Victoria			
DIRECCION:		Calle Austria N 34-30 Y Checoslovaquia			
					Constructor
					Urbicasa
					Arquitecto
					Urbicasa
					Vendedor
					Urbicasa
				Telefonos	
				2496- 301/ 2448-226	
				Barrio	
				Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris	
				Fecha de Entrega	
				Agosto 2010	
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda		Departamentos en Edificios Aislados			
Estratificacion de zona		Residencial Alta			
Entorno		Edificaciones altas en buen estado.			
Demografia de la zona		Altamente consolidado			
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	Si	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	Si	Generador	No	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	Si	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Acero		
Area Verde	Si	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Madera solida		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra tipo bucle		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Ceramica tipo Graiman		Ceramica tipo Graiman	
Banos		Ceramica tipo Graiman		Ceramica tipo Graiman	
ACABADOS EXTERIORES					
PISOS		PAREDES		CUBIERTA	
Ceramica de hormigon		Grafado de color y ACM		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %		10 CUOTA %		30 CONTADO O FINANCIADO %	
				60	
DEPARTAMENTOS					
	Suite	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 5
Area m2	64	88	93	117	162
Numero de dormitorios	1	2	2	3	3
Parqueo	1	1	1	1	1
Bodega	1	1	1	1	1
Precio	69.600,00	107700	110600	134100	

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:		Livorno			
DIRECCION:		Calle Moscu y Checoslovaquia esquina.			
			Constructor		
			Dinamica de Construccion S.A		
	Arquitecto			Dinamica de Construccion S.A	
	Vendedor			Dinamica de Construccion S.A	
	Telefonos			2 601 8610	
	Barrio			Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris	
Fecha de Entrega					ene-11
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda		Departamentos en Edificios Aislados			
Estratificacion de zona		Residencial Alta			
Entorno		Edificaciones altas en buen estado.			
Demografia de la zona		Altamente consolidado			
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	Si	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	No	Generador	No	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	Si	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Hormigon Armado		
Area Verde	Si	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Madera solida		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra antialergica		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Porcelanato		Porcelanato	
Banos		Ceramica		Ceramica	
ACABADOS EXTERIORES					
PISOS		PAREDES		CUBIERTA	
Granito lavado		Pintura		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %	10	CUOTA %	30	CONTADO O FINANCIADO %	60
DEPARTAMENTOS					
	Suite	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 5
Area m2	63	76,06	162		
Numero de dormitorios	1	2	3		
Parqueo	1	1	1		
Bodega	1	1	1		
Precio	59.059,50	91.644,80			

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:		Samoa			
DIRECCION:		Av. Republica del Salvador y Moscu			
	Constructor		RFS Constructora		
	Arquitecto		RFS Constructora		
	Vendedor		RFS Constructora		
	Telefonos		222-6287		
	Barrio		Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris		
	Fecha de Entrega		Julio 2011		
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda		Departamentos en Edificios Aislados			
Estratificacion de zona		Residencial Alta			
Entorno		Edificaciones altas en buen estado.			
Demografia de la zona		Altamente consolidado			
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	No	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	No	Generador	No	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	No	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Hormigon Armado		
Area Verde	No	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Madera solida		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra tipo bucle		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Porcelanato		Ceramica	
Banos		Porcelanato		Ceramica	
ACABADOS EXTERIORES		PAREDES		CUBIERTA	
PISOS		Fachaleta y pintura		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %	20	CUOTA %	20	CONTADO O FINANCIADO %	60
DEPARTAMENTOS					
	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 5
Area m2	124	85,4	76,3	58,3	
Numero de dormitorios	3	2	2	1	
Parqueo	1	1	1	1	
Bodega	1	1	1	1	
Precio				71.211,00	

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:		Plaza Arts			
DIRECCION:		Av. 6 de Diciembre y Porugal esquina			
		Constructor			
		Uribes & Shwarzkopf			
		Arquitecto			
		Uribes & Shwarzkopf			
		Vendedor			
		Vivienda Express			
		Telefonos			
		246- 8683			
		Barrio			
		Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris			
		Fecha de Entrega			
		Agosto 2010			
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda		Departamentos en Edificios Aislados			
Estratificacion de zona		Residencial Alta			
Entorno		Edificaciones altas en buen estado.			
Demografia de la zona		Altamente consolidado			
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	Si	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	Si	Generador	Si	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	Si	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Hormigon Armado		
Area Verde	Si	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Piso Flotante		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra anti alergenic		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Ceramica		Ceramica	
Banos		Ceramica		Ceramica	
ACABADOS EXTERIORES					
PISOS		PAREDES		CUBIERTA	
Baldosas de piedra		Pintura y ventanales en aluminio		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %		10 CUOTA %		30 CONTADO O FINANCIADO %	
				60	
DEPARTAMENTOS					
	TIPO A	TIPO B	TIPO C	TIPO D	TIPO E
Area m2	89	48,5	72	63	66
Numero de dormitorios	3	1	2	1	2
Parqueo	1	1	1	1	1
Bodega	1	1	1	1	1
Precio	62.483,71				

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:	Kandinsky				
DIRECCION:	Calle Luxemburgo y Holanda				
	Constructor				
	Ing. Jorge Rosero y Asociados				
	Arquitecto				
	Ing. Jorge Rosero y Asociados				
	Vendedor				
	Ing. Jorge Rosero y Asociados				
	Telefonos				
224-3129/ 224-2616					
Barrio					
Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris					
Fecha de Entrega					
Marzo 2011					
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda	Departamentos en Edificios Aislados				
Estratificacion de zona	Residencial Alta				
Entorno	Edificaciones altas en buen estado.				
Demografia de la zona	Altamente consolidado				
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	No	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	No	Generador	No	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	No	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Hormigon Armado		
Area Verde	Si	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Duela o Tabloncillo		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra fibra Americana		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Ceramica		Ceramica	
Banos		Ceramica		Ceramica	
ACABADOS EXTERIORES					
PISOS		PAREDES		CUBIERTA	
Baldosa de Piedra		Pintura y revestimientos de piedra		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %	10	CUOTA %	30	CONTADO O FINANCIADO %	60
DEPARTAMENTOS					
	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 5
Area m2	119,02	78,58	48,68	132,32	
Numero de dormitorios	3	2	1	3	
Parqueo	1	1	1	1	
Bodega	1	1	1	1	
Precio				161.793,00	

FICHA DE DATOS					
PROYECTO:	Edificio Nordland				
DIRECCION:	Calle Noruega y Suecia				
	Constructor				
	New City Developers				
	Arquitecto				
	Arquigem				
	Vendedor				
	Marco Nieto				
	Telefonos				
246- 5582/ 097103682					
Barrio					
Sector Av. Republica del Salvador, entre Av. Portugal y Av de Los Shyris					
Fecha de Entrega					
Junio 2011					
DATOS URBANOS					
Tipo de vivienda	Departamentos en Edificios Aislados				
Estratificacion de zona	Residencial Alta				
Entorno	Edificaciones altas en buen estado.				
Demografia de la zona	Altamente consolidado				
RECREACION		SERVICIOS ADICIONALES		SEGURIDAD	
Piscina	No	Cisterna	Si	Conjunto cerrado	Si
Sauna/ Turco	Si	Generador	No	Caseta de guardia	Si
Gimnasio	Si	Ascensores	Si	Intercomunicadores	Si
Hidromasaje	No	Estacionamiento Visitas	Si	Alarmas	Si
Canchas cubiertas	No	Gas Centralizado	Si	Equipos incendios	Si
Canchas aire libre	No	OBRA GRIS			
Area Comunal	Si	Estructura	Sismo resistente en Hormigon Armado		
Area Verde	Si	Mamposteria	Bloque pomez prensado		
MUEBLES					
Closet	Si	Cocina	Si	Banos	Si
ACABADOS INTERIORES		PISOS		PAREDES	
Sala comedor		Madera solida		Pasteadas y pintadas con color	
Dormitorio		Alfombra tipo bucle		Pasteadas y pintadas con color	
Cocina		Porcelanato		Ceramica	
Banos		Porcelanato		Ceramica	
ACABADOS EXTERIORES					
PISOS		PAREDES		CUBIERTA	
Hormigon		Pintura y Ventanales color negro		Hormigon armado	
FORMA DE PAGO					
ENTRADA %	20	CUOTA %	20	CONTADO O FINANCIADO %	60
DEPARTAMENTOS					
	Suite	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 5
Area m2	52,36	72	83	97	160
Numero de dormitorios	1	2	2	3	3
Parqueo	1	1	1	1	1
Bodega	1	1	1	1	1
Precio	69.072,40	84.240,00	97.110,00	103.790,00	171.200,00

2.5 VALORACION DE LA COMPETENCIA

Para el comprador el precio no es solamente el valor monetario, sino el valor que percibe a cambio de una superficie conjuntamente con una calidad y servicios (Hipólito Serrano. Material de Clase 2010)

Tabla 15: Valoración Edificio Grand Victoria

EDIFICIO	Grand Victoria	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		2,80	10%	0,28
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		3,00	20%	0,60
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunales			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,00	30%	0,90
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,50	20%	0,70
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escales y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
	TOTAL DE VALORACIÓN		100%	3,08

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 16: Valoración del Edificio Livorno

EDIFICIO	Livorno	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		2,80	10%	0,28
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		4,00	20%	0,80
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,50	30%	1,05
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		4,00	20%	0,80
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
TOTAL DE VALORACIÓN			100%	3,53

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 17: Valoración del Edificio Samoa

EDIFICIO	Samoa	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		3,00	10%	0,30
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		3,00	20%	0,60
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		4,00	30%	1,20
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,50	20%	0,70
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
TOTAL DE VALORACIÓN			100%	3,40

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 18: Valoración del Edificio Plaza Arts

EDIFICIO	Samoa	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		3,00	10%	0,30
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		3,00	20%	0,60
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,20	30%	0,96
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,05	20%	0,61
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
		TOTAL DE VALORACIÓN	100%	3,07

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 19: Valoración Edificio Kandinsky

EDIFICIO	Kandinsky	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		2,30	10%	0,23
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		2,80	20%	0,56
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,22	30%	0,97
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,20	20%	0,64
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
TOTAL DE VALORACIÓN		100%	3,00	

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 20: Valoración Edificio Nordland

EDIFICIO	Edificio Nordland	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		2,80	10%	0,28
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		3,00	20%	0,60
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,20	30%	0,96
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,80	20%	0,76
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
TOTAL DE VALORACIÓN		100%	3,20	

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 21: Valoración Edificio Austria

EDIFICIO	Edificio Austria	ATRIBUTO	PORCENTAJE	HOMOLOGACION
ENTORNO		2,80	10%	0,28
	Zona			
	Comunicación			
	Servicios			
EDIFICIO		3,00	20%	0,60
	Arquitectura			
	Identificación			
	Calidad del proyecto			
	Calidad de la construcción			
	Vestíbulo o ingreso común			
	Zonas Comunes			
	Conectividad			
DEPARTAMENTOS		3,50	30%	1,05
	Superficie			
	Distribución interior			
	Acabados			
	Iluminación			
SERVICIOS		3,00	20%	0,60
	Estacionamientos			
	Seguridad			
	Mantenimiento			
	Escalas y Sistema Contra Incendios			
ECONOMICO		3,00	20%	0,60
	Precio			
	Financiamiento			
TOTAL DE VALORACIÓN			100%	3,13

Fuente: Hipólito Serrano, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

2.4.1. FORTALEZAS DE LOS COMPETIDORES

- La mayor parte de los competidores tienen aéreas comunales más grandes y mejor equipadas.
- Posibilidad de cambios en los acabados interiores de cada departamento
- Grandes Constructoras y Promotoras que ya marca referencia en el mercado, de fácil reconocimiento por parte de los clientes.
- Nuevo concepto de suite llamada Loft, un poco más amplias y modernas, que han tenido gran aceptación por parte del comprador.
- Mejor diseño arquitectónico, a nivel de edificio.
- Algunos tienen fecha de entrega en el 2011 y eso significa más cuotas de menor costo para cubrir el valor de entrada.

2.4.2 DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

- La mayoría ofrecen departamentos de gran área que son más difíciles de vender y que no corresponden a las necesidades del cliente potencial en esa zona.
- La mayoría no tiene departamento modelo, excepto Samboa y Grand Victoria.
- Precio promedio por metro cuadrado mucho mayor.
- La forma de financiamiento es con un 40% de entrada.
- Todos usamos la misma estrategia de comercialización apostándole en completo a la Sala de Ventas

2.6. ANALISIS FODA

FORTALEZAS

1. Mix de productos de acuerdo a la demanda, departamentos, suites y locales comerciales.
2. Seguridad, es un edificio con guardianía en la entrada, garaje con control, puerta principal vigilada, sistema de vigilancia a través de cámaras, e intercomunicadores.
3. Parqueaderos cubiertos para los propietarios y parqueaderos de visitas

4. Distribución interna del edificio funcional, todos los departamentos tiene dos frentes de ventanas.
5. Pocas unidades de departamentos lo que da exclusividad.
6. Precio de venta bajo la media
7. Sala de ventas en el mismo edificio
8. Financiamiento del proyecto asegurado
9. Tiempo de entrega antes del programado.

DEBILIDADES

1. El área comunal no tiene buen diseño ni ofrece buenos servicios
2. No brinda financiamiento directo por el total de costo de la unidad
3. No tiene departamento modelo
4. Falta de experiencia por el personal de ventas
5. Diseño arquitectónico no muy atractivo
6. No posee buenas vistas, zona muy densificada en altura

OPORTUNIDADES

1. Ubicado en uno de las zonas más exclusivas de la ciudad
2. A pocos pasos del sector comercial, financiero y recreativo de la ciudad
3. Bajas tasas de interés para créditos hipotecarios.
4. Créditos del IESS
5. Fácil acceso desde cualquier punto de la ciudad y servicio de transporte público cercano.

AMENAZAS

1. Crisis económica a nivel nacional y mundial, aun no superada
2. Políticas económicas nacionales más dirigidas a otro tipo de vivienda y usuario.
3. Muchos proyectos terminados y aun no vendidos en su totalidad.
4. Casi el 80% de los proyectos considerados como competencia directa están respaldados por grandes constructoras o promotoras.
5. La mayoría de los proyectos han invertido grandes cantidades de dinero en publicidad.
6. Los competidores poseen un equipo de ventas especializado.

2.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Las conclusiones son las repuestas a los objetivos planteados al inicio del capítulo los cuales era:

- Definir el perfil del cliente meta
- Conocer el tamaño indicado del bien a construir.
- Estimar el potencial del mercado y la participación en el mismo.
- Evaluar la satisfacción, comportamiento, preferencias y necesidades de compra de los potenciales clientes.
- Fijar los precios de los productos.
- Determinar los posibles canales de distribución y de las actividades de promoción
- Identificar oportunidades y amenazas del sector inmobiliario

Una vez que hemos definido el perfil del cliente meta a través de los estudios de la demanda, y que es lo que más prefieren las familias de ahora, el edificio Austria está dirigido a un cliente meta de nivel socio económico alto y medio alto, no más de 4 miembros de familia, solteros o parejas jóvenes con un ingreso mensual mayor a 2700 Usd.

Comparamos con la preferencia del cliente meta y con lo que estamos ofreciendo. De esto podemos concluir que el edificio Austria ofrece un mix de productos que está dentro de las necesidades del perfil del cliente que hemos llamado cliente meta. Ofrecemos productos que no sobrepasen los 120 m², con un parqueadero cubierto, de uno a dos baños, 1 a 3 dormitorios, áreas comunales, servicios de vigilancia y seguridad, todo esto está dentro de las preferencias de una vivienda nueva para el segmento de mercado al que nos estamos dirigiendo.

Estimamos los precios promedios por metro cuadrado de la competencia y su velocidad de venta, los cuales nos ayudaran a fijar el precio de venta del Edificio Austria, así como también nos ha permitido apreciar la calidad de cada uno de los proyectos de la competencia y servicios comunales.

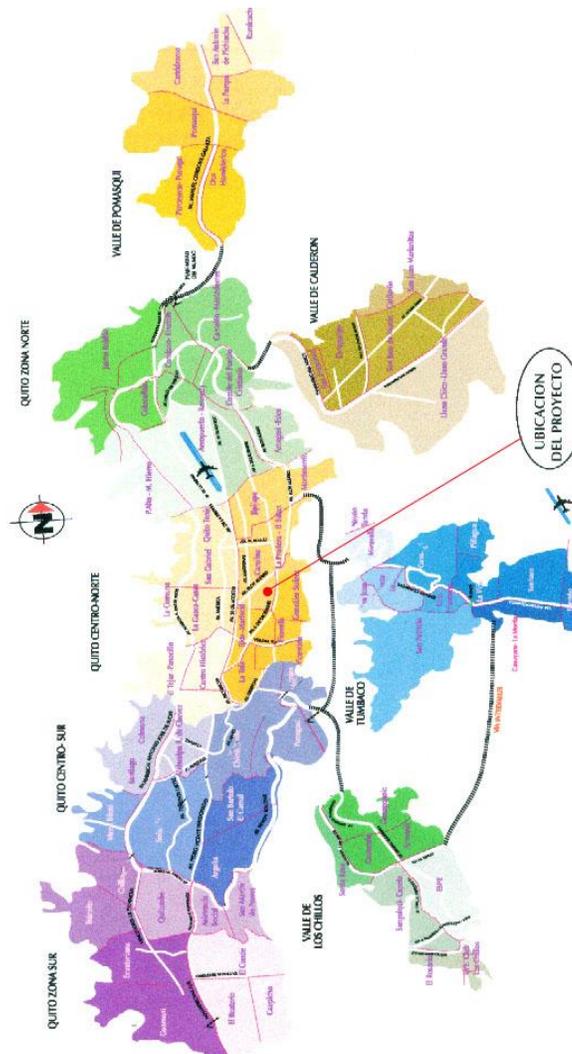
Al evaluar la competencia a parte de darnos una pauta de precios, tamaños de productos, acabados, también no dan datos para ver como promocionamos nuestro proyecto usando los mismos canales de distribución para llegar al mismo cliente target.

Al concatenar este capítulo de estudio de mercado con el anterior de estudio macroeconómico concluimos que están profundamente relacionados, que el sector constructivo e inmobiliario fluctúa de la mano con lo que pasa en el país y en el mundo, y esto afecta al usuario, su tiempo para decidir la compra, el precio de la unidad a adquirir, y el porcentaje de absorción del sector.

3. COMPONENTE TECNICO

3.1. UBICACION

Imagen 2: Ubicación del Proyecto



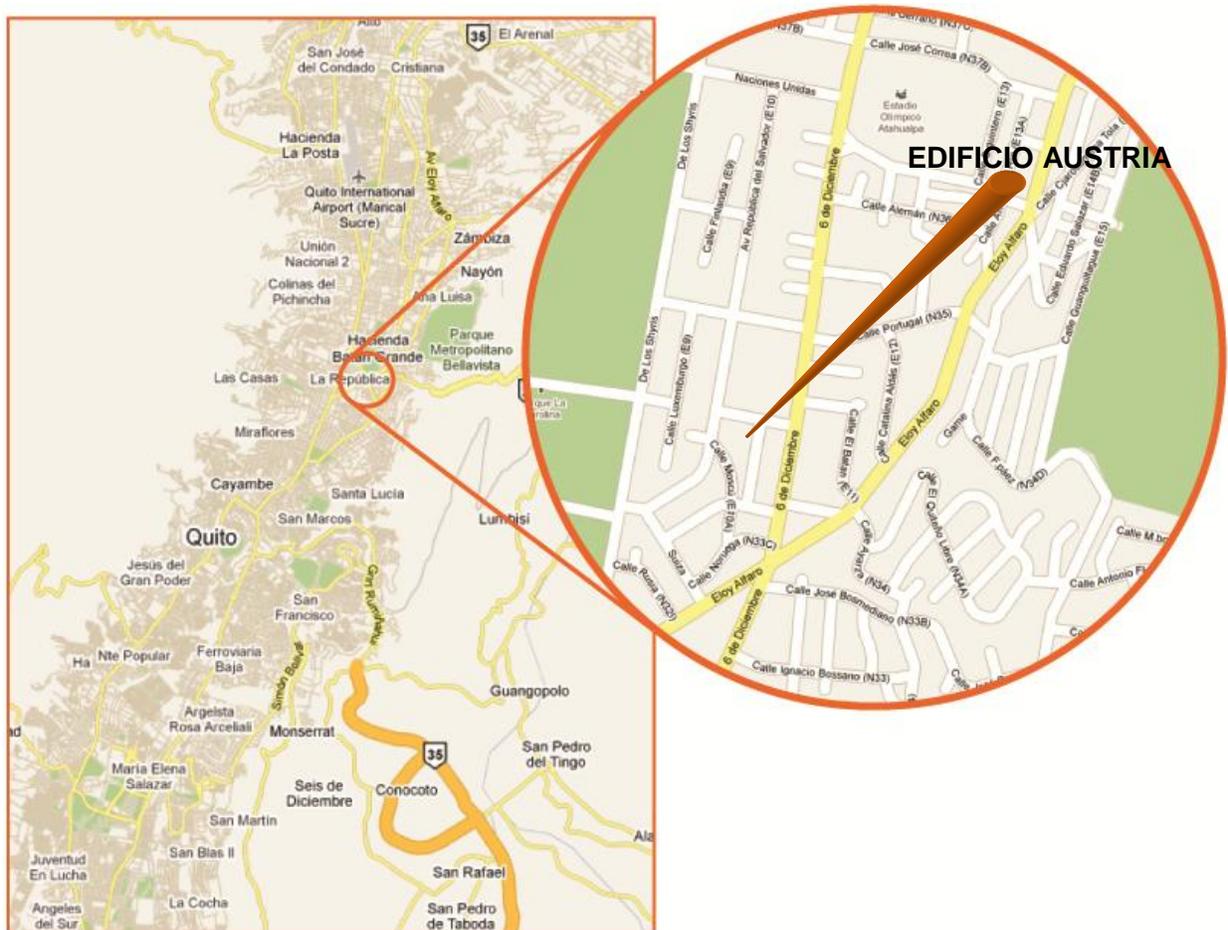
Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

3.1.1. CARACTERISTICAS DEL TERRENO

El terreno destinado para el proyecto inmobiliario se ubica frente a la calle Austria entre Irlanda y Checoslovaquia, en la parroquia El Batán, barrio Ciudadela Benalcazar.

