



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO
DE QUITO**

**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE
MADRID**

PLAN DE NEGOCIOS

EDIFICIO FIORANO PLAZA

MARCELO GUERRA AVENDAÑO

2010

ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	RESUMEN EJECUTIVO	21
1.1.	ASPECTOS GENERALES.....	21
1.1.1.	CONCEPTO Y NOMBRE	22
1.1.2.	PROGRAMA Y ARQUITECTURA	23
1.1.3.	COMPOSICIÓN DE MERCADO	26
1.2.	PRESUPUESTO.....	27
1.3.	ESTRATEGIAS DE MERCADEO	28
1.4.	ANALISIS FINANCIERO	29
1.4.1.	PERFIL FINANCIERO	31
2.1.	INDICADORES MACROECONÓMICOS	34
2.1.1.	PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	34
2.1.1.1.	LA CONSTRUCCIÓN COMO PORCENTAJE DEL PIB	35
2.1.1.2.	PIB CONSTRUCCIÓN.....	37
2.1.2.	EXPORTACIONES E IMPORTACIONES, BALANZA COMERCIAL	39
2.1.3.	ÍNDICE DE RIESGO PAÍS	44
2.1.4.	ÍNDICES DE INFLACIÓN	45
2.1.5.	ÍNDICES DE EMPLEO	47
2.1.6.	FINANCIAMIENTO Y TASAS DE INTERÉS	48
2.1.7.	INVERSIÓN EXTERNA Y REMESAS	54
2.2.	SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.....	57
2.2.1.	ANTECEDENTES	57
2.2.2.	LA CONSTRUCCIÓN EN LA ECONOMÍA	57
2.2.3.	APORTE AL PRODUCTO INTERNO BRUTO	58
2.2.4.	ÍNDICES DE CRECIMIENTO DEL SECTOR	58
2.2.5.	MANO DE OBRA	59

2.2.6.	SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN A ENERO DEL 2010	60
2.2.7.	CRÉDITOS HIPOTECARIOS PARA VIVIENDA	63
2.2.8.	ECUADOR DESARROLLARÁ GRANDES PROYECTOS	64
2.3.	GOBIERNO Y AMBIENTE POLÍTICO	65
2.4.	Informe del Gafi preocupa al Sector Empresarial	68
2.5.	Confianza Empresarial no despunta	69
2.5.1.	LIBERTAD ECONOMICA 2009: ECUADOR UNA ECONOMÍA CONTROLADA	70
2.6.	CONCLUSIONES ENTORNO MACROECONÓMICO	72
3.	ESTUDIO DE MERCADO	74
3.1.	ANTECEDENTES - ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	74
3.1.1.	IDENTIFICACIÓN DE ACTORES EN EL SECTOR	75
3.2.	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	76
3.2.1.	PERFIL DE LA EMPRESA	76
3.2.2.	TRAYECTORIA DE LA EMPRESA MC CONSTRUCTORES	78
3.2.3.	LOGO DE LA EMPRESA	79
3.2.4.	DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	79
3.2.5.	VISTA FRONTAL DEL EDIFICIO FIORANO Y DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS	80
3.2.6.	INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA	81
3.2.7.	ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL TERRENO, VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTE Y SERVICIOS	83
3.3.	SITUACION Y UBICACIÓN	86
3.3.1.	ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD DE QUITO D.M.	86
3.4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	87
3.4.1.	IMPACTO DEL CRECIMIENTO DE LAS ZONAS EN LA CIUDAD DE QUITO	87
3.4.2.	CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA EN LA CIUDAD DE QUITO	92
3.4.2.1.	EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS POR MEDICIÓN 2008-2010	94
3.4.2.2.	EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS NUEVOS	94
3.4.2.3.	OFERTA EN UNIDADES	95
3.4.2.4.	TOTAL DE UNIDADES NUEVAS	95
3.4.2.5.	UNIDADES VENDIDAS ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010	96

3.4.2.6.	COMPETENCIA EN EL SECTOR INMOBILIARIO	99
3.4.2.7.	MERCADO DE COMPRADORES	99
3.4.2.10.	INGRESO DE COMPETENCIA EXTERNA	100
3.4.2.12.	NUEVOS ACTORES EN FINANCIAMIENTO HIPOTECARIO	101
3.4.2.13.	GLOBALIZACIÓN PARA NUEVOS MATERIALES Y SISTEMAS CONSTRUCTIVOS	102
3.4.3.	COMPOSICIÓN DE MERCADO	102
3.4.4.	COMPOSICIÓN DE PRODUCTO	105
3.4.5.	ESTRUCTURA DE COSTOS Y PRECIOS	107
3.5.	ANÁLISIS DEMANDA	107
3.5.1.	CAMBIOS EN LOS HÁBITOS Y CONDUCTA DEL COMPRADOR POTENCIAL	110
3.5.2.	DATOS DE DEMANDA INMOBILIARIA	111
3.5.2.1.	MIGRACIÓN	113
3.5.3.	PODER DE NEGOCIACIÓN DEL COMPRADOR	114
3.5.4.	PERFIL DEL CLIENTE	115
3.5.4.2.	NIVEL ECONÓMICO Y PRECIOS	115
3.5.4.3.	EDAD Y CICLO DE VIDA	117
3.5.4.4.	CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE	117
3.5.4.5.	CLIENTE – PREFERENCIAS	118
3.5.4.6.	DETALLE PERFIL DEL CLIENTE	119
3.5.5.	PROMOCIÓN	120
3.5.6.	CANAL DE DISTRIBUCIÓN	121
3.5.7.	ESQUEMA DE VENTAS:	121
3.6.	CONCLUSIONES	121
4.	