El terreno donde se va implantar el proyecto Edificio Austria tiene una superficie de 607 m².

Imagen 3: Ubicación del Edificio Austria



Fuente Google Maps, Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

El terreno para el proyecto limita:

Norte, Sur y Oeste por propiedades particulares y por Occidente la calle Austria, su frente es de 19.90 m y 30.13 m de profundidad.

El soleamiento es de frente a posterior lo que significa que la fachada frontal del edificio recibirá sol de la mañana y la posterior sol de la tarde.

Según la normativa el proyecto está ubicado en la zona A23 (A-610 -50)

3.1.2. INFORME DE REGULACION MUNICIPAL

Tabla 22: IRM

IRM			
Nombre del Propietario	ARCONTEC CIA. LTDA	C.I.	1792107482001
Clave catastral	1090604001001001001	No. Predio	1272519
IRM No.	264178	Fecha	8 de Mayo 2010
Zona Administrativa	Norte	Parroquia	Iñaquito
Área del Terreno	600 m2	Calle	Austria
Zonificación	A23 (A 610-50)	Cos PB 50%	COS TOTAL 500%
Uso Principal	R3 Residencial alta densidad		

Fuente: ARCONTEC, Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Según la normativa el proyecto está ubicado en la zona A23 (A-610 -50)

Tabla 23: ZONIFICACIÓN A 23 (A 610-50)

PARAMETROS	ZONA A 610 - 50	EDIFICIO AUSTRIA
Pisos	10	10
Metros	30	30
RETIROS		
Frontal	5 metros	5
Lateral	3 metros	3
Posterior	3 metros	5
Entre bloques	6 metros	
COS- PB	50%	34.13 %
COS- TOTAL	500%	479,19%
Lote mínimo	600 m2	600 M2
Frente mínimo	15 metros	19.90

Fuente: http://www.quito.gov.ec/lotaip/cat_view/37ordenanzas.html?orderby=dmdate_published&ascdesc=D
 ESC, 15/ 04/ 2010.

3.1.3. ACCESOS

En sentido norte sur se puede acceder por la Avenida 6 de Diciembre, pasando el redondel del la Naciones Unidas y 6 de Diciembre, otra ruta es ingresando a la Avenida Republica del Salvador pasando la Avenida Portugal, accediendo por la calle Irlanda.

Plano 1: Accesos al Edificio

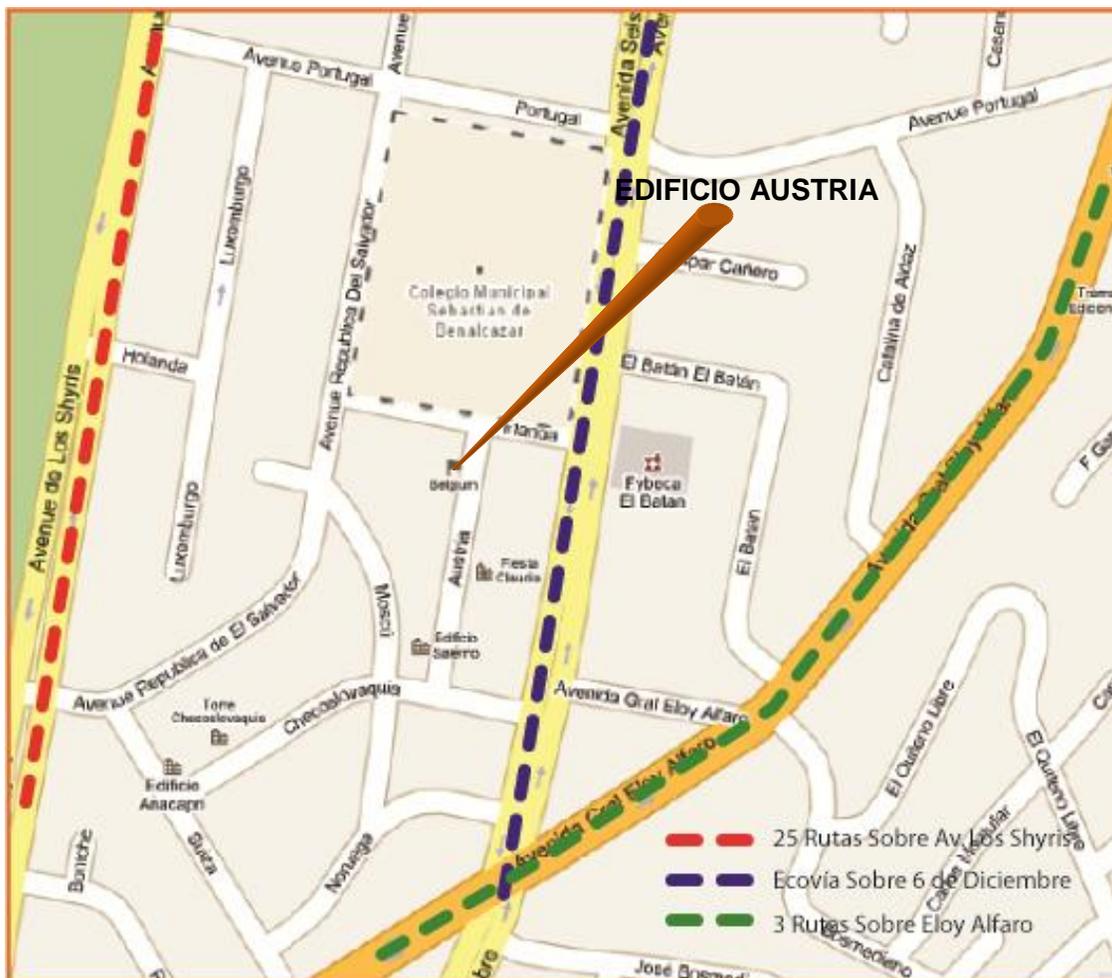


Fuente: Google Maps. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El inmueble está ubicado sobre una arteria secundaria del sector lo cual para el objetivo principal del edificio que son viviendas es ideal ya que no está en una vía principal de alto tráfico pero las distancias a las mismas son mínimas y se puede tener comunicación desde cualquier lugar de la ciudad.

Si se trata de transporte público también está bien ubicado esta a 400 m de la estación de la Ecovía llamada Eloy Alfaro, este sistema de transporte público pasa por la Av. 6 de Diciembre, es completo se puede cruzar toda la ciudad, también este sistema tiene alimentadores que extienden su cobertura y también intercomunicadores con el sistema de Trolebus y MetroBus. Sobre la Av. Los Shyrís existen aproximadamente 25 líneas de buses que conectan el sur con el norte y viceversa

Plano 2: Líneas de Transporte Público



Fuente: Google Maps. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

También se puede acceder desde la Avenida Los Shyris o Eloy Alfaro, eso es una ventaja ya que se puede acceder por desde cualquiera de las principales avenidas que atraviesan la ciudad de norte a centro o de este a oeste.

Imagen 4: Vista Av. Republica del Salvador



Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

Imagen 5: Vista Av. 6 de Diciembre



Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

Imagen 6: Vista Calle Austria



Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

Imagen 7: Vista Calle Irlanda



Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

3. 1.4. ANTECEDENTES DEL ENTORNO

El edificio Austria será implantado en una de las zonas de principal desarrollo de la zona norte, esta zona se denomina Republica del Salvador y está comprendida la Av. Naciones Unidas y Av. Eloy Alfaro de norte a sur, y Av 6 de Diciembre y Av. Shyris de oriente a occidente.

Esta zona es considerada la zona más moderna de la ciudad una mezcla entre la modernidad de los edificios y la cercanía a los principales centros de comercios, financieros y de recreación. Sus inicios vienen desde la construcción del Estadio Olímpico, y paulatinamente al crecimiento de la ciudad hacia el norte.

Pero la zona de la Republica del Salvador como la conocemos hoy es resultado de una serie de cambios de ocupación del suelo, inicialmente para los años 70's lo que primaba eran edificaciones no más de dos pisos y principalmente usadas para viviendas unifamiliares, para clase media alta, casa ya de hormigón armado rodeadas de jardines, fruto del avance de la ciudad.

Este crecimiento hacia que para los años venideros las familias de clase media alta vayan buscando moverse más al norte o a los valles en busca de salir de esta concentración de oficinas, comercios y edificios financieros que los estaban invadiendo.

Pero a pesar de que algunas buscaban alejarse del bullicio de la zona otras preferían establecer sus hogares cerca de todo, pero con otra connotación ya no viviendas unifamiliares sino densificar el uso del suelo con viviendas en altura, con otros requerimientos, como espacios más reducidos, para un tipo de familia moderno, pequeña, de clase alta, que prefiere vivir en un edificio con terminados de lujo, y una arquitectura de altura, consolidándose como una zona residencial de primera categoría, es una zona de desarrollo inmobiliario residencial, corporativo y comercial.

Plano 3: Zona Republica del Salvador



Fuente: Google Earth. Intervenido Ana Gabriela Imbaquingo

3.1.5. USO DEL SUELO

En el plano 5 de Uso del Suelo Principal, emitido por el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2008, se puede observar que el uso principal de la zona es Residencial 3, *Este mapa de uso de suelo principal es un instrumento de planificación territorial que determina los parámetros y normas específicas para el uso, la ocupación, edificabilidad y fraccionamiento del suelo. Establece el volumen y altura de las edificaciones, categorización y dimensionamiento*

del sistema vial y definición de las áreas históricas y áreas de protección especial en el territorio del Distrito Metropolitano de Quito.

(http://www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_3_planes_urbanos/9_3_4_1.html)

Residencial 3: Vivienda y funciones de carácter zonal (ejemplo parque, iglesia, cuartel de policía, sub estaciones eléctricas).

Plano 4: Uso Principal del Suelo



Fuente: www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_3_planes_urbanos/9_3_4_1.html

Intervenido por Ana Gabriela Imbaquingo

La Republica del Salvador constituye desde hace muchos años un sector eminentemente residencial de manera fundamental destinado a familias de estratos altos y medio alto, como ya lo mencione originalmente eran residencias unifamiliares en terrenos individuales.

Actualmente quedan pocos vestigios de estas viviendas y son muy cotizadas no por el valor de la casa sino por el terreno y el posible proyecto que se pueda implantar en la zona, esta fase de transformación inmobiliaria ha sido paulatina, en los inicios varias casa familiares han sido o están siendo adecuadas para espacios ejecutivos y o comerciales, mientras que la mayoría están siendo derribadas y convertidas en centros corporativos y de vivienda.

Es decir se convirtió de residencial 1 que son viviendas y otros servicios de interés para un conjunto de barrios (ej. colegios, bibliotecas, estación de bomberos) y poco densificada, a residencial 3 que incluía vivienda densificada y se ha ido consolidando como el principal distrito ejecutivo de la ciudad ya que acoge el mayor volumen y los más grandes edificios corporativos de la ciudad.

3.1.6. ZONA COMERCIAL

El proceso de transformación inmobiliaria también fue influenciado por la destacada presencia de la zona comercial organizada que se encuentra a pocos pasos y ha hecho que todos los nuevos edificios o proyectos consideren las plantas bajas para comercio sobre todo de los que están situados sobre las vías principales del sector.

En el entorno inmediato del proyecto se han construido grandes centros comerciales y de entretenimiento como Megamaxi, Supercines, Quicentro, Mall en Jardin, CCI, Unicornio, El Caracol y Plaza de las Américas, y a no más de 2 km de distancia; y de manera específica a lo largo de la Avenida Republica del Salvador sobre la cual se han concentrado un buen número de locales comerciales de variado tipo y nivel, son resultado de las nuevas actividades del sector, por ejemplo restaurantes, equipamiento de oficina, impresiones y copias.

Plano 5: Centro Comerciales



Fuente: Google Earth. Intervenido Ana Gabriela Imbaquingo

3.1.7. ZONA HOTELERA

La zona de la Republica del Salvador constituye la principal zona hotelera de la ciudad, en este sector se han establecido varios hoteles de reconocidas y prestigiosas marcas internacionales. Sobresalen por la cercanía con el proyecto Dann Carlton, Le Parq, Sheraton, Akros, Best Wster Plaza.

Plano 6: Hoteles

Fuente: Google Earth. Intervenido Ana Gabriela Imbaquingo

3.1.8. ZONA RECREACIONAL

Otro de los destacados valores agregados del proyecto es su proximidad a los más importantes parques quiteños: La Carolina y el Parque Metropolitano y al centro deportivo más grande del país el Estadio Olímpico Atahualpa.

Plano 7: Áreas Verdes y Recreativas

Intervenido por: Ana Gabriela Imbaquingo

Fuente: Google Earth

3.2. DISEÑO ARQUITECTONICO

3.2.1. DESCRIPCION DEL PROYECTO

El edificio Austria se encuentra ubicado en un terreno de 600 m², donde se contempla 27 departamentos de 2 a 4 por planta, 2 locales comerciales y 1 oficina en planta baja. Su planificación inicio en Enero del 2009, el inicio de la construcción en Julio del 2009 y se concluye con la construcción en 18 meses.

El área útil del terreno es de 204.75 m² y el área total de construcción vendible del Edificio Austria es de 2.874,13 m², metraje que considera la construcción de 27 departamentos, 2 locales comerciales y 1 oficina.

El Edificio se desarrolla en 10 pisos sobre el nivel de la calle, y 3 sub suelos donde se ubicaron los parqueaderos y bodegas, 1 por cada departamento y 10 parqueaderos para la venta.

El programa debe incluir:

- Edificio de 10 pisos
- 1 Ascensores de alta velocidad
- Acabados de primera
- Gas Centralizado
- Salón comunal
- Guardianía 24 horas con CCT
- Internet Banda Ancha
- Área de estacionamiento con tres subsuelos
- Áreas de oficina y locales comerciales ubicadas en planta baja
- 4 departamentos de 2 dormitorios con 85,34 m²
- 6 departamentos de 3 dormitorios con 121,31 m²
- 4 suites con 58,53 m²
- 12 departamentos de 2 dormitorios con 86,52 m²

El planeamiento arquitectónico es una respuesta a las necesidades de la demanda, ofreciendo un estilo de vida cómoda, moderna, condensando todas las necesidades de una casa en un departamento, cerca de todo, de fácil acceso vehicular, peatonal y de transporte público, y en una zona exclusiva.

Tabla 24: Cuadro de Áreas por Nivel

NIVEL	USOS	# UNIDADES	AREA BRUTA m2	AREA NO COMPUTABLE	AREA UTIL
Nv - 9,72 / - 8,28 m	Parqueaderos Total	13	600	600	0
	Parqueadero Visita	1			
	Bodegas	14			
Nv - 7,02 / - 5,58 m	Parqueaderos Total	12	600	600	0
	Parqueadero Visita	1			
	Bodegas	15			
Nv - 4,32 / - 2,88 m	Parqueaderos Total	15	600	600	0
	Parqueadero Visita	1			
	Bodegas	8			
Nv +- 0,00 m	Parqueaderos	2	266,74	61,99	204,75
	Locales	2			0
	Guardianía	1			
	Oficina	1			
Nv + 2,88 m	Departamentos	4	320,02	31,44	288,58
Nv + 5,76 m	Departamentos	4	320,02	31,44	288,58
Nv + 8,64 m	Departamentos	3	317,92	25,55	292,37
Nv + 11,52 m	Departamentos	3	317,92	25,55	292,37
Nv + 14,40 m	Departamentos	2	317,93	23,12	294,81
Nv + 17,28 m	Departamentos	3	317,92	25,55	292,37
Nv + 20,16 m	Departamentos	2	317,92	22,77	295,15
Nv + 23,04 m	Departamentos	3	317,92	25,55	292,37
Nv + 25,92 m	Departamentos	3	317,92	25,55	292,37
Nv + 28,80 m	Área Comunal	1	64,93	24,52	40,41

Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Tabla 25: Resumen de Áreas

Parqueaderos	37		
Parqueaderos Visitas	5		
Bodegas	37		
Locales	2		
Departamentos	27		
TOTAL		4.998,16	2.123,03
			2.875,13
AREA PROMEDIO POR DEPARTAMENTO			108,53
TOTAL DE AREA CONSTRUIDA A LA VENTA			2.874,13

Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Tabla 26: Áreas Construidas

DESCRIPCION	AREAS CONSTRUIDAS
Subsuelo 1, 2 y 3	1800,00
Departamentos	2865,49
Sala comunal	65,93
Locales	131,20
Guardianía	7,30
Cuarto de basura	6,44
Hall de ingreso	61,99
Área de circulación en Planta Baja	31,44
Área de calderos	7,85
Parqueaderos Visitas Nivel 0	20,26
TOTAL	4998,16 m2

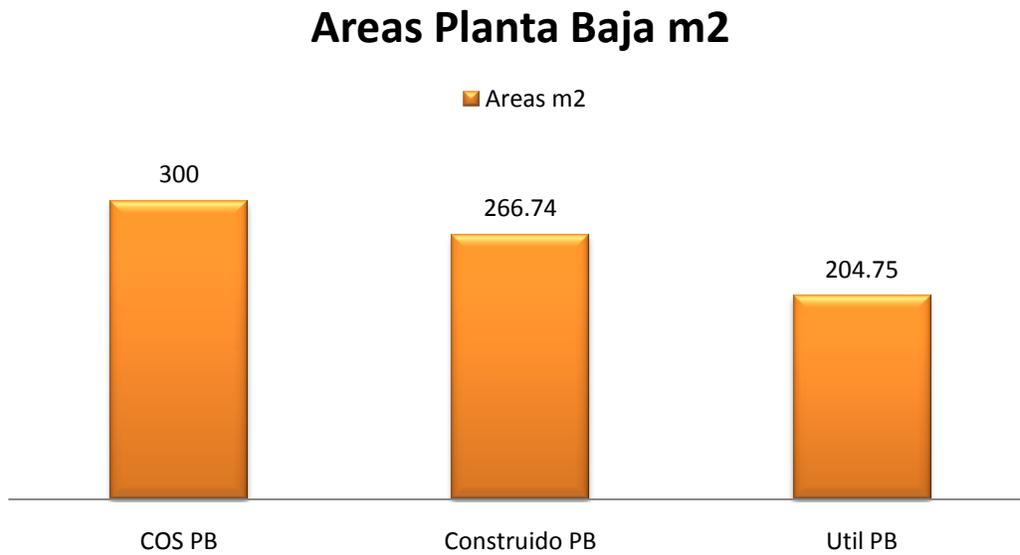
Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Tabla 27: Áreas Útiles o Vendibles

DESCRIPCION	AREAS UTIL
Subsuelo 1, 2 y 3	0
Departamentos	2628,97
Sala comunal	41,41
Parqueaderos Visitas Nivel 0, Hall de ingreso, oficinas, locales, guardianía	204,75
TOTAL	2875,13
COS PB max 50%	34.13%
COS TOTAL max 500%	479.19%

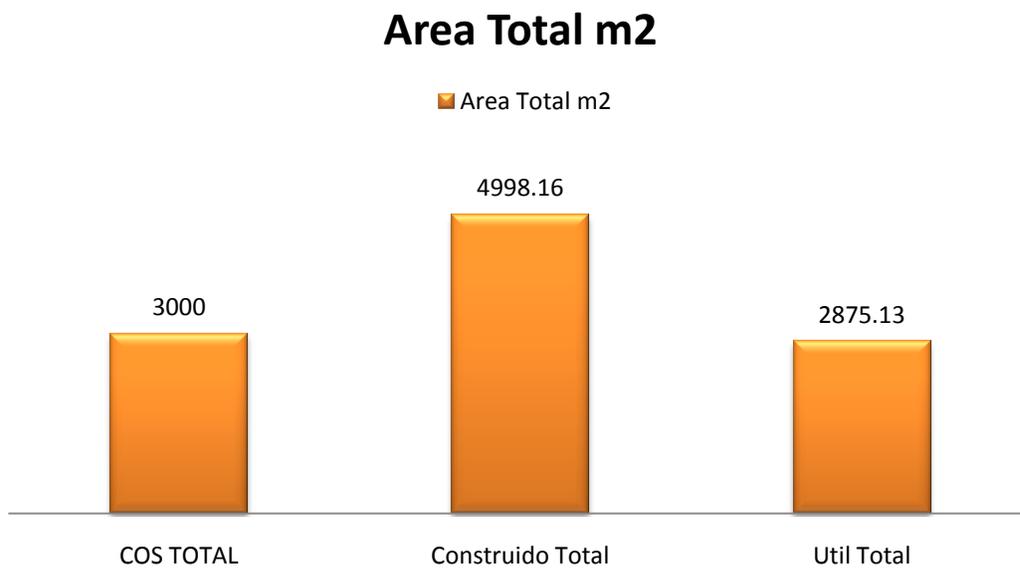
Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Gráfico 27: Áreas en Planta Baja



Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Gráfico 28: Áreas Totales



Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

3.2.3. COMPONENTE ARQUITECTONICO

El diseño arquitectónico del Edificio Austria estuvo a cargo del departamento de diseño de ARCONTEC, el que propone un diseño moderno contemporáneo acorde con el sector, el mismo que se ha caracterizado por ser una galería de proyecto arquitectónicos modernos.

La premisa del diseño fue dar una solución funcional al programa, es decir la relación interna de los espacios, dimensiones, iluminación y servicios comunales están dispuestos de tal manera que satisfagan las necesidades del cliente meta.

El edificio está implantado sobre el terreno considerando los retiros oficiales por todos los lados, de tal manera que no es un edificio adosado y todos los departamentos tienen ventanas a dos lados, lo que permite tener iluminación y ventilación natural en todos los espacios.

El programa se distribuye en 10 pisos de la siguiente manera:

Tabla 28: Uso, Ubicación y m2

PISO	CANTIDAD DE DEPARTAMENTOS POR PISO	DEPARTAMENTO TIPO	AREA M2
DEL 2 AL 3	2	TIPO 1	85,34
DEL 2 AL 3	2	TIPO 2	58,53
DEL 4 AL 9	1	TIPO 3	121,31
DEL 4 AL 9	2	TIPO 4	86,52
SUBSUELOS 1,2 Y 3	37	PARQUEADEROS	600,00
SUBSUELOS 1, 2 Y 3	37	BODEGAS	
SUBSUELOS 1, 2 Y 3	2	PARQUEO VISITAS	
SUBSUELO 1	1	CUARTO DE BASURA	6,44
SUBSUELO 3	1	GENERADOR EMERGENCIA	
SUBSUELO 3	1	CUARTO DE BOMBAS	
NIVEL 0	1	LOCAL COMERCIAL	69,48
NIVEL 0	1	LOCAL COMERCIAL	61,72
NIVEL 0	1	GUARDIANIA	7,30
NIVEL 0	1	HALL DE INGRESO	61,99
NIVEL 0	2	PARQUEADEROS VISITAS	
NIVEL 0	1	AREA COMUNAL	162,50
PISO 10	1	AREA COMUNAL	65,94
PISO 10	1	TERRAZA ABIERTA	170,23
PISO 10	1	AREA DE CALDERO	7,85

Fuente: Arcontec. Elaborado por: Ana Imbaquingo

Imagen 8: Implantación - Planta Baja



Fuente: Arcontec.

Imagen 9: Planta General Nivel 2 y 3



Fuente: Arcontec.

Imagen 10: Planta General Piso 4 al 9



Fuente: Arcontec.

Imagen 11: Departamento Tipo 1



Fuente: Arcontec.

El departamento TIPO 1 tiene un área útil de 85,34 m2; un dormitorio máster con baño, un dormitorio, un baño compartidos, sala comedor, cocina cerrada, área de lavado.

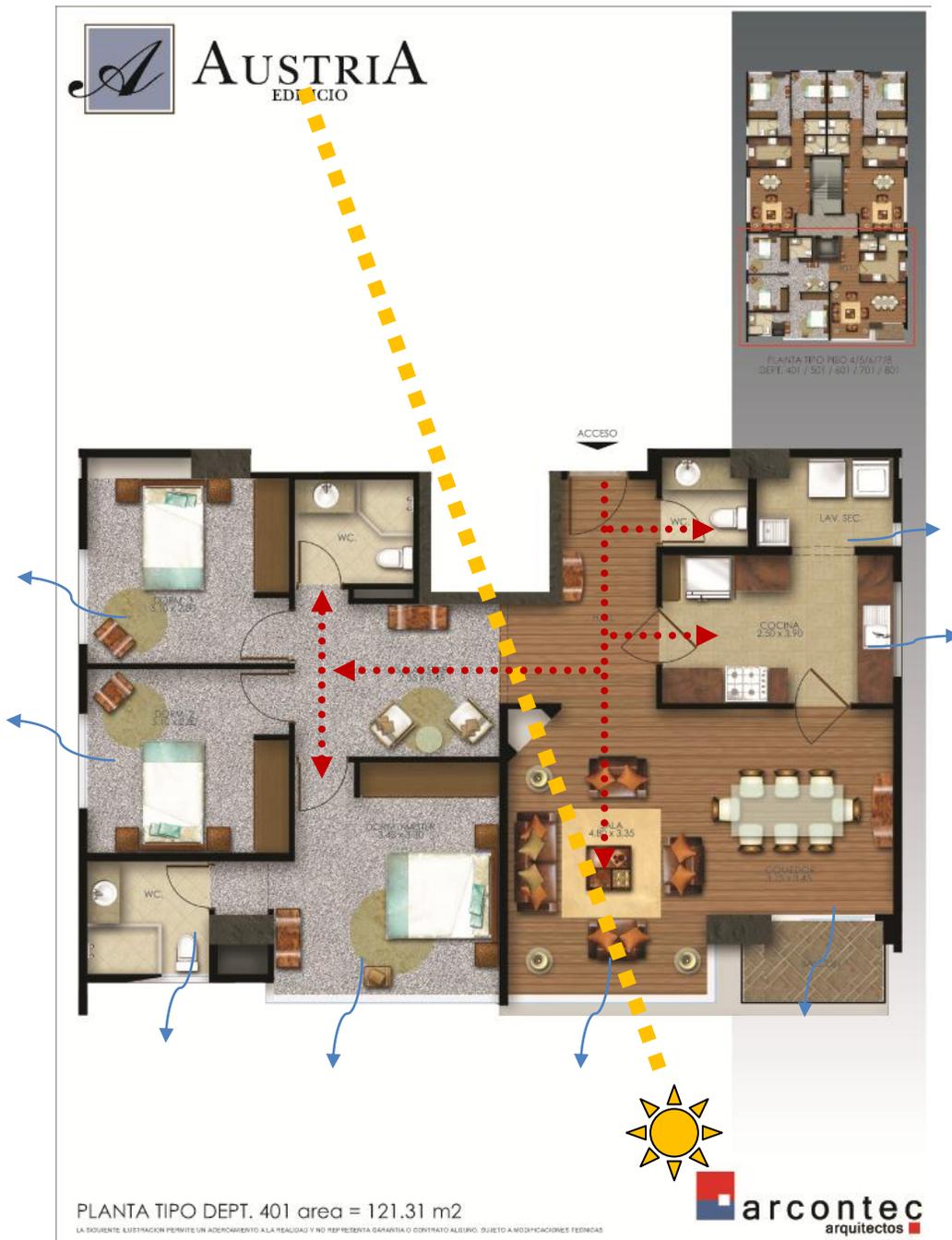
Imagen 12: Departamento Tipo 2



Fuente: Arcontec.

El departamento TIPO 2 tiene un área útil de 58,53 m²; un dormitorio máster con baño, sala comedor, cocina abierta con desayunador, área de lavado.

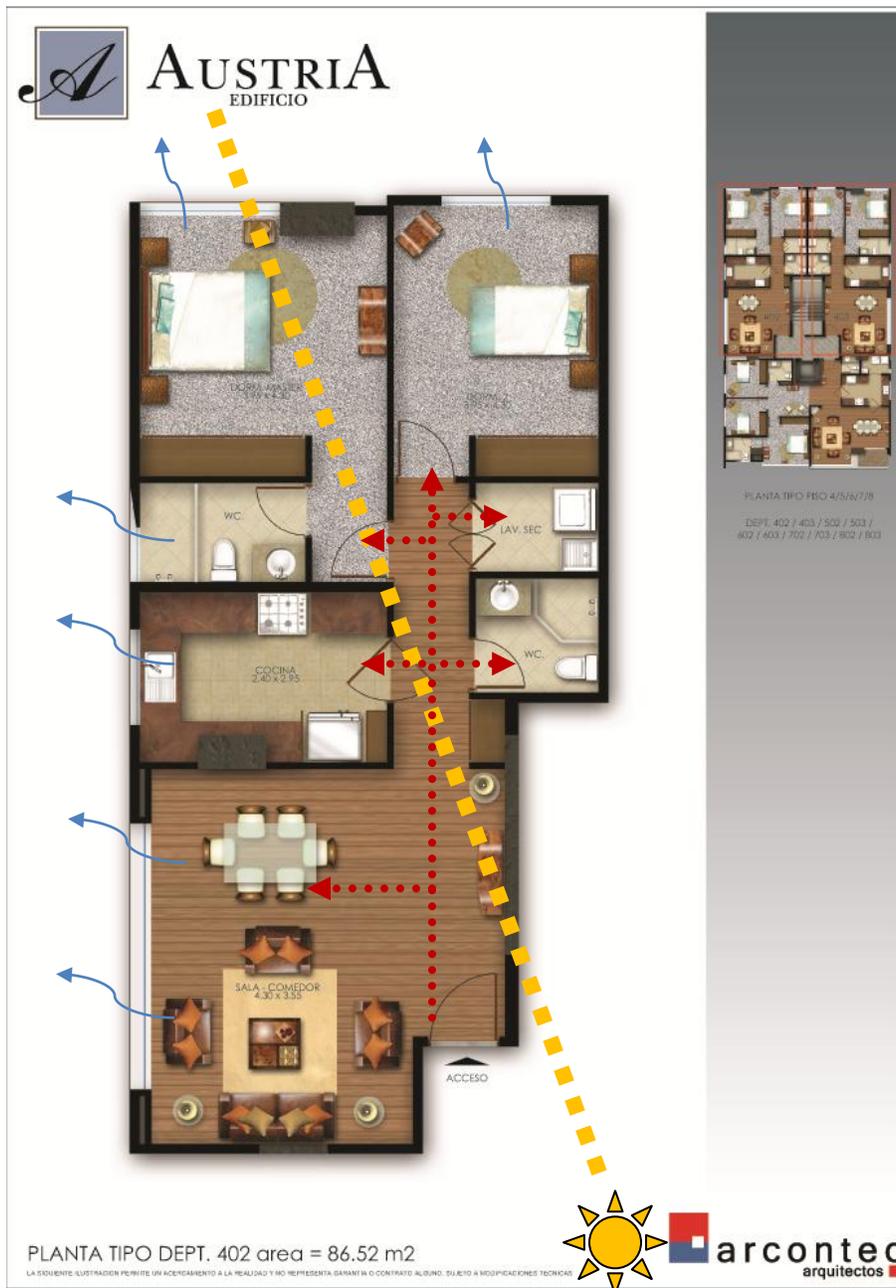
Imagen 13: Departamento Tipo 3



Fuente: Arcontec.

El departamento TIPO 3 tiene un área útil de 121,31 m²; un dormitorio máster con baño y walking closet, dos dormitorios, un baño compartido, sala de estar, sala comedor, cocina cerrada, área de lavado, medio baño para el área social, y un balcón.

Imagen 14: Departamento Tipo 4



Fuente: Arcontec.

El departamento TIPO 4 tiene un área útil de 86,52 m²; un dormitorio máster con baño, un dormitorio, un baño completo, sala comedor, cocina cerrada, área de lavado.

Imagen 15: Fachada Frontal 1



Fuente: Arcontec.

Imagen 16: Fachada Frontal 2



Fuente: Arcontec.

3.3. COMPONENTE DE INGENIERIA

3.3.1. ESTRUCTURA

Estructura sismo resistente de ACERO, la sección de las columnas son de 0,60 x 1,00 m, y muros portantes para el ascensor y las escaleras de salida de emergencias, muros de contención perimetrales para los tres subsuelos. Losas de entrepiso con alivianamientos de casetones y cubierta de Acero y hormigón. Paredes de bloque pómez prensado que es muy común en nuestro medio y requiere mano de obra especializada, lo que nos reduce costos y tiempo de construcción.

3.3.2. INSTALACIONES HIDROSANITARIAS

Desagües y Tuberías de PVC Plastigama, alcantarillado y tuberías exteriores en PVC Plastigama, tubería de cobre para agua fría y caliente.

3.3.3. INSTALACIONES ELECTRICAS Y ELECTRONICAS

Conductores eléctricos sólidos con revestimiento plástico cablec, Tablero de distribución (SQD) individual por unidad de vivienda, área de medidores en subsuelo, tubería conduit, tomacorrientes e interruptores BTicino línea premiun.

Cableado estructurado para cajas para medidor eléctrico

- telefonía IP
- Video citofonía
- Internet banda ancha
- Video vigilancia
- Audio y video Streaming
- Juegos en red

3.3.4. RECUBRIMIENTO EXTERIOR

Paredes exteriores con grafiado de color y ventanas de vidrio flotado color claro, pasamanos de aluminio para balcones.

3.3.5. ACABADOS INTERIORES

Paredes interiores pasteadas y pintadas con color

Cielo raso chafado blanco

Cerámica Graiman de primera en pisos y paredes de baños y cocinas

Sanitarios línea intermedia FV

Lavaplatos de acero inoxidable de un pozo con escurridera Teca

Cerraduras de pomo Kwiset

Grifería línea intermedia FV

Instalación de gas y agua caliente centralizado

Instalaciones para lavadora y secadora de ropa

Mesones de granito

Todas las unidades traen campana extractora de olor, cocina encimera y horno empotrado marca HACEB

CARPINTERIA METALICA Y MADERA

Ventanería de aluminio natural y vidrio flotado color claro.

Puerta de acceso principal en MDF con diseño, lacada.

Puertas interiores tamboradas, 2 paneles y lacadas, con chapas similar a madera

Muebles de cocina en melamínico con mesón de granito

Barrederas en MDF lacadas en color madera.

Todo lo que son muebles de closet y muebles altos y bajos de cocina están a cargo de MADEVAL

PISOS

Piso de madera sólida en sala, comedor, y halls

Alfombra tipo bucle antialérgica en dormitorios

3.3.6. GENERALES

El Edificio Austria contará con un ascensor marca Mitsubishi, áreas recreativas comunales, salón comunal, gimnasio, sauna turco e hidromasaje, guardianía y video vigilancia 24 horas, iluminación en pasillos y corredores controlados con sensores inteligentes, cableado estructurado, puerta de ingreso vehicular automatizada, cisterna, equipo hidroneumático y

parqueaderos para visitas, sistema de prevención contra incendios, generador eléctrico de emergencia.

3.4. COSTOS DEL PROYECTO

Para el presupuesto del Edificio Austria, se realiza una clasificación de los costos en tres categorías principales:

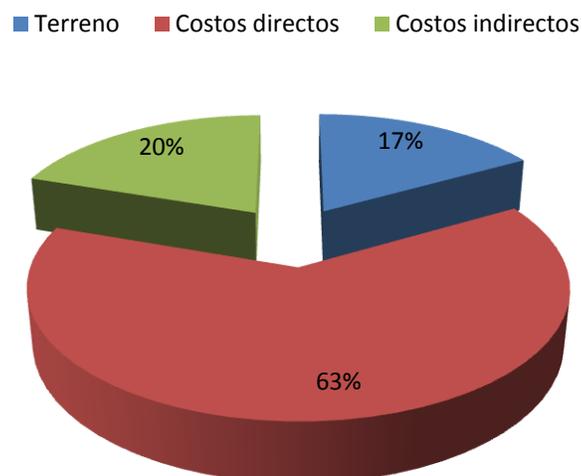
- Costo del terreno
- Costo directo
- Costo indirecto

Tabla 29: Resumen de Costos

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
1	Terreno	455.250,00	17%
2	Costos Directos	1.759.100,83	64%
3	Costos Indirectos	540.868,40	20%
	TOTAL	2.755.219,23	100%

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 29: Distribución de Costos del Proyecto



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El resumen del presupuesto para el Edificio Austria nos indica la distribución y su porcentaje de incidencia en el costo total de cada uno de los ítem, de esta manera el más incidente es los costos directos o de construcción de la obra civil que tiene un 63%, seguido por los indirectos con 20% y finalmente el 17% del terreno, que para otros proyectos este debe ser menor, pero por la ubicación y la plusvalía del sector los precios de los terrenos en el sector de la Av. Republica son altos y tendrán una considerable incidencia en el costo del proyecto.

3.3.1. COSTOS DIRECTOS

Son todos los costos que están inmersos para la elaboración del bien inmueble, es decir la totalidad del edificio, de los detalle por capítulos así:

Tabla 30: Costos Directos

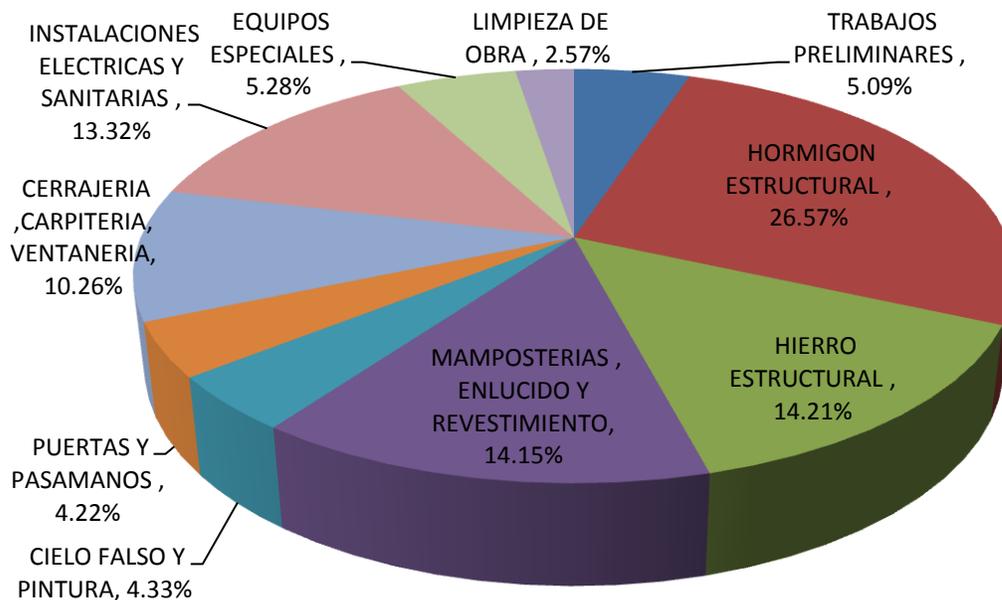
Nº	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.	P.TOTAL	PORCENTAJE
				UNITARIO		
1	INSTALACIONES PROVISIONALES	glb.	1,00	6.825,00	6.825,00	0,39%
2	TRABAJOS PRELIMINARES	glb.	1,00	11.533,47	11.533,47	0,66%
3	MOVIMIENTO DE TIERRAS	glb.	1,00	34.791,14	34.791,14	1,98%
4	MUROS ANCLADOS	glb.	1,00	36.314,74	36.314,74	2,06%
5	HORMIGON ESTRUCTURAL	glb.	1,00	467.346,03	467.346,03	26,57%
6	HIERRO ESTRUCTURAL	glb.	1,00	250.000,00	250.000,00	14,21%
7	MAMPOSTERIAS	glb.	1,00	49.412,28	49.412,28	2,81%
8	ENLUCIDOS	glb.	1,00	79.134,61	79.134,61	4,50%
9	REVESTIMIENTOS	glb.	1,00	120.318,62	120.318,62	6,84%
10	SISTEMAS DE VENTILACION Y AIRE ACONDICIONADO	glb.	1,00	6.190,00	6.190,00	0,35%
11	APARATOS SANITARIOS	glb.	1,00	40.392,04	40.392,04	2,30%
12	CIELO FALSO	glb.	1,00	36.442,42	36.442,42	2,07%
13	PINTURA	glb.	1,00	39.830,68	39.830,68	2,26%
14	PUERTAS Y PASAMANOS	glb.	1,00	74.305,00	74.305,00	4,22%
15	CERRAJERIA	glb.	1,00	10.235,00	10.235,00	0,58%

16	CARPINTERIA	glb.	1,00	130.800,00	130.800,00	7,44%
17	VENTANERIA	glb.	1,00	39.426,40	39.426,40	2,24%
18	INSTALACIONES SANITARIAS	glb.	1,00	96.800,00	96.800,00	5,50%
19	INSTALACIONES ELECTRICAS	glb.	1,00	97.100,00	97.100,00	5,52%
20	EQUIPOS ESPECIALES	glb.	1,00	86.760,00	86.760,00	4,93%
21	LIMPIEZA DE OBRA	glb.	1,00	23.924,80	23.924,80	1,36%
22	AREAS PUBLICAS Y JARDINERIA	glb.	1,00	1.518,60	1.518,60	0,09%
23	ADMINISTRATIVOS DE OBRA	glb.	1,00	19.700,00	19.700,00	1,12%
TOTAL					1.759.100,83	100%

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Para mayor detalle de los rubros y sus cantidades revisar el Anexo Presupuesto

Gráfico 30: Costos Directos



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El proyecto es sensible a los cambio de precios de rubros como hierro, hormigón y mampostería, en caso de un alza de precio de los insumos que se utilicen para ejecutar estos rubros afectara directamente en el precio de venta del inmueble.

3.3.2. COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos son todos aquellos que no están relacionados con la ejecución de la obra civil, que no intervienen en la construcción, y más bien son los que están tras la gestión, gerencia y factibilidad del proyecto.

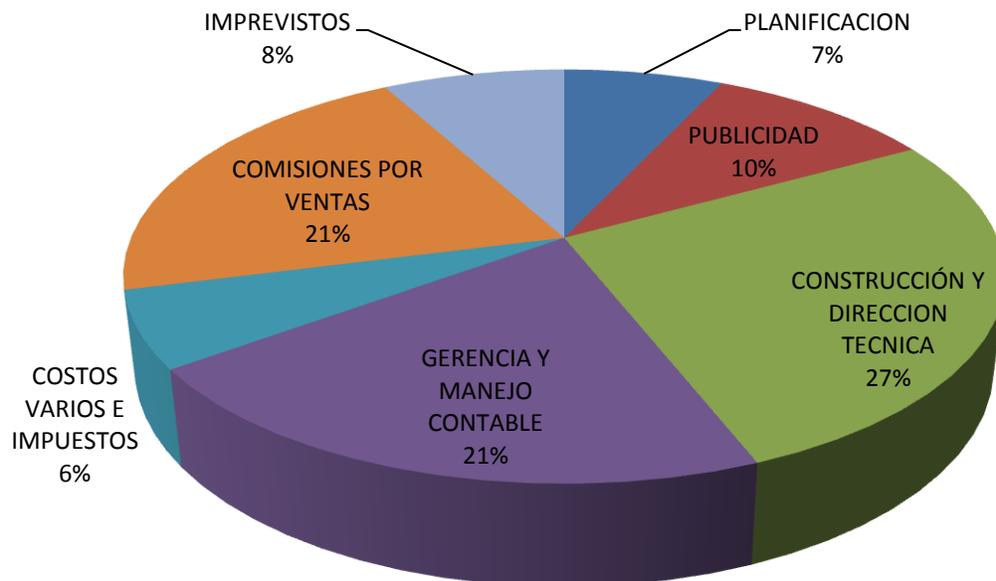
Tabla 31: Costos Indirectos

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
1	PLANIFICACION	40.100,05	7%
2	PUBLICIDAD	52.272,71	10%
3	CONSTRUCCIÓN Y DIRECCION TECNICA	145.627,48	27%
4	GERENCIA Y MANEJO CONTABLE	111.600,00	21%
5	COSTOS VARIOS E IMPUESTOS	34.207,84	6%
6	COMISIONES POR VENTAS	113.372,00	21%
7	IMPREVISTOS	43.688,31	8%
	TOTAL	540.868,40	100%

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Para detalle de los rubros considerados como costos indirectos revisar Anexo Costos Indirectos.

Gráfico 31: Costos Indirectos



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

3.4. ANALISIS DE COSTOS UNITARIOS

3.4.1. COSTO DEL TERRENO

Tabla 32: Costo del Terreno/ m2 Útiles

COSTO DEL TERRENO POR M2 UTIL	
DESCRIPCION	CANTIDAD
Costo del Terreno	\$ 455.250,00
Área Útil	2.875,13
Incidencia costo terreno por m2 util	\$158,34

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

3.4.2. METODO RESIDUAL

Tabla 33: Método Residual

Método Residual		
Datos para Vivienda	Unidad	Valores
Área de Terreno	M2	600,00
Precio Venta de Casas en la Zona	US\$ * M2	\$1.211,00
Ocupación del Suelo COS	%	50%
Altura Permitida (h)	Pisos	10,0
K = Área Útil	%	96%
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" I	%	15%
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" II	%	14%
Cálculos		
Área Construida Máxima = Área * COS * h		3.000,00
Área Útil Vendible = Área Max. * K		2.874,90
Valor de Ventas = Área Útil * Precio Venta (M2)		\$3.481.503,90
"ALFA" I Peso del Terreno		\$522.225,59
"ALFA" I Peso del Terreno		\$487.410,55
Media "ALFA"		\$504.818,07
VALOR DEL (M2) DE TERRENO EN US\$		\$841,36

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El precio de compra del terreno fue adquirido en Enero 2009 a un precio del 700 Usd. por metro cuadrado, para los valores de incidencia del Alfa I y II se tomo en cuenta el factor de desarrollo económico del sector, y la escasez del terreno en el sector, siendo estos los más importantes que inciden en el costo del terreno.

3.4.3. COSTO UNITARIO REAL

Tabla 34: Costo total/ m2 Útil

COSTO DEL TOTAL POR M2 UTIL	
DESCRIPCION	CANTIDAD
Costo del Terreno	\$ 455.250,00
Costo Directo	\$ 1.759.100,83
Costo Indirecto	\$ 540.868,40
Total de costos	\$ 2.755.219,23
Área Útil	2.875,13
Incidencia costo total por m2 útil	\$ 958,29

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El costo unitario por metro cuadrado, sale de la sumatoria de los costos directos, indirectos y terrenos dividido para el área útil o vendible, en el caso del Edificio Austria el costo por metro cuadrado es de 958,29 Usd.

Tabla 35: Costo Total/ m2 Construido

COSTO TOTAL POR M2 CONSTRUIDO	
DESCRIPCION	CANTIDAD
Costo del Terreno	\$ 455.250,00
Costo Directo	\$ 1.759.100,83
Costo Indirecto	\$ 540.868,40
Total de costos	\$ 2.755.219,23
Área Construida	4.998,16
Incidencia costo total por m2 construido	\$ 551,25

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

3.5. CRONOGRAMAS

3.5.1. CRONOGRAMA GENERAL DEL PROYECTO

Tabla 36: Cronograma General del Proyecto

Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
ene-09	feb-09	abr-09	may-09	jun-09	jul-09	ago-09	sep-09	oct-09	nov-09	dic-09	ene-10	feb-10	mar-10	abr-10	may-10	jun-10	jul-10	ago-10	sep-10	oct-10	nov-10	dic-10	ene-11	feb-11
Planificación y Estudios																								
[Barra azul]																								
				Construcción de Obra Civil																Entrega del Edificio				
Dirección Técnica y Administrativa, Gerencia del Proyecto, Promoción y Publicidad.																								
[Barra verde]																								
Preventas y Ventas																								
[Barra morada]																								
Inicio de Cobranzas de Couta Inicial																								
[Barra azul claro]																								
																				Inicio de Pagos con Credito Hipotecario				
																				[Barra azul oscuro]				
																Mantenimiento de Obra								
																[Barra gris]								

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

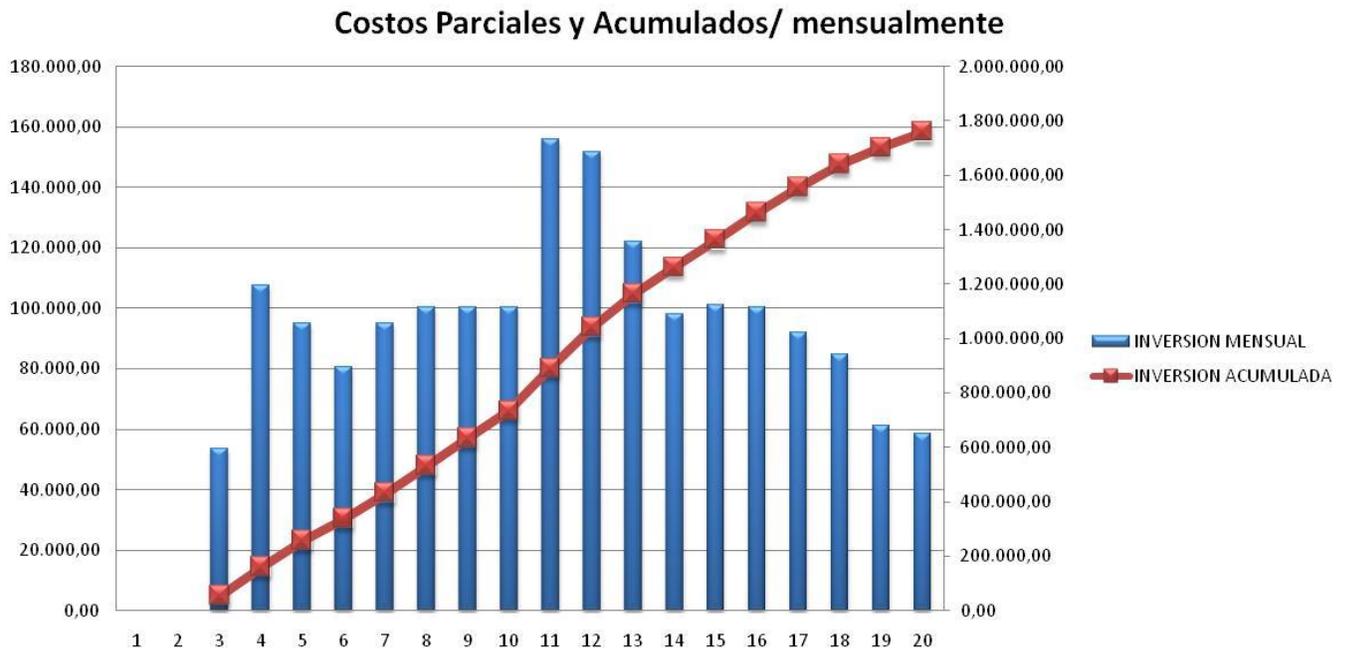
3.5.2. CRONOGRAMA VALORADO DE CONSTRUCCION

Tabla 37: Cronograma Valorado de la Construcción

ITEMS	CANTIDAD	%	TIEMPO EN MESES																		
			MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	
Trabajos Preliminares	89.464,36	5%	53.678,61	35.785,74																	
Estructura	717.346,03	41%		71.734,60	80.701,43	80.701,43	80.701,43	80.701,43	80.701,43	80.701,43	80.701,43										
Mampostería	49.412,28	3%										19.764,91	5.929,47	5.929,47	5.929,47	5.929,47					
Instalaciones Hidro sanitarias	96.800,00	6%			14.520,00			14.520,00		13.552,00	13.552,00	13.552,00	13.552,00	13.552,00							
Enlucidos	79.134,61	4%												55.394,23	7.913,46	7.913,46	7.913,46				
Revestimientos	120.318,62	7%													48.127,45	18.047,79	18.047,79	18.047,79	18.047,79	18.047,79	
Estuco y Pintura	76.273,10	4%														22.881,93	22.881,93	10.169,75	10.169,75	10.169,75	
Electricidad	97.100,00	6%										48.550,00	19.420,00	7.282,50	7.282,50	7.282,50				7.282,50	
Alumunio y Vidrio	39.426,40	2%												31.541,12	3.942,64	3.942,64					
Carpintería	215.340,00	12%														21.534,00	53.835,00	46.657,00	46.657,00	46.657,00	
Aparatos Sanitarios	40.392,04	2%													24.235,22	5.385,61	5.385,61	5.385,61			
Equipos Especiales	92.950,00	5%										55.770,00	3.098,33	27.885,00	3.098,33	3.098,33					
Limpieza de Obra	45.143,40	3%														13.543,02	13.543,02	4.514,34	4.514,34	4.514,34	
TOTAL	1.759.100,83	100%																			
INVERSION MENSUAL			53.678,61	107.520,35	95.221,43	80.701,43	95.221,43	100.466,34	100.182,90	100.182,90	155.952,90	151.831,24	122.180,70	97.962,86	100.944,90	100.530,95	91.952,48	84.774,48	61.341,09	58.453,84	
AVANCE PARCIAL EN %			3%	6%	5%	5%	5%	6%	6%	6%	9%	9%	7%	6%	6%	6%	5%	5%	3%	3%	
INVERSION ACUMULADA			53.678,61	161.198,96	256.420,39	337.121,82	432.343,25	532.809,59	632.992,49	733.175,39	889.128,29	1.040.959,53	1.163.140,23	1.261.103,09	1.362.047,99	1.462.578,94	1.554.531,42	1.639.305,91	1.700.646,99	1.759.100,83	
AVANCE ACUMULADO EN %			3%	9%	15%	19%	25%	30%	36%	42%	51%	59%	66%	72%	77%	83%	88%	93%	97%	100%	

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 32: Inversión Mensual / Inversión Acumulada



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

Este gráfico nos indica el flujo de egresos del proyecto, ya que los costos de la construcción son más del 60% de los costos en los que infiere el proyecto. Como toda vida de proyecto los primeros meses los egresos son menores y a medida que se avanza se incrementan llegando a un pico y para los últimos meses decae.

3.6. CONCLUSIONES

El proyecto está ubicado en uno de los mejores sectores de la ciudad, que se ha consolidado como un polo comercial y financiero, cerca de los mejores centros comerciales y los principales bancos.

El diseño arquitectónico cumple con los requerimientos de las ordenanzas municipales vigentes, Cos PB, Cos Total, retiros y altura total del edificio.

El área útil vendible es de 2875,13 m², valor que considera 27 departamentos 37 parqueaderos, 37 bodegas, y 2 locales comerciales, con su correspondiente área comunal en la terraza la mayor parte y otra en planta baja.

Los costos directos son el 63 % del costo total, 20 % es el indirecto, 17% costo del terreno. El costo por metro cuadrado útil es de 958,29 Usd y del metro cuadrado construido es de 551,25 Usd.

El cronograma del proyecto es de 24 meses contados desde enero 2009 hasta febrero del 2011, y 18 meses de construcción que inicio en Junio 2009 y se concluye con la entrega de los departamentos en Diciembre del 2010.

4. ESTRATEGIA COMERCIAL

4.1. INTRODUCCION

Estrategia se define como los principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso comercial para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Para definir la estrategia comercial se han escogido un conjunto de actividades para llevar al proyecto al éxito comercial mediante el cumplimiento en tiempos y expectativas de ventas a demás de reconocimiento de marca en el mercado inmobiliario de la ciudad.

El apoyo publicitario hacia un proyecto necesita de una estrategia comercial que se encargue de difundir el mensaje que se requiere transmitir.

En nuestro caso se pretende asociar al Edificio Austria con la mejor solución de vivienda ubicada en el mejor sector de la ciudad, ya que cuenta con una buena relación precio - calidad.

El objetivo de la estrategia comercial es aumentar las ventas llegando a los consumidores buscando ventas inmediatas, acciones de tipo comercial bajo una estrategia de marketing, que se enfocan en mejorar el nivel de ventas principalmente a corto plazo. Como un punto adicional, la promoción aunque no genere una compra inmediata, ayuda a fortalecer la identidad de la marca, mejorando el reconocimiento a largo plazo.

4.2. MECANISMOS DE PROMOCION

Se promocionara el producto a nuestros clientes metas a través de diferentes medios publicitarios pero le apostamos casi el 90% a la Sala de Ventas, con una Fuerza de Ventas propia, no delegamos la comercialización.

4.2.1. SALA DE VENTAS

Más del 90% de las ventas se concretan en estas oficinas. Su importancia es estratégica, y por lo mismo nada se deja al azar. Desde cómo se decoran y qué olor tienen, hasta cuál es la forma de atender de sus ejecutivos. Después de todo, dicen que las primeras impresiones son las que valen. (Portalinmobiliario.com, 29-01-2008)

Para el proyecto se planifico que la Sala de Ventas que se instalo tres meses antes de iniciar con la construcción, es decir nos lanzamos a la carga desde el día 1. Aunque no es una sala de ventas que refleje la calidad del proyecto, y es más bien un lugar informativo, y eso si es una desventaja competitivas versus las salas de ventas montadas por la competencia. Varias de las firmas han incorporando tecnología, como plasmas y videos virtuales, y la mayoría logra generar un ambiente cómodo.

La sala de ventas cuenta con una maqueta del edificio, afiches con plantas de los departamentos tipos y ciertas muestras de los acabados a instalarse. Y una sola persona atendiendo, eso también es una desventaja ya que es gente no preparada.

Tras la visita de los posibles clientes se hace un seguimiento vía telefónica o posibles citas en el proyecto para ver como avanza, esto únicamente se aplica a los clientes que muestren más interés, y así concretar la venta.

Imagen 17: Sala de Ventas



Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo.

A pesar de que hay vías alternativas para captar interesados sin necesidad de que el cliente vaya al lugar, para nuestra estrategia de comercialización es vital la sala de ventas ya que si en algún momento la persona va a querer ir a ver el departamento o el edificio. Es súper complementario y necesario.

4.2.2 MATERIAL GRÁFICO

La tendencia a comercializar proyectos inmobiliarios es a través de la necesidad de mostrar en imágenes de algo que todavía no existe. Según estimaciones, cerca del 80% de los proyectos de la Ciudad de Quito se comercializan de esta manera.

Hemos decidido invertir en marketing y comunicación un 4% del presupuesto del proyecto,

según fuentes del sector. La consigna es -ir a buscar al cliente esté donde esté.

Los recursos que vamos a usar son variados como: brochures, valla publicitaria en obra y publicaciones en el periódico de mayor tiraje en la ciudad y solo los días domingo.

La empresa tiene un equipo de diseñadores y arquitectos preparados para trabajar con la exigencia que tiene hoy el mercado. De acuerdo al emprendimiento de que se trate, se elabora la propuesta de naming, imagen gráfica y renders. y se participa de eventos especiales como stand en exposiciones.

Imagen 18: Renders usados para publicidad



Fuente: ARCONTEC

Imagen 19: Imágenes de las plantas de los departamentos por tipo



Fuente: ARCONTEC

El comprador de este tipo de productos, es decir la clase media alta y alta, no compra una vivienda por necesidad sino como una inversión o segunda vivienda, y por ello las cuestiones simbólicas cobran gran importancia, agregar a lo que se vende es un estilo de vida.

En los últimos años la competencia obligó a doblar los esfuerzos para ganar mercado, y eso incluye las más variadas estrategias de comunicación.

De todos modos, nada reemplaza la publicación de avisos en los medios masivos de comunicación como medio escrito, y el contacto personal con cada uno de los clientes, ya sea a través de una entrevista, un mail o por teléfono.

4.2.3. BROCHURES

Los datos colocados en el brochure pretenden informar al cliente sobre un proyecto donde se puede vivir con comodidad y calidad, y sin vivir lejos de la ciudad. Una alternativa para vivir e invertir.

La información que contiene es la ubicación de proyecto dentro del Sector, fotografías del proyecto en su totalidad, planta baja de ingreso y los 4 tipos de departamentos que ofrecemos, haciendo énfasis en lo bien distribuidos, amplios e iluminados que son los departamentos.

Una vez captada la atención por la ubicación del proyecto y la descripción de los productos que ofrecemos le damos al cliente información sobre la promotora que respalda el proyecto, haciendo que el cliente reconozca la marca, y las relaciones con calidad y seriedad.

La imagen de la portada hace alusión a un edificio exclusivo, para gente moderna y familias pequeñas, departamentos iluminados y un ingreso atractivo.

Imagen 20: Lado 1 del Tríptico



Imagen 21: Lado 2 del Tríptico



Fuente: ARCONTEC

4.2.3. VALLA PUBLICITARIA

Una sola valla publicitaria ubicada en el mismo terreno, donde se puede apreciar un render de la fachada principal del edificio, con su nombre de identificación y los teléfonos de contacto para información.

Imagen 22: Valla Publicitaria

Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

4.2.4. PERIODICO

Se sacara por 7 meses, dos domingos de cada mes desde julio del 2009 a enero del 2010, un clasificado especial en la sección de clasificados, viviendas nuevas zona norte, en el periódico de mayor tiraje de la ciudad EL COMERCIO.

4.3. ESTRATEGIA DE PRECIOS

Para el comprador el precio no es solamente el valor monetario, sino el VALOR que percibe a cambio de una superficie conjuntamente con una calidad y servicios. Para el inversor, el precio es el único instrumento que le proporciona ingresos. Es un poderoso instrumento competitivo y

tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el comprador. (Hipólito Serrano, material de clases 2010).

4.3.1. PRECIO COMERCIAL

Para fijar el precio de venta hay que considerar los siguientes factores:

MERCADO: cada mercado tiene su propio precio, y la competencia lo puede tomar o modificar, este incremento depende de la mejora en calidad y la misma debe ser percibida por el cliente.

ESTRATEGIA: que estoy ofreciendo al mercado, un producto diferenciado, un producto sustitutivo, o lidero el mercado por calidad, esto depende del objetivo de la empresa.

ECONOMIA: los costos del producto debe ser menor que el precio de venta para producir beneficios.

Para el Edificio Austria los factores anteriormente indicados marcaron un precio base o precio posible que es capaz de ser aceptado por la demanda, está acorde con el mercado, es competitivo y cubre los costos del proyecto.

MERCADO:

Tabla 38: Precio Promedio del Mercado

EDIFICIO	PRECIO PROMEDIO
Grand Victoria	1219
Livorno	1340
Samoa	1163
Plaza Arts	1289
Kandinsky	1150
Nordland	1220

Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo.

Tabla 39: Precio Base

TIPOLOGIA	OPERACIÓN	PRECIO
Precio Medio		1.230,17
	$1219+1340+1163+1289+1150+1220$	
	6	
Precio medio ponderado		1225.94
	$(1219 \times 362) + (1340 \times 139) + (1163 \times 58) + (1289 \times 49) + (1150 \times 132) + (1220 \times 464)$	
	$362+139+58+49+132+464$	
Precio Moda	El más repetido	1.220,00
Precio Mediana	1150- 1163-1219-1220-1289-1340	1.219,00

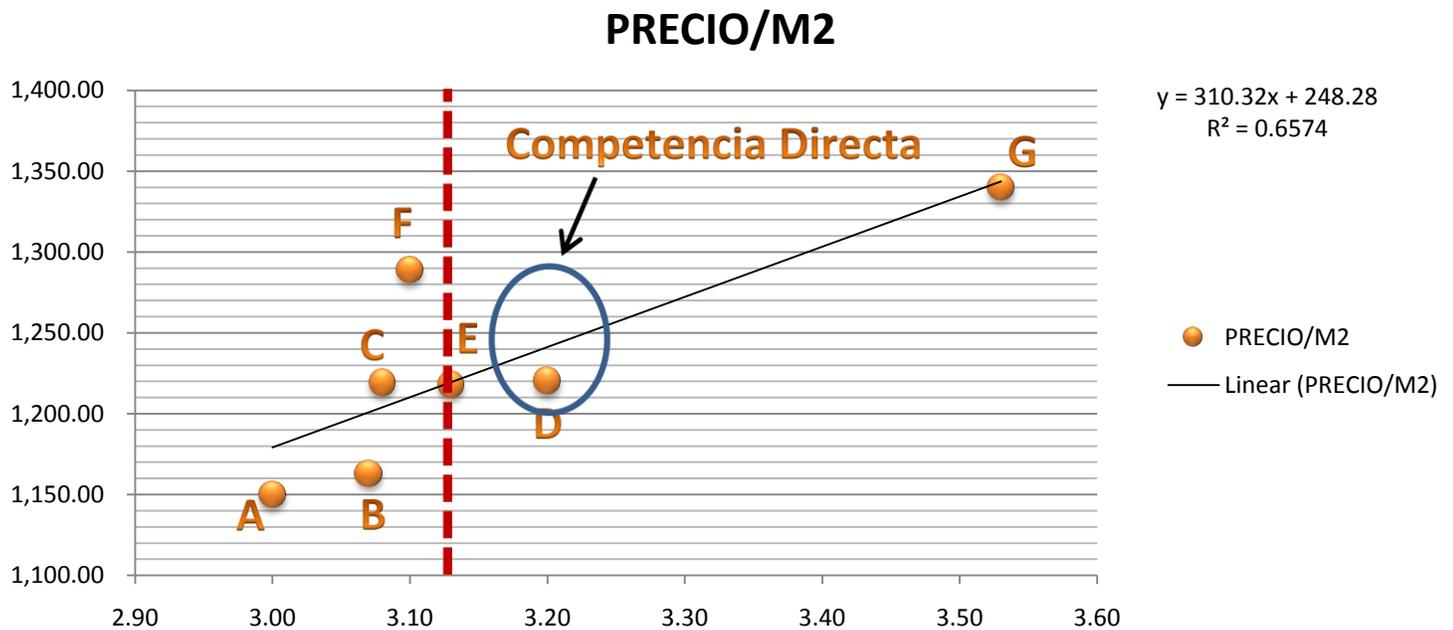
Fuente: Hipólito Serrano, Material de Clase 2010. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 40: Análisis de Precio/ Calidad

	PROYECTO	CALIDAD	PRECIO/M2
A	Kandinsky	3,00	1.150,00
B	Samoa	3,07	1.163,00
C	Grand Victoria	3,08	1.219,00
D	Norland	3,20	1.220,00
E	Austria	3,13	1.218,00
F	Plaza Arts	3,10	1.289,00
G	Livorno	3,53	1.340,00

Fuente: Hipólito Serrano, Material de Clase 2010. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 33: Precio/ Calidad



Fuente: Hipólito Serrano, Material de Clase 2010. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Como resumen de la ecuación cuya variable es la calidad, ya que el precio está en función de la misma, nos arroja un precio comercial de $Y = 161,59 \times 3,13 + 710,4$; el valor es de 1219 Usd. También nos determina que nuestra competencia directa por precio es el proyecto D, ya que ofrece más calidad que nosotros y a igual precio.

El proyecto A y B es considerado como producto sustitutivo, menos calidad menos precio. Al igual que los proyectos C y F ofrecen menos calidad a mayor precio. Para el proyecto G que ofrece más calidad a mayor precio corre el riesgo que la demanda no lo acepte.

4.3.2. CRONOGRAMA DE VENTAS

Una vez fijado el precio comercial que coincide con nuestro precio ponderado, asumimos una estrategia de precios tomando en cuenta el tiempo de la siguiente manera:

Necesitamos cubrir el 30% en preventas para poder acceder a un crédito para financiar la totalidad del proyecto y empezar la construcción del mismo.

La velocidad de Ventas del sector es de 6% pero para mí calculo no considero las dos más alta que son proyectos de grandes Inmobiliarias, y asumir que voy a llevar el mismo ritmo de ventas es un error.

Y finalmente requiero cumplir mi punto de equilibrio en los primeros 8 meses de construcción.

4.3.3. FINANCIAMIENTO AL CLIENTE

Ya sea que la compra se la haya realizado en el tiempo de preventas, construcción o ya terminado el edificio las reglas de financiamiento son las mismas. Para la reserva con un 10% del valor del inmueble, el 30% hasta la fecha de entrega del mismo y 60% con crédito hipotecario con cualquier institución financiera, se otorga un tiempo de dos meses después de la entrega para el cobro de la cuota final de los 60%, tiempo suficiente para realizar trámites legales y bancarios.

4.3.4. INDICE DE VARIACION DE PRECIO

Como el proyecto es un edificio el costo de la unidad de vivienda depende de las siguientes variables:

- 1.- TAMAÑO: si bien para el análisis financiero considero un precio promedio ponderado, para la venta asigno un precio por metro cuadrado diferente para cada tipo de unidad, las de menor metraje tiene un mayor costo a las de tamaño mayor.
- 2.- NIVEL: se asignara un coeficiente de aumento sobre el precio de los tipos de departamentos en planta baja, para los departamentos en niveles superiores, el factor es del 1,5%.
- 3.- UBICACIÓN: son mejor cotizados los departamento con vista a la calle que los que dan a los linderos posterior y lateral, por cuestiones de vistas, soleamiento e iluminación, la variación es del 1,5%.

Se fijo como precio mínimo 1100,00 USD, ya que tenemos que cubrir un costo de 958. Usd y una Utilidad antes de impuestos de 20% (Ver Anexo).

También se considero que el precio mínimo al final de la construcción será de 1173,00 Usd. que cubre los costos, utilidad e Inflación de 22 meses.(Ver Anexo)

Lo dicho anteriormente son los precios en un escenario pesimista, pero el estudio de mercado nos arroja que la demanda acepta un alza de precios, por los tanto los precios definitivos para venta son:

Tabla 41: Precio m2 por Etapa

ETAPA	PRECIO	% DE AUMENTO
PREVENTAS	1140,00	
DURANTE LA CONSTRUCCION	1225,50	7,5%
TERMINADO	1409,33	7,5%

Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo.

4.3.5. TABLA DE PRECIOS

Considerando las variaciones anteriores la tabla de precios base para preventas es la siguiente, para las siguientes etapas se harán los aumentos indicados.

Tabla 42: Tabla de Precios para la Venta

No. UNID.	NUMERO DE DEPARTAMENTO	AREA m2	PRECIO BASE	% POR NIVEL	% POR UBICACIÓN	PRECIO DE PRE VENTA	PRECIO M2 DURANTE CONS	PRECIO M2 FINAL
1	DEPT. 201	85,59	1.100,00		1.116,50	95.561,24	1.200,24	1.380,27
2	DEPT. 202	85,37	1.100,00		1.116,50	95.315,61	1.200,24	1.380,27
3	DEPT. 203	58,81	1.133,00		1.133,00	66.631,73	1.217,98	1.400,67
4	DEPT. 204	58,81	1.133,00		1.133,00	66.631,73	1.217,98	1.400,67
5	DEPT. 301	85,59	1.100,00	1.116,50	1.133,25	96.994,65	1.218,24	1.400,98
6	DEPT. 302	85,37	1.100,00	1.116,50	1.133,25	96.745,34	1.218,24	1.400,98
7	DEPT. 303	58,81	1.133,00	1.150,00	1.150,00	67.631,21	1.236,24	1.421,68
8	DEPT. 304	58,81	1.133,00	1.150,00	1.150,00	67.631,21	1.236,24	1.421,68
9	DEPT. 401	118,51	1.100,00	1.116,50	1.133,25	134.301,16	1.218,24	1.400,98
10	DEPT. 402	86,93	1.100,00	1.116,50	1.116,50	97.057,35	1.200,24	1.380,27
11	DEPT. 403	86,93	1.100,00	1.116,50	1.116,50	97.057,35	1.200,24	1.380,27
12	DEPT. 501	118,51	1.116,50	1.133,25	1.150,25	136.315,68	1.236,51	1.421,99
13	DEPT. 502	86,93	1.116,50	1.133,25	1.133,25	98.513,21	1.218,24	1.400,98
14	DEPT. 503	86,93	1.116,50	1.133,25	1.133,25	98.513,21	1.218,24	1.400,98
15	DEPT. 601	118,51	1.133,25	1.150,25	1.167,50	138.360,41	1.255,06	1.443,32
16	DEPT. 602	86,93	1.133,25	1.150,25	1.150,25	99.990,90	1.236,51	1.421,99
17	DEPT. 603	86,93	1.133,25	1.150,25	1.150,25	99.990,90	1.236,51	1.421,99
18	DEPT. 701	118,51	1.150,25	1.167,50	1.185,01	140.435,82	1.273,89	1.464,97
19	DEPT. 702	86,93	1.150,25	1.167,50	1.167,50	101.490,77	1.255,06	1.443,32
20	DEPT. 703	86,93	1.150,25	1.167,50	1.167,50	101.490,77	1.255,06	1.443,32
21	DEPT. 801	118,51	1.167,50	1.185,01	1.202,79	142.542,36	1.293,00	1.486,95
22	DEPT. 802	86,93	1.167,50	1.185,01	1.185,01	103.013,13	1.273,89	1.464,97
23	DEPT. 803	86,93	1.167,50	1.185,01	1.185,01	103.013,13	1.273,89	1.464,97
24	DEPT. 901	118,51	1.185,01	1.202,79	1.220,83	144.680,49	1.312,39	1.509,25
25	DEPT. 902	86,93	1.185,01	1.202,79	1.202,79	104.558,33	1.293,00	1.486,95
26	DEPT. 903	86,93	1.185,01	1.202,79	1.202,79	104.558,33	1.293,00	1.486,95
27	DEPT. 1001	118,51	1.202,79	1.220,83	1.239,14	146.850,70	1.332,08	1.531,89
				TOTAL	31.274,84		33.620,45	38.663,52
				PRECIO PROMEDIO	1.158,33		1.245,20	1.431,98

Fuente: Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 43: Flujo de Ventas

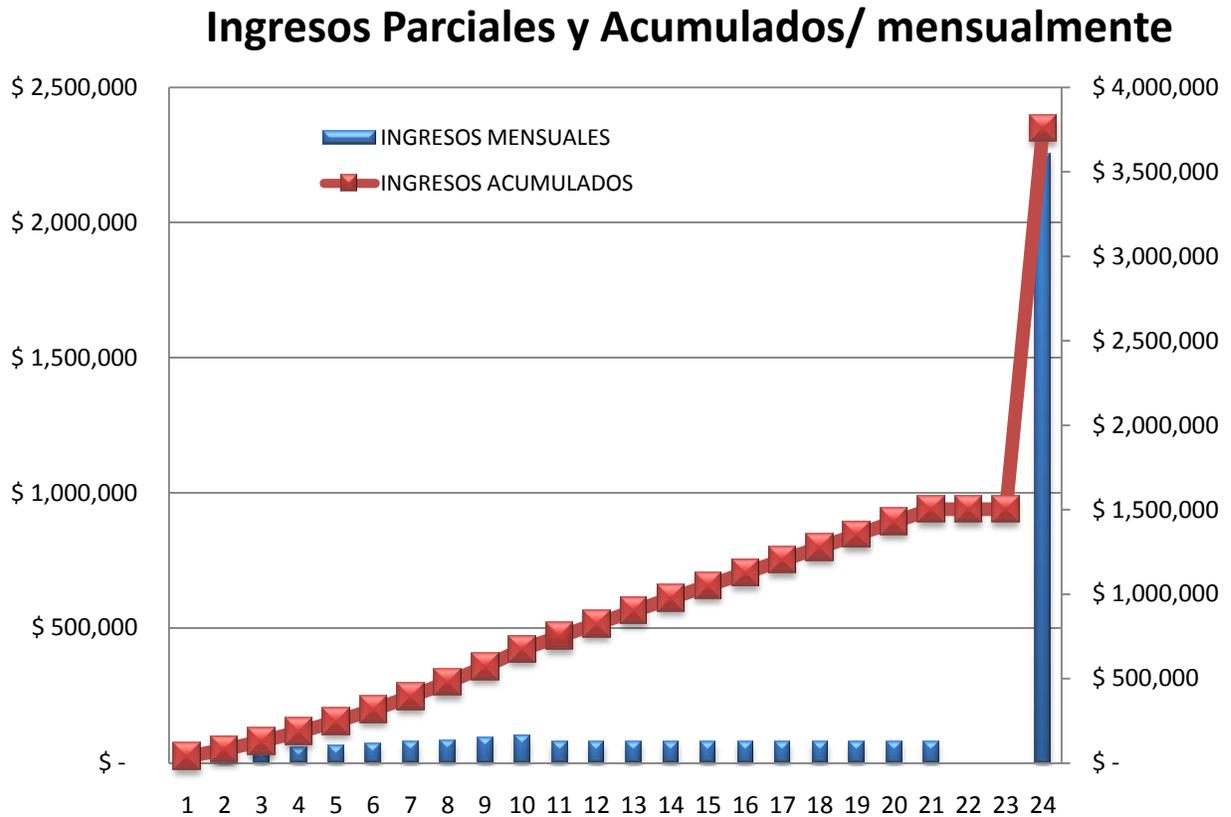
MES PROYECTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	TOTALES			
	EN PLANOS			PERIODO DE CONSTRUCCION																	ENTREGA	CIERRE Y VENTAS FINALES						
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	1	2	3				
Ventas parcial	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%																		
Ventas acumuladas	10,00%	20,00%	30,00%	40,00%	50,00%	60,00%	70,00%	80,00%	90,00%	100,00%																		
% ventas/mes	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%																		
Mes de venta																												
1	37.558,76	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81	5.633,81					225.352,58	375.587,63	
2		37.558,76	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33	5.930,33					225.352,58	375.587,63
3			37.558,76	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79	6.259,79					225.352,58	375.587,63
4				37.558,76	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02	6.628,02					225.352,58	375.587,63
5					37.558,76	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27	7.042,27					225.352,58	375.587,63
6						37.558,76	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75	7.511,75					225.352,58	375.587,63
7							37.558,76	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31	8.048,31					225.352,58	375.587,63
8								37.558,76	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41	8.667,41					225.352,58	375.587,63
9									37.558,76	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69	9.389,69					225.352,58	375.587,63
10										37.558,76	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30	10.243,30					225.352,58	375.587,63
11																												
12																												
13																												
14																												
15																												
TOTAL INGRESOS/MES	37.558,76	43.192,58	49.122,91	55.382,70	62.010,72	69.052,99	76.564,74	84.613,05	93.280,45	102.670,14	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68	75.354,68					2.253.526,75	3.755.876,25	
INGRESOS ACUMULADOS	37.558,76	80.751,34	129.874,25	185.256,95	247.267,67	316.320,65	392.885,39	477.498,44	570.778,89	673.449,03	748.803,71	824.158,39	899.513,07	974.867,75	1.050.222,43	1.125.577,11	1.200.931,78	1.276.286,46	1.351.641,14	1.426.995,82	1.502.350,50	1.502.350,50	1.502.350,50	1.502.350,50	3.755.876,25			
COMISION POR VENTAS	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12	15.737,12																			

Fuente: ARCONTEC.

Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

En base a la velocidad de ventas del mercado el periodo de ventas es de 10 meses, tres meses de preventas y 7 durante la construcción por lo que se tuvo que re formular la estrategia de ventas, ya que no habrán ventas en obra terminada, por lo tanto a partir del 5 mes de construcción se venderá a precio de etapa construida con un aumento del 7,5%, no del 15% como se planeo al inicio.

Gráfico 34: Flujo por Ingreso de Ventas



Fuente: ARCONTES. Elaborado por: Ana Gabriela Imbaquingo

El desarrollo de la curva de los ingresos acumulados tiene un crecimiento constante desde el mes 1 al 22 pero al mes 24 hay un salto abrupto porque ingresan el 60% de todos los departamentos.

Hay que tomar en cuenta que también hay 2 locales comerciales, 10 parqueaderos y 10 bodegas a la venta, estas no aplican al sistema de financiamiento y es difícil prever cuando se venderán así que los precios son los mismos.

ELEMENTO	PRECIO GLOBAL
Locales comerciales 62 m2	15.000,00
Parqueaderos	7.000,00
Bodegas	2.500,00

4.4. CONCLUSIONES

La estrategia comercial planteada tiene defectos, apostarle todo a una sala de ventas dirigida por personas con falta de experiencia, el mismo que no está bien diseñado y tampoco es una muestra de la calidad de productos que se va a entregar, y es una desventaja competitiva frente a los show room montados por la competencia.

También se han utilizado pocos canales de distribución, y no se han participado en las principales ferias de promoción inmobiliaria y tampoco en revistas especializadas.

Se ha optado por medios tradicionales y no al avance tecnológico, las imágenes y el eslogan usado no es el correcto, no llega al cliente meta, y el nombre mucho menos es fácil de recordar o asociarlos a calidad o exclusividad. Con la complejidad del mercado y la gran entrada de competidores si amerita mas estudio de marketing.

La estrategia de precios siempre estuvo guiada por lo que pasa en el mercado, y hacer ver al cliente que el precio se justifica con calidad que es fácil de percibirla como vimos en las valoraciones de la competencia, y si bien en un mercado que permite cierto ajuste de precios a la alta, estos deben justificarse con mayor calidad.

En base a la velocidad de ventas del mercado, el periodo de ventas es de 10 meses, tres meses de preventas y 7 durante la construcción por lo que se tuvo que re formular la estrategia de ventas, ya que no habrán ventas en obra terminada, por lo tanto a partir del 5 mes de construcción se venderá a precio de etapa construida con un aumento del 7,5%, no del 15% como se planeo al inicio.

Estas estrategias no son estáticas van cambiando con el tiempo y los avances en las ventas, se ha previsto nuevas inyecciones de capital para comercialización. Si cambian las estrategias cambia la organización de la empresa.

5. ANALISIS FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo del análisis financiero es determinar la Viabilidad Económica del proyecto, es decir determinar si la inversión en este proyecto es rentable o no, independientemente de las fuentes de financiación.

También desarrollamos un modelo que nos indique el posible comportamiento del proyecto a lo largo de su vida, desde la planificación hasta las ventas, tomando en cuenta el mercado, los costos y el tiempo de ventas, pero este nunca se ajustará estrictamente a la realidad. Los más probables escenarios fundamentados en la investigación del mercado y los índices generales del país.

El objetivo como evaluadores es recopilar la mayor cantidad de datos posibles para tomar una decisión, si invertir o no en este proyecto.

Para el análisis financiero partiremos desde los costos ya definidos en capítulos anteriores y los precios de ventas, para determinar la utilidad neta del proyecto, que la visualizaremos en la siguiente tabla de resultados:

Tabla 44: Tabla de Resultados

COSTO TOTAL DEL PROYECTO						2.641.847,23
PRECIO DE VENTA				3035,13	1237,468	3.755.876,25
UTILIDAD Antes de impuestos						1.114.029,02
MARGEN						29,66%

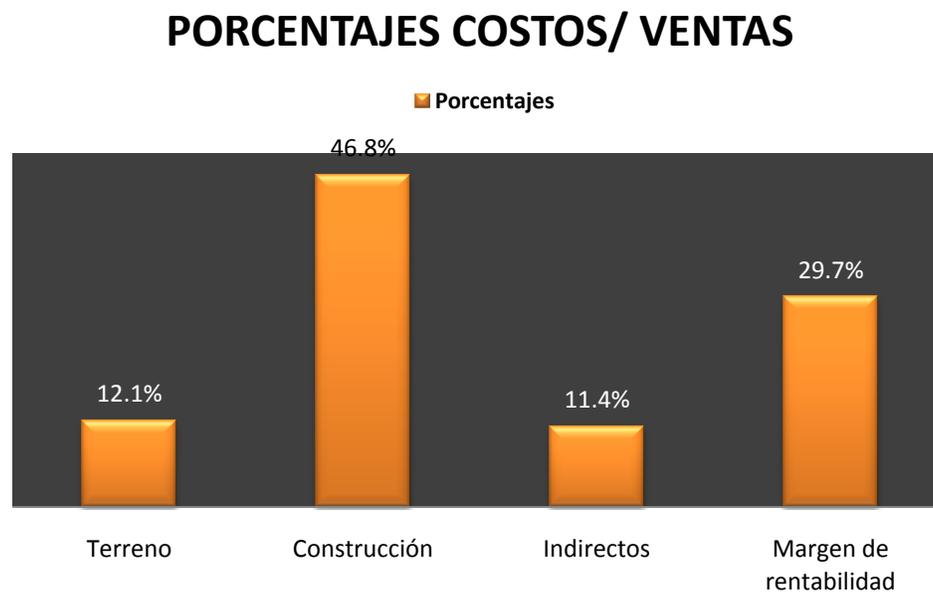
Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 45: Porcentaje de costos/ precio de venta

Porcentaje de costos sobre precio de venta		
Terreno	12,1%	455.250,00
Construcción	46,8%	1.759.100,83
Indirectos	11,4%	427.496,40
Margen de rentabilidad	29,7%	1.114.029,02
TOTAL		3.755.876,25

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 35: Porcentaje costos/ ventas



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

5.2. FLUJO DE CAJA

Los parámetros para la evaluación del proyecto parten de Cash- Flow, que para nuestro caso es un flujo de caja operativo donde solo consideramos ingresos por ventas y egresos o costos, es decir movimientos de fondos absorbidos y generados por el proyecto.

La diferencia entre la cantidad de fondos generados y los absorbidos, nos dará en algún momento del proyecto negativo, el valor máximo negativo acumulado es la inversión máxima de capital, que se cubrirá con una política de financiación.

5.2.1. ANALISIS DE EGRESOS

Consideramos egresos todos los costos en los que ha incurrido el proyecto durante su vida desde la planeación, ejecución, ventas hasta que se entregue la última unidad de vivienda. Se resume en el siguiente cuadro (sin apalancamiento):

Tabla 46: Resumen de Egresos del Proyecto

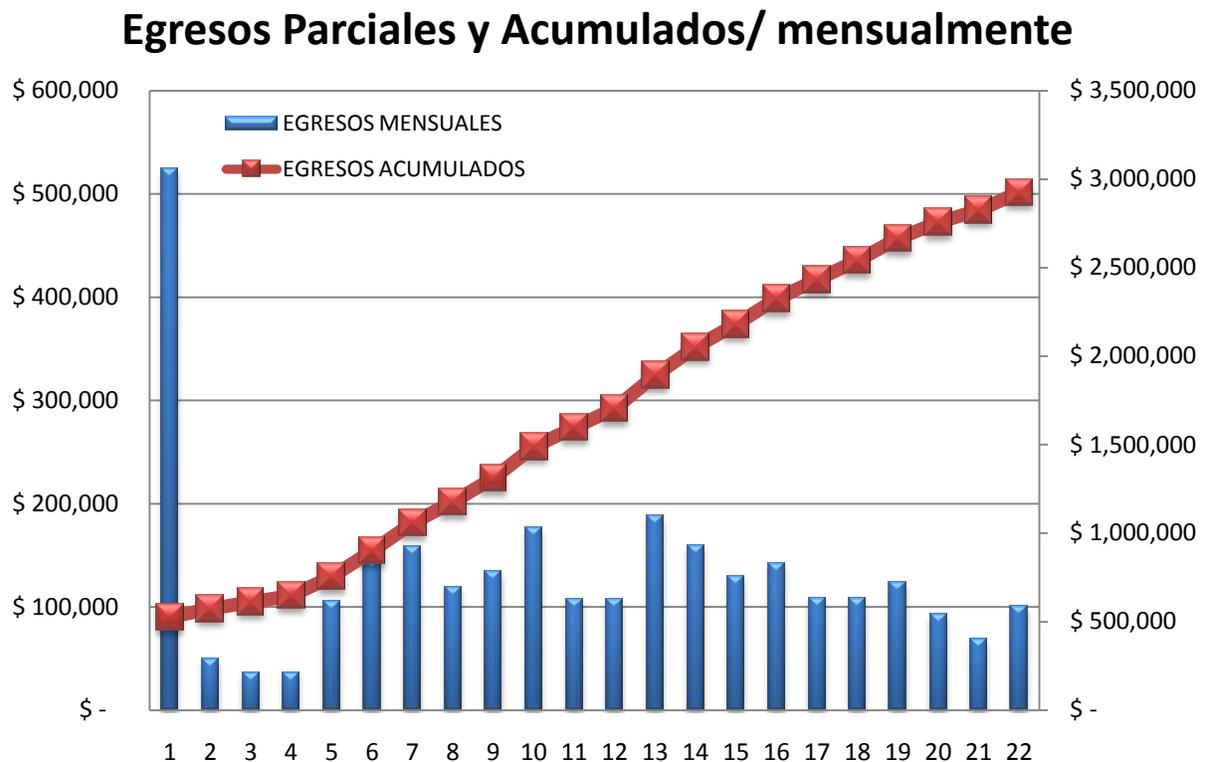
ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	Porcentaje sobre costo de construcción	Porcentaje sobre precio de venta	CANTIDAD	C. UNITARIO	TOTAL
1	COSTOS DIRECTOS		83,82%	58,96%			2.214.350,83
	Terreno	m2	17,23%	12,12%	607,00	750,00	455.250,00
	Costo directo de construcción	m2	66,59%	46,84%	4.998,16	351,95	1.759.100,83
2	COSTOS INDIRECTOS		16,18%	11,4%			427.496,40
	Planificación	%	9,00%	1,07%			40.100,05
	Publicidad	%	2,97%	1,39%			52.272,71
	Construcción y dirección técnica	%	8,28%	3,88%			145.627,48
	Gerencia y manejo contable	%	6,34%	2,97%			111.600,00
	Costos Varios e Impuestos	%	1,94%	0,91%			34.207,84
	Comision por ventas	%	0,00%	0,00%			0,00
	Imprevistos	%	2,48%	1,16%			43.688,31
COSTO TOTAL DEL PROYECTO							2.641.847,23

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

A continuación mostramos el flujo de egresos en el tiempo del proyecto (Ver Anexo Flujo de Egresos)

Los flujos de egresos mensuales y acumulados se resumen en el siguiente gráfico.

Gráfico 36: Resumen de Flujos Egresos parciales y Acumulados



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

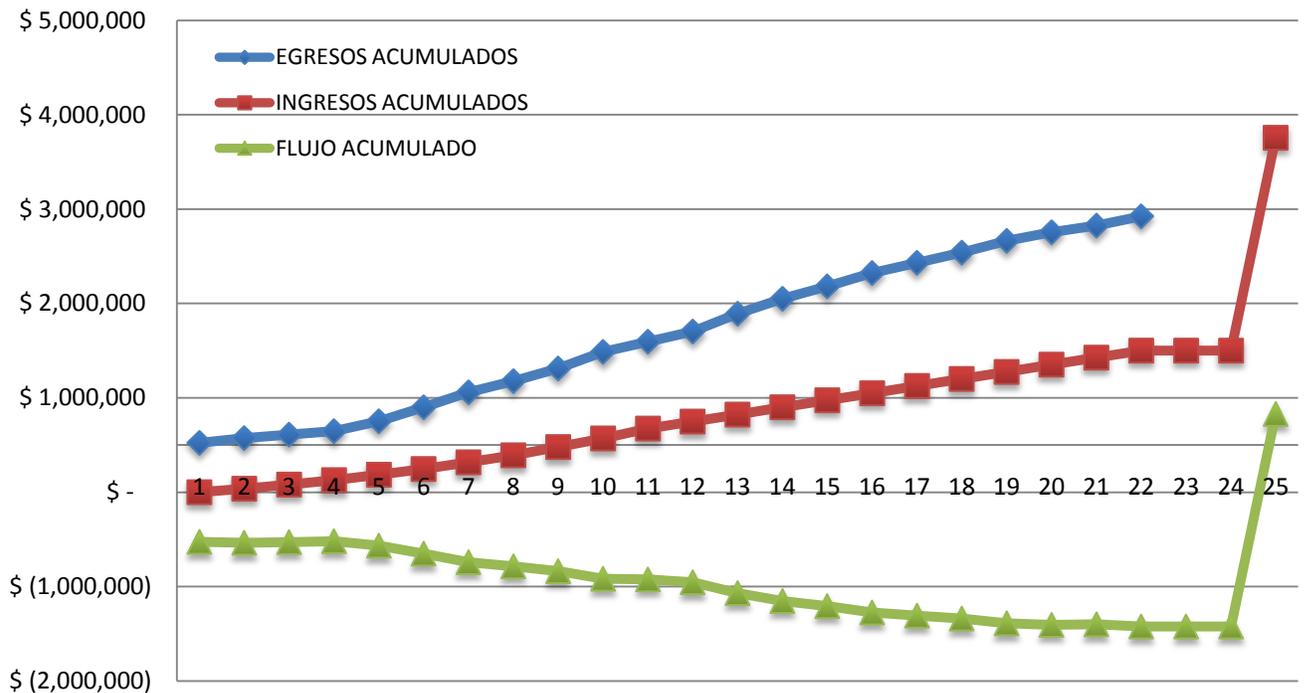
En el gráfico podemos observar que egresos son altos al inicio porque se pago por el terreno se hará al inicio del proyecto, desde el mes 5 se eleva porque se inicia con la construcción del edificio hasta concluir en el mes 22.

5.2.2. INGRESO, EGRESOS Y SALDOS

Ya al contraponer ingresos y egresos en un mismo cash flow, obtenemos saldos negativos, la sumatoria de los negativos es la inversión máxima del proyecto.

Gráfico 37: Resumen de Cash Flow Puro

Ingresos, Egresos y Saldo Acumulados



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Los Egresos son ascendentes en mayor escala que los ingresos, a diferencia de los saldos cuyo mes más relevante es el 22, por los requerimientos de inversión máxima de 1.442.765 Usd.

5.3. VALOR ACTUAL NETO

Un método de valuación de factibilidad de proyectos es determinar el Valor Actual Neto (VAN). Traer a valor presente los flujos futuros del proyecto aplicando una Tasa de Descuento o Costo de Oportunidad. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Es importante tener en cuenta que el valor del Valor Presente Neto depende de las siguientes variables:

La inversión inicial previa, las inversiones durante la operación, los flujos netos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dure el proyecto.

5.3.1. TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento para el Proyecto Edificio Austria, se ha determinado más que por los métodos teóricos de calcular la Tasa de Descuento, se basa en la experiencia como Constructores y Promotores, si bien la diferencia entre los métodos teóricos no es significativa la tasa adoptada es del 23% anual, y 1,74% mensual.

5.3.2. METODO CAPM

El modelo de Valuación de Activos de Capital (CAPM), sirve para valorar activos de acuerdo al riesgo y al retorno futuro previsto. Relaciona la tasa de rentabilidad requerida para un activo con su riesgo (Federico Eliscovich, Material de Clase 2010).

Para calcular la tasa de descuento se requiere de valores base, por lo tanto se toma los valores de Estados Unidos e se incluye la tasa de riesgo país del Ecuador, esto se hace por la falta de información técnica para nuestro país.

La forma a utilizar es la siguiente:

$$Re = Rf + \beta(Rm - Rf) + Rp$$

Re: Rendimiento mínimo esperado por los inversores

Rf: Tasa de interés libre de Riesgo (Tasa de rendimiento de los bonos del T-bill a dos años en EEUU)

β : Coeficiente de riesgo de la industria de la construcción. El cual mide la sensibilidad del valor activos de una empresa, respecto al de la economía en general.

Rm: Rendimiento de las industrias del país.

Rp: Riesgo país del Ecuador

Tabla 47: Tasa de Descuento método CAPM

TASA DE DESCUENTO METODO CAPM	
DATOS	VALOR
Tasa libre de riesgo (Rf)	2%
Tasa de mercado inmobiliario EE.UU (Rm)	17,4%
Coeficiente de riesgo sector de la construcción	0,72
(β)	
Riesgo país (Rp)	10%
Tasa de Descuento (Re)	23,09%

Fuente: Federico Eliscovich 2010. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

$$Re = Rf + \beta(Rm - Rf) + Rp$$

$$Re = 2\% + 0,72(17,4\% - 2\%) + 10\%$$

$$Re = 23,09\%$$

5.3.3. METODO WACC

Costo promedio ponderado del capital, inversión total financiada por capital y crédito bancario. El costo del capital es el rendimiento requerido por los promotores, y dependen del riesgo de la inversión. El costo de la deuda es el rendimiento que el mercado requiere para préstamos y depende de las fuentes (Federico Eliscovich, 2010).

$$WACC = \frac{(C_p \times i_p) + (C_e \times i_e) + (C_n \times i_n)}{(C_p + C_e + C_n)}$$

Cp= Capital Propio

Ip= Interés del capital propio

Ce= Capital prestado

Ie= Interés del préstamo

Cn= Otros capitales

In= Interés de otros capitales

$$\text{WACC} = \frac{(936.208,87 \times 30\%) + (670.187,38 \times 11,2\%)}{(936.208,87 + 670.187,38)}$$

$$\text{WACC} = 22,16\%$$

5.4. CRITERIOR DE ACEPTACIÓN DE UNA INVERSION

Si el VAN es mayor de 0 $\text{VAN} > 0$

Si la TIR es mayor a la Tasa de Descuento $\text{TIR} > 0$

Para poder calcular estos indicadores asumimos la mayor tasa calculada que es del 23%. Como resultado tenemos que el VAN del proyecto es de 219.519,11 Usd. Este número nos indica que el proyecto es viables y la rentabilidad es mayor a la esperada, para saber cuánto más, se calcula la TIR, y para este proyecto es del 36,85% anual y 2,65% mensual.

La TIR será igual a la Tasa de Descuento cuando el VAN sea 0.

Tabla 48: Resumen de Indicadores Financieros

RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	\$ 219.519,11
TIR ANUAL	36,85%
TIR MENSUAL	2,65%
TASA DE DESCUENTO ANUAL	23%
TASA DE DESCUENTO MENSUAL	1,74%

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

5.5. ANALISIS FINANCIERO APALANCADO

Para este punto asumimos el financiamiento del proyecto en base a la Política de Financiamiento de la Empresa, donde se define el origen de los fondos necesarios de la siguiente manera:

CAPITAL	Son Fondos Propios
DEUDA	Fondos Ajenos.

Los fondos propios, vendrán de aportaciones de los socios en este caso ARCONTEC con una participación del 60% de las aportaciones y el Sr. Marco González con una participación del 40%, ambos socios ingresan sus fondos sin que nadie garantice su pago, y se someten al riesgo operativo o económico del proyecto, con un margen de utilidad mínimo de 20% sobre su aporte.

Los fondos ajenos provienen de crédito a una institución financiera. Por facilidad de trámites se trabaja con el Banco del Pichincha ya que ya hemos trabajado con ellos y conocen nuestra situación financiera a una tasa de interés del 11,20%, pagos mensuales de interés y cada 6 meses pago de capital, se cancela el saldo de la deuda el último mes del proyecto. Estos fondos su pago es obligatorio. La empresa se somete al riesgo financiero.

La siguiente tabla nos indica en valores el capital y la deuda del proyecto.

Tabla 49: Financiamiento del Proyecto

MAXIMA INVERSION	\$ 1.422.764,92
APORTE DE SOCIOS	\$ 936.208,87
Terreno	\$ 455.250,00
Planificación	\$ 40.100,05
Construcción y dirección técnica	\$ 145.627,48
Gerencia y manejo contable	\$ 111.600,00

Parcial sin costo Financiero	\$	752.577,53
Costo financiero	\$	71.933,45
Pago de capital de crédito	\$	111.697,90
CREDITO	\$	670.187,38
Desembolso 1	\$	335.093,69
Desembolso 2	\$	335.093,69

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

Tabla 50: Análisis del Crédito

CREDITO	\$ 670.187,38
Desembolso 1	\$ 335.093,69
Desembolso 2	\$ 335.093,69
Tasa	11,20%
Tasa Mensual	0,93%
Plazo desembolso 1	19 meses
Plazo desembolso 2	8 meses
Gastos de constitución	3%

Fuente: Banco Pichincha. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

Para el proyecto de Edificio Austria el banco hará dos desembolsos del crédito el primero se hará en el Mes 6 y el segundo en el Mes 15, como lo anticipamos en el tema de VAN, este cambia por las variaciones de los flujos, y como resultado el nuevo VAN es de 264.840,45 Usd. y una TIR DEL 45,55%. (Ver Anexo Financiamiento)

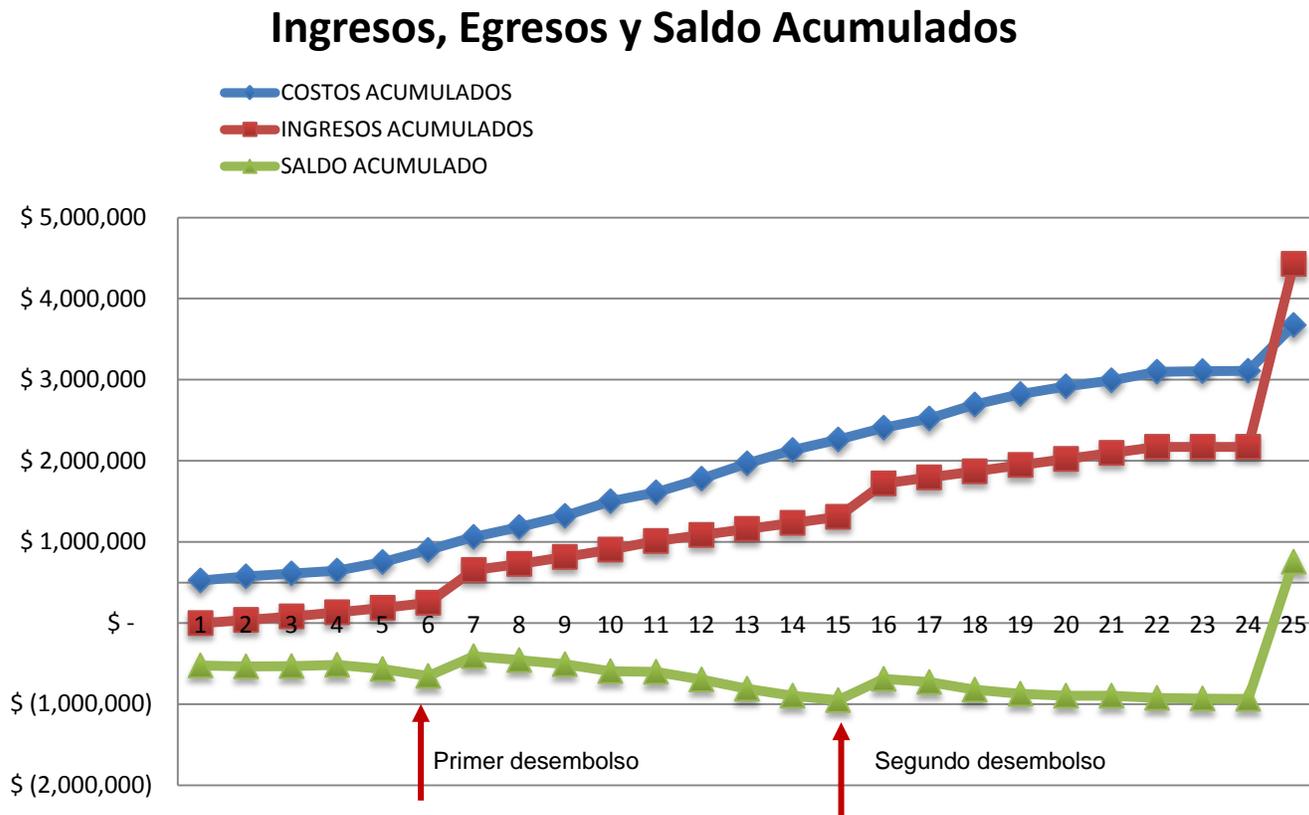
Tabla 51: Índices Financieros del Proyecto Apalancado

RESUMEN DE INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	\$ 264.840,45
TIR ANUAL	45,55%
TIR MENSUAL	3,2%
TASA DE DESCUENTO ANUAL	23%
TASA DE DESCUENTO MENSUAL	1,74%

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

En la siguiente grafica, se resumen el flujo de caja del proyecto apalancado, aun están en saldo negativos porque es el saldo que cubrirán los aportes de los socios. También se registra el ingreso de los créditos en el mes 6 y el otro en el mes 15.

Gráfico 38: Resumen del Flujo de Caja Apalancado



Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Tabla 52: Tabla de comparación de Resultados

TABLA DE RESULTADOS		
	PURO	APALANCADO
Costos del Proyecto	2.641.847,23	2.713.780,67
Ingreso por Ventas	3.755.876,25	3.755.876,25
Utilidad	1.114.029,02	1.042.095,58
Margen	29,66%	27,7%

Fuente: ARCONTEC. Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

La comparación de los resultados de capital propio versus financiado, da como resultado una disminución en el Margen de Utilidad del 1,9%. Pero el proyecto apalancado mejora la liquidez

de los flujos de caja, y por ende aumento en VAN. (Ver Anexo Flujo de Caja con Financiamiento)

5.6. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad se realiza con el objetivo de conocer las variación del VAN y la TIR en funciona a diferentes escenarios optimistas y pesimistas, mi proyecto es sensibles a la variación en los costos directos de construcción, el precio de ventas y el tiempo de ventas.

También nos refleja que tan elástico es my proyecto hasta cuando permite el aumento de costos, o la disminución del precio o el tiempo máximo de largue de ventas, antes de que el VAN se haga 0 y el proyecto no se viable.

5.6.1. SENSIBILIDAD AL AUMENTO DE COSTOS DE CONSTRUCCION

El objetivo de realizar este análisis de sensibilidad es saber cual es límite de aumento en los costos de construcción, para que el proyecto aun sea viable.

Cuando el aumento de los costos supera el 15,39% en VAN se hace negativo es decir mi proyecto ya no es viables, y cada 1% de aumento de los costos sobre el presupuestado hace que el VAN disminuya 14.262 Usd.

Tabla 53: Sensibilidad a Costos de Construcción

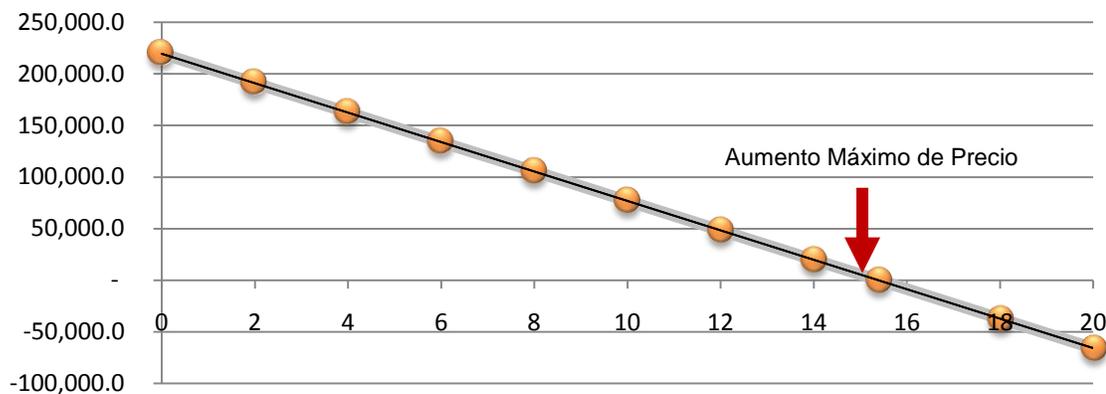
Aumento de Costos Directos	2%	4%	6%	10%	14%	15,39%	18%
VAN	190.995,9	162.472,6	133.949,4	76.902,9	19.856,4	-	-37.190,1
Variacion del VAN	13%	26%	39%	65%	91%	100%	

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 39: Sensibilidad por aumento de costos de construcción

Sensibilidad VAN por aumento de precios

$$y = -14262x + 219519$$



Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo.

Con esta fórmula $Y = -14.262 X + 219.519$ que sale de la línea de la tendencia es fácil calcular la variación del VAN.

Y= VAN

X= Variación por aumento de costos.

Aquí también nos indica que por cada 1% de aumento en los costos de construcción, hay una disminución de 14.262 Usd. (Ver Anexo Sensibilidad al Aumento de los Costos de Construcción)

5.6.2. SENSIBILIDAD A LA DISMINUCION DE PRECIOS

El objetivo de este análisis es proveer el precio mínimo de venta antes de que el VAN del proyecto sea 0. Y que tan sensible es al proyecto a la variación de los precios de ventas.

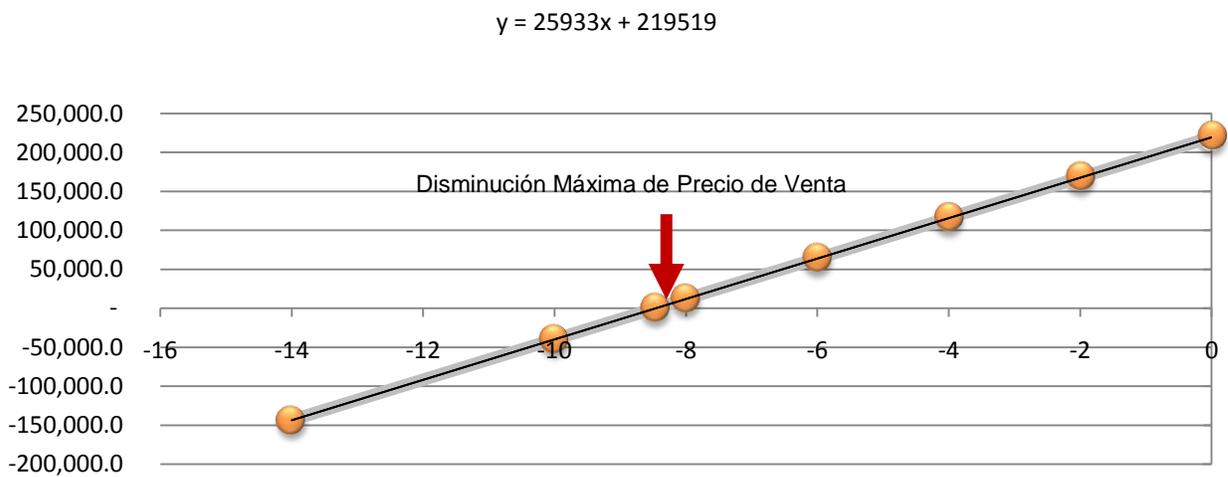
Tabla 54: Sensibilidad a la Variación de Precio de Venta

% Disminución de Precio de Ventas	-2%	-4%	-6%	-8%	-8,46%	-10,00%
VAN	167.652,2	115.785,3	63.918,4	12.051,5	-	-39.815,4
Variación del VAN	24%	47%	71%	95%	100%	118%

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 40: Sensibilidad del VAN por Disminución en el Precio de Venta

Sensibilidad VAN por disminución de precio de venta



Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

El proyecto es viable, aun cuando la variación del precio a la baja es de 8,46%, cualquier disminución mayor a esta reflejara un VAN negativo, por consiguiente el proyecto no es rentable.

Por medio de la ecuación, se puede calcular de manera más rápida los cambios del VAN, como producto de la disminución del precio de venta.

$$Y = 25.933 X + 219.519$$

$$Y = \text{VAN}$$

X= Variación por aumento de costos.

Como resumen por cada 1% que disminuyan los precios de ventas el VAN reduce en 25.933 Usd. (Ver Anexo Sensibilidad a la Disminución de los Precios de Ventas)

5.6.3. SENSIBILIDAD AL TIEMPO DE VENTAS

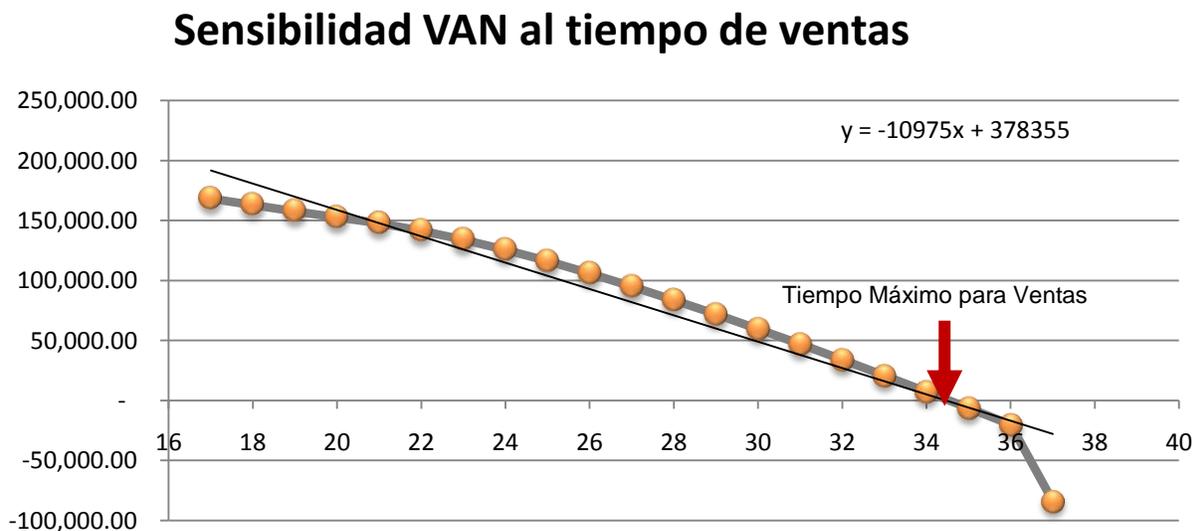
Finalmente la última variable a la que es sensible mi proyecto es a la velocidad de ventas. Para nosotros como pequeños promotores es vital saber cuánto tiempo soporte el proyecto el alargue de ventas. Aunque se ha hecho el estudio de mercado y se prevé una velocidad de ventas que concluye en los 10 meses, en la realidad esto puede variar por muchos factores.

Tabla 55: Sensibilidad al Tiempo de Ventas

Meses de Ventas	17	20	25	30	34	35
VAN	168.223,1	152.610,8	116.163,1	59.577,1	7.367,8	- 6.229,5
Variación del VAN	23%	30%	47%	73%	97%	103%

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

Gráfico 41: Sensibilidad al Van al Tiempo de Ventas



Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

El proyecto es viable aun cuando el tiempo de ventas se alargue hasta el mes 34 del proyectos, mas meses de venta implica un VAN negativo y así un proyecto no viable.

Por medio de la ecuación, se puede calcular de manera más rápida los cambios del VAN, como producto de la disminución del precio de venta.

$$Y = -10.975 X + 378355$$

Y= VAN

X= Variación por aumento de costos.

Como resumen por cada mes que se alargue la venta el VAN reduce en 10.975 Usd. (Ver Anexo Sensibilidad al Tiempo de Ventas)

5.6.4. SENSIBILIDAD A DOS VARIABLES

Analizamos la sensibilidad del proyecto al cambio de dos Variables, que son Aumento de Costos de Construcción y disminución en el Precio de Ventas. Arrojándonos la siguiente tabla en la que hay varias opciones antes de que el VAN se haga negativo.

Tabla 56: Sensibilidad a dos Variables Costos y Precios

		COSTO							
		139.129,0	0	2	4	6	8	10	12
PRECIOS	0	219.519	190.996	162.473	133.949	105.426	76.903	48.380	
	-2	167.652	139.129	110.606	82.082	53.559	25.036	-3.487	
	-4	115.785	87.262	58.739	30.216	1.692	-26.831	-55.354	
	-6	63.918	35.395	6.872	-21.651	-50.175	-78.698	-107.221	
	-8	12.052	-16.472	-44.995	-73.518	-102.041	-130.565	-159.088	
	-10	-39.815	-68.339	-96.862	-125.385	-153.908	-182.432	-210.955	
	-12	-91.682	-120.206	-148.729	-177.252	-205.775	-234.299	-262.822	

Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

5.7. CONCLUSIONES

La evaluación financiera nos arroja índices positivos, indicando que el proyecto es viable, y rentable, muy atractivo para los promotores.

A una tasa de descuento del 23% anual y 1,74% mensual, tenemos un VAN del proyecto puro de 219.519 Usd, y una TIR Anual del 36,85% y mensual del 2,65%.

Al analizar el proyecto apalancado en VAN aumento, y la liquidez en los flujos, pero la rentabilidad del Capital Propio cayó en 1,9%. Hay que considerar que mientras más alto sea el valor a financiar, más se castiga a la utilidad, debido al pago de Gasto Financiero.

Los costos de la construcción pueden aumentar hasta un 15.39%, y por cada 1% de aumento de los costos el VAN disminuye en 14.262 Usd. por lo tanto es indispensable actualizar el presupuesto y estar pendiente a la fluctuación de precios y los cambios de la inflación.

Se puede disminuir el precio de ventas hasta un 8,46% de precio ponderado de ventas, un disminución mayor a este valor arroja VAN negativo. Por lo que mi estrategia de precios debe considerar este porcentaje para evitar ventas a menores precios.

Para la velocidad de ventas el proyecto soporta un alargue de ventas de hasta 35% incluyendo los 3 meses de preventas, 18 de construcción y 11 de proyecto ya finalizado. Para evitar llegar a estos límites vamos a colocar mayor atención a la estrategia comercial que es muy pobre y sin un estudio fundamentado.

6. ASPECTOS LEGALES

6.1. INTRODUCCION

La compañía promotora ARCONTEC, estará a cargo de la ejecución, promoción y ventas del Edificio “Austria”, conjuntamente con el aporte de un socio capitalista el Sr. Marco Gonzales, quien aportará con el lote de terreno ubicado en la Calle Austria, sector La Carolina.

La empresa Arcontec está legalmente constituida para la planeación, ejecución y promoción de cualquier tipo de proyectos inmobiliarios. La figura de negociación entre ARCONTEC y el socio es el traspaso del terreno a la empresa, a cambio de que al concluir el proyecto se repartan las utilidades proporcionalmente a las aportaciones, en este caso al costo del mercado del terreno, de la misma manera en caso de que no hubieses utilidades y asumieran perdidas. Se firmo un acuerdo entre las partes donde se pone a conocimiento de las mismas las cláusulas sobre las responsabilidades, beneficios y riesgos del negocio.

6.2. ASPECTOS LEGALES RELACIONADOS AL PROYECTO

6.2.1. FASE DE PLANIFICACION

Para la determinación de pre factibilidad financiera es necesario realizar un anteproyecto, dentro de las normas municipales para lo cual es necesario estar al día o investigar las Normas de Regulación Metropolitana de predio, para lo cual se obtendrá el documento de Informe de Regulación Metropolitana (IRM). Con el fin de revisar las características que este tiene y poder verificar la viabilidad del proyecto.

Una vez con el proyecto definitivo y cumpliendo las normas y reglamentos mínimos para espacios, se procede a obtener el permiso único de construcción y a registrar los planos en el Municipio, para lo cual es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Plano Arquitectónicos elaborados y firmados por un arquitecto, los mismo que deben ser presentados al Colegio de Arquitectos de Pichincha.

Planos estructurales e hidrosanitarios elaborados y firmados por un ingeniero civil y registrado en el Colegio de Ingenieros Civiles de Pichincha.

Planos eléctricos elaborados por un Ingeniero Eléctrico.

Aprobación de los planos de instalación contra incendios por parte de los Bomberos.

Comprobante de pago de fondo de garantía emitido por bancos o compañía de seguros, es la única garantía que tiene el dueño de proyecto de que el constructor ejecute el proyecto de acuerdo a los planos aprobados. Esta garantía será devuelta al finalizar la construcción, luego de la inspección final que realizará el Municipio.

El registro de planos, es un documento juramentado y notariado, en el cual el arquitecto responsable afirma que todo el proyecto cumple con las normativas y regulaciones municipales.

Es importante revisar si existe factibilidad para los suministros de alcantarillado, agua potable, energía eléctrica y servicio telefónico para todos los departamentos de edificio, los mismos que se deberán tramitar con anterioridad, inclusive mucho antes del inicio de la construcción.

6.2.2. FASE DE CONSTRUCCIÓN

En esta fase es importante realizar contratos notariados e inclusive pedir garantía por trabajos o equipos instalados dentro del proyecto, a fin de tener claro las responsabilidades, obligaciones y condiciones de pago acordadas por las partes, e incluso se exigirá para el pago de las planillas de avance o para la liquidación de trabajos se presente por parte de todos los contratistas el pago de IESS por el tiempo que estuvieron en obra y por toda la mano de obra involucrada, para evitar conflictos laborales en caso de incumplimiento y de acuerdo a los estipulado en el Mandato 8.

6.2.3. FASE DE PROMOCION Y VENTAS

Al igual que la fase de construcción, se realizarán contratos para todos aquellos proveedores de publicidad, diseñadores e impresiones de los flyers, trípticos, vallas publicitarias y de la persona que esté a cargo de la sala de ventas.

El momento de la reserva de la unidad el cliente deberá confiar en la empresa ya que el único comprobante es un recibo de caja sin mucha validez, y sin multas en caso de que el cliente se retracte de la compra.

En esta fase también se realizarán las promesas de compra y venta notariadas, con cláusulas en caso de incumplimiento por las dos partes, con los respectivos clientes. Es importante que en este documento quede sentado el precio final de los inmuebles, el área del mismo, la forma de pago, la fecha de contra entrega, las características y acabados de cada espacio, para evitar reclamos o inconformidades el momento de la entrega.

6.2.4. FASE DE ENTREGA

Para la entrega de las unidades de vivienda se deberá haber obtenido el permiso de habitabilidad, el mismo que se obtendrá después de realizar una inspección por parte de los comisarios municipales, en el cual se constará que el edificio cumpla con las normativas municipales, y que además, esté construido acorde con los planos que fueron registrados en el Municipio en la fase de planificación. Después de este proceso se procederá a la devolución del fondo de garantía.

El documento de la declaratoria de propiedad horizontal, donde se realiza la subdivisión de la propiedad en departamentos, locales comerciales, parqueaderos y bodegas a la venta, parqueaderos de visitas, y demás, también se definen las áreas y linderos individuales, para obtener el número de predio independiente por inmueble y una alícuota respectiva en función

proporcional a la dimensión del departamento, aquí se especificará la alícuota que cada departamento representa dentro del proyecto.

De esta manera los clientes pueden escriturar los departamentos en el Registro de la Propiedad cuyos gastos incurridos corresponde al comprador de la unidad, todo los impuestos municipales de traspaso de dominio y venta de inmueble corre a cuenta de la empresa. Así se finaliza con el proceso de compra de los inmuebles.

6.3. CONCLUSIONES

Para todos estos procesos es importante tener asesoramiento continuo de un Abogado especializado en Vienes Raíces, también tener una noción de los procedimientos y tramites a realizar, para que no haya retraso con la entrega de los departamentos.

También hay que estar actualizado en cuanto a la Legislación Ecuatoriana tanto laboral, como de bienes, de la misma manera con las Ordenanzas Municipales para evitar que se rechacen los proyectos, y eso significa tiempo y dinero.

7. GERENCIA DEL PROYECTO

7.1. INTRODUCCION

En este capítulo se definirá y planificará el trabajo del equipo para la correcta planificación, ejecución y promoción del proyecto.

7.2. RESUMEN EJECUTIVO

El edificio Austria será desarrollado por un grupo de promotores y constructores de Arcontec, quienes tienen experiencia en proyectos similares, ubicados en el mismo sector La Carolina.

El edificio Austria se encuentra ubicado en un terreno de 600 m², donde se contempla 27 departamentos de 2 a 4 por planta, 2 locales comerciales y 1 oficina en planta baja, 10 bodegas y departamentos a la venta, con una área de construcción de 4.998,16 m² y área útil de 2.875,13 m².

Se ha planificado la construcción en 18 meses, se espera una rentabilidad del 23% anual y un precio de venta por metro cuadrado de 1218,00 Usd.

El proyecto es una edificación con acabados de lujo, excelente ubicación que le permite al usuario estar cerca de toda el área comercial, financiera y recreativa de la ciudad, inclusive es uno de los sectores con mayor plusvalía por lo que la compra podría ser para inversión.

7.3. ALCANCE

Se fin de este negocio es cubrir el déficit de vivienda de la ciudad.

Los entregables serán todos y cada uno de los procesos, documentos y certificaciones que se incluyan en la gestión y administración para que el proyecto cumpla con sus objetivos.

Estos serán manejados por el grupo ARCONTEC y deberán ir cumpliendo los diferentes requisitos para ser recibidos por el siguiente grupo de profesionales a cargo y avanzar con cada fase del proyecto.

Estas fases se definirán antes de realizar cualquier tarea o entregable y se notificara a cada uno de los involucrados para su debido cumplimiento.

7.3.1. OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Alcanzar la rentabilidad mínima esperada sobre la inversión
- Satisfacer las necesidades del cliente meta
- Entregar el proyecto en 18 meses.
- Tener una velocidad promedio de 2.7 unidades de viviendas por mes y 10 meses de venta total.
- Cumplir con el cronograma de fases del proyecto en el tiempo esperado.
- Concluir el proyecto cuando los entregables sean recibidos por el cliente final.

7.3.2. INTERESADOS CLAVE DEL PROYECTO

Externo: Clientes, proveedores, vecinos y la ciudad.

Internos: Socios, ARCONTEC, Gerente del Proyecto y los miembros del equipo del proyecto.

7.3.3. CLIENTES DEL PROYECTO

Nuestro cliente meta son:

- Personas de nivel medio-alto, alto.
- Personas del sector.
- Trabajadores del sector.
- Inversores de bienes raíces

7.3.4. NECESIDADES DEL CLIENTE

- Viviendas
- Parqueaderos
- Servicios Básicos
- Seguridad
- Áreas recreativas y comunales
- Buena ubicación, cerca de la mejor zona financiera, comercial y recreativa de la ciudad.
- Exclusividad y lujo.

7.3.5. ENTREGABLES FINALES

Los departamentos incluyen: pisos de área social en tabloncillo, alfombra hipo alergénica en dormitorios, porcelanato en cocina y cerámica en baños, puertas en MDF, muebles de cocina alta y baja, y closet en MDF, pintura externa e interna. Y toda el área comunal y circulación con los mejores acabados. Aparatos sanitarios, grifería, lavaplatos, área de lavado, puerta de seguridad al ingreso. Todos los departamentos cumplirán las ordenanzas municipales y demás organizaciones gubernamentales, y todos los permisos de habitabilidad.

7.3.6. CRITERIOS DE ACEPTACION DE LOS ENTREGABLES

- Todos los entregables deben ser los mismos que se estipularon en los contratos de compra y venta, cumpliendo con todo lo prescrito.
- Para ser recibido el producto debe haber pasado todas las etapas desde su planificación hasta la entrega satisfactoria.
- Todos los entregables deber ser revisados por los correspondientes funcionarios.
- Documentación y cierre de cuentas adecuado y debidamente documentado.

7.3.7. ENTREGABLES ORGANIZACIONALES

- Contratos de aceptación de las dos partes interesadas, desde la fase de planificación, construcción y ventas.
- Planos arquitectónicos, estructurales e instalaciones hidro sanitarias y eléctricas, aprobadas por las entidades correspondientes.
- Construcción del edificio dentro del plazo establecido.
- Entregas en la fecha indicada de cada entregable o fase.

7.3.8. CRITERIOS DE ACEPTACION DE LA ORGANIZACIÓN

- Realización de informes de tiempo, revisiones de gastos y desembolsos y disposiciones contractuales estándar.
- Elaboración de plantillas de riegos, de estructura de desglose del trabajo y de red del cronograma del proyecto.
- Tramitación de solicitud de cambio y aprobación de autorización del trabajo.
- Evaluación del proyecto.

7.3.9. METAS ORGANIZACIONALES

- Cumplimiento en tiempos, calidad y garantía de todos los contratos hechos para la construcción del Edificio Austria.
- Crear una base de procesos a seguir para próximos proyectos, que garanticen el éxito de los mismos.
- Consolidar a ARCONTEC, como una empresa responsable con su gente y competitiva en el mercado, tanto por calidad como por servicio.

7.3.10. ASUNCIONES

- Que existan los menos cambios posibles que afecten el diseño del edificio.
- Alcanzar el punto de equilibrio en ventas en el mes 8 de construcción.

- Vender la mayor cantidad de departamentos en la fase de preventas.
- Cumplir estrictamente las especificaciones técnicas establecidas en la fase de planificación.

7.3.11. LIMITACIONES

- Se prohíbe el inicio de la construcción hasta tener todos los permisos correspondientes.
- Nos regiremos a un presupuesto establecido, a flujos aprobados, especificaciones técnicas y planos que forman parte del acta de constitución del proyecto.
- No se aceptarán cambios a los entregables hasta 10 meses antes de fecha límite, y mucho menos las efectuadas por los compradores.

7.4. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT)

Consiste en la descomposición jerárquica orientado hacia el producto entregable, el EDT debe incluir todo el trabajo de acuerdo a la definición del proyecto.

Gráfico 42: EDT



Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

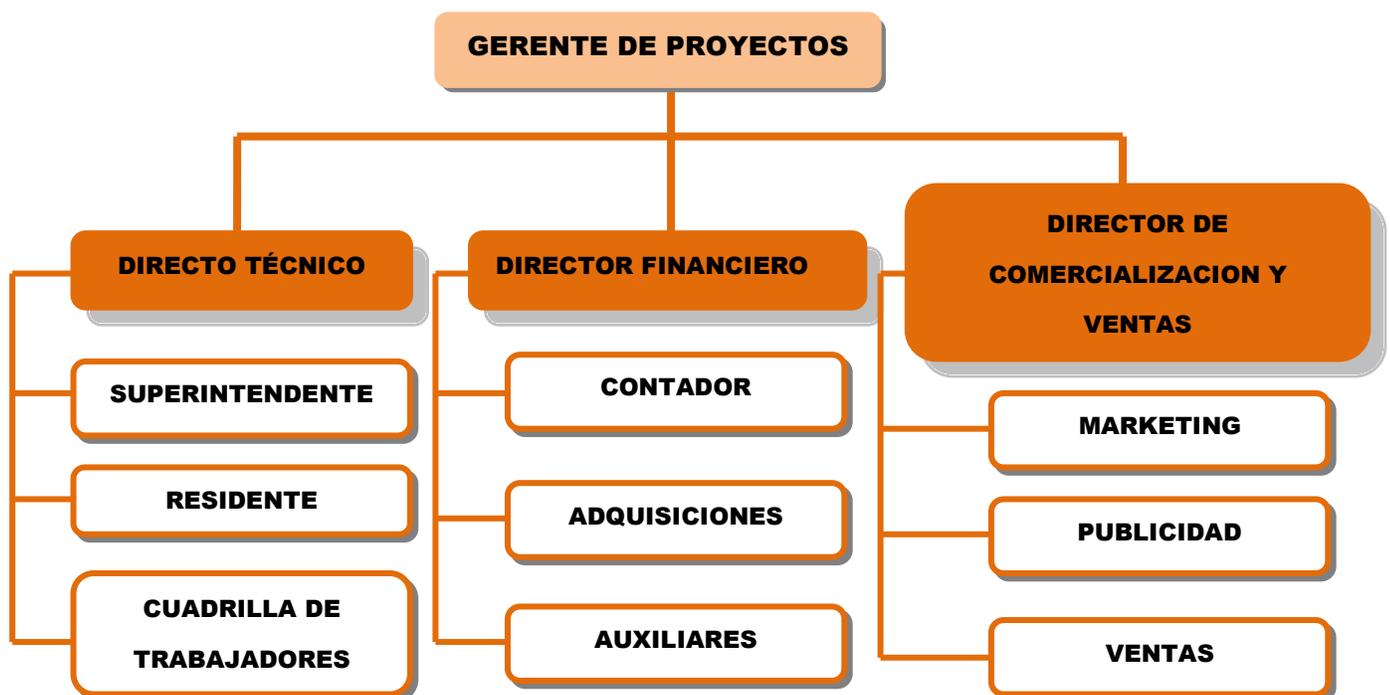
7.5. PLAN DE GESTION DEL TIEMPO

Este plan de gestión está basado en el cronograma general del proyecto y el cronograma valorado de trabajos, donde se marcan inicios y finales e hitos de cada fase que los detallare a continuación.

7.7. PLAN DE GESTION DE RECURSOS HUMANOS

El equipo de trabajo está conformado por grupo de personal técnico, uno administrativo y otro de promoción, bajo es siguiente esquema de jerarquía.

Gráfico 43: Organigrama Funcional



Elaborado por Ana Gabriela Imbaquingo

7.8. PLAN DE GESTION DE CALIDAD

Parte de los objetivos de la organización es dar a conocer a ARCONTEC como una empresa confiable y que entrega productos de calidad, por lo que este plan se ha diseñado para que desde la concepción de la idea y todas las fases sucesivas estén bajo un control de calidad. Los responsables de que todos cumplan este plan integral son los fiscalizadores no solo de obra sino de planificación y financiero. Emitiendo informes de avance de obra y especificaciones cumplidas así como reportes de no cumplidos y enmendados.

7.9. PLAN DE GESTION DE RIESGO

Los riesgos son eventos a futuro que pueden afectar negativamente al proyecto. El objetivo de este plan es identificar los riesgos, y definir cuáles serán las acciones a tomar en caso de que sucedan y su monitoreo desde que aparecen hasta que se solucionan.

7.10. PLAN DE GESTION DE ADQUISICIONES

El plan de gestión de adquisiciones establece los pasos a seguir al momento de adquirir un bien o servicio fuera de los que ofrece ARCONTEC, estableciendo parámetros como formatos de contratos, formas de pago, garantías, y sanciones por incumplimiento.

7.11. CONCLUSIONES

La gerencia de proyecto tiene como tarea la de velar con que todas las tareas asignadas y los recursos humanos dedicados a estos se rijan a un plan global, dentro del tiempo establecido y con el presupuesto asignado en la carta de constitución.

Nunca debe perder la perspectiva y el control del alcance, presupuesto y plazos, con el único fin de cumplir con los objetivos y los entregables.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

- Las nuevas reformas a las políticas económicas del país cuyo principal objetivo es impulsar la producción nacional y su programa de una vivienda digna para el 2010 ha impulsado al sector de la construcción a través de varias vías como los créditos para usuarios y constructores a tasas muy bajas.
- La tendencia a la baja de la inflación, que no ha sufrido cambios abruptos desde la crisis del 2000, hace pensar que se mantendrá este comportamiento a la baja, lo que hace que la estabilidad de los precios de los insumos se mantengas, y a la vez el precio de venta de los inmuebles no cambien.
- Las políticas sociales del gobierno intentan disminuir el desempleo y sub empleo, para que la inseguridad laboral no sea un limitante al momento de invertir en un inmueble y no poder cumplir con los requisitos para obtener un crédito, al mismo tiempo que disminuirá la inseguridad e incertidumbre, tanto para los inversionistas nacionales o extranjeros, y sobre todo para los ecuatorianos que necesitan adquirir una vivienda.
- El entorno macroeconómico augura estabilidad para el desarrollo de proyectos inmobiliarios.
- El edificio Austria está dirigido a un cliente meta de nivel socio económico alto y medio alto, no más de 4 miembros de familia, solteros o parejas jóvenes con in ingreso mensual mayor a 2700 Usd.

- Estimamos los precios promedios de 1230, Usd. por metro cuadrado, de la competencia y su velocidad de venta de 2.7 unidades por mes, así como también nos ha permitido apreciar la calidad de cada uno de los proyectos de la competencia y servicios.
- Al evaluar la competencia a parte de darnos una pauta de precios, tamaños de productos, acabados, también no dan datos para ver como promocionamos nuestro proyecto usando los mismos canales de distribución para llegar al mismo cliente target.
- El proyecto está ubicado en uno de los mejores sectores de la ciudad, que se ha consolidado como un polo comercial y financiero, cerca de los mejores centros comerciales y los principales banco.
- El área útil vendible es de 2875,13 m², valor que considera 27 departamentos 27 parqueaderos, 27 bodegas, mas 10 parqueaderos bodegas, y 2 locales para la venta, con su correspondiente área comunal en la terraza la mayor parte y otra en planta baja.
- Los costos directos son el 63 % del costo total, 20 % es el indirecto, 17% costo del terreno. El costo por metro cuadrado útil es de 958,29 Usd y del metro cuadrado construido es de 551,25 Usd.
- La evaluación financiera nos arroja índices positivos, indicando que el proyecto es viable, y rentable, muy atractivo para los promotores. A una tasa de descuento del 23% anual y 1,74% mensual, tenemos un VAN del proyecto puro de 219.519 Usd, y una TIR Anual del 36,85% y mensual del 2,65%.
- Es sensible al aumento de costos de la construcción hasta un 15.38%. disminución del precio de venta hasta 8,46% y hasta 35 meses de venta.

8.2. RECOMENDACIONES

- Poner un especial énfasis en la elaboración del presupuesto de obra para no tener un desfase entre lo programado y lo ejecutado, o variación en el volumen de obra. Ya que el proyecto es sensible al cambio de este ítem.
- Conseguir mayor capital propio para no disminuir el margen de utilidad debido a los costos de financiamiento.
- Mejorar los medios que se han usado para la estrategia comercial, ya que son muy pobres y sin un estudio de marketing. Y debido a la gran cantidad de competidores es indispensable llegar al cliente de manera fuerte y que se aprecie la calidad del proyecto.
- Controlar frecuentemente el personal en venta debido a que no tenemos experiencia en ventas podemos incurrir en errores y eso se refleja en la velocidad de ventas.
- Reformular la estrategia de precios dependiendo del tiempo que se esté demorando en absorber las unidades.

BIBLIOGRAFIA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Textos de la Clase de Macroeconomía de Franklin Maiguasca, 2010
- Textos de Clase Federico Eliscovich, 2010
- Textos de Clase Hipólito Serrano, 2010
- Textos de Clase Fernando Shutte, 2010
- Textos de Clase Ernesto Gamboa y Asociados. 2010
- SANTOS ALVITE Eduardo MORA DUQUE Mariana. "Ecuador, la década de los 80" Crisis económica y ensayo neoliberal. Corporación editora nacional, Quito, 1987.
- Revista Gestión Noviembre, 2009.
- Revista Clave, Junio 2010.
- Tesis Ing. Tania Chávez, 2009
- Tesis Ing. Gabriela Chávez, 2009
- Tesis Ing. Patricio Matovelle Lazo, 2009
- Tesis Federico Eliscovich, 2003
- Tesis Ing. José Samaniego, 2009
- Tesis Sebastián Arguello, 2009
- Estudios de Mercado GRIDCON, 2008
- Estudios de Mercado MARKETWATCH, 2008

REFERENCIAS ELECTRONICAS

- http://ec.kalipedia.com/historia-ecuador/tema/nuestros-tiempos/cambios-decada.html?x=20080804klphishec_18.Kes&ap=0 11-03-2010
- http://www.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion_acumulada, 13-03-2010.
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais, 13-03-2010
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/que-es-el-riesgo-pais-180979-180979.html>, 14-03-2010

- <http://www.ecuadorencifras.com>
- <http://www.portalinmobiliario.com>, 29-01-2008
- www.bancopichincha.com
- www.viviendaexpress.com
- www.vivirenquito.com
- www.rfconstructora.com
- <http://www.dinamica.com.ec/proyecto/livorno/livorno.html>
- www.miduvi.gov.ec/
- <http://www.bevecuador.com/paginas/proyectos.html>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/32/disenio.htm>
- www.eluniverso.com
- <http://www.eumed.net/libros/2009a/497/Estrategia%20de%20Comercializacion.htm>
- http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_soc/cen_pob_viv
- www.inec.gov.ec/
- www.bp.fin.ec/
- [http://www.infolatam.com/entrada/ecuador_banco_central_preve_crecimiento - 17303.html](http://www.infolatam.com/entrada/ecuador_banco_central_preve_crecimiento_-_17303.html)
- www.diariocritico.com/ecuador/2010/.../pib-de-ecuador.html
- [http://www.quito.gov.ec/lotaip/cat_view/37ordenanzas.html?orderby=dmdate_published &ascdesc=DESC](http://www.quito.gov.ec/lotaip/cat_view/37ordenanzas.html?orderby=dmdate_published&ascdesc=DESC)
- www4.quito.gov.ec/spirales/9_mapas_tematicos/9_3_planes_urbanos/9_3_4_1.html
- <http://www.quito.gov.ec/>
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- http://www.fiepymes.com/espanol/descargas/task.doc_view/gid,191/Itemid,119/
- www.ccquito.org
- <http://www.cae.org.ec/tecnica.php>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/desemecuador.htm>
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- www.diariocritico.com/ecuador/.../desempleo-aumenta-en-ecuador.html
- www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?...riesgo_pais
- www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtm
- www.ecuadorinmediato.com/.../riesgo_pais_descendio_10_puntos--11865

- www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value...
- www.hoy.com.ec/...ecuador/tasas-de-interes-en-el-debate-310473.html
- www.eluniverso.com/2010/.../iess-bajara-tasa-interes-creditos-hipotecarios.html
- www2.esmas.com/...mercado/.../estudio-mercado-definicion-estudio-mercado-componentes-del-estudio-mercado – México
- www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/

OTRAS FUENTES

Entrevistas y conversaciones informales con Arq. Santiago Guerra, Gerente de ARCONTEC.

Charlas, Roberto Salem, cátedra de Finanzas y Contabilidad.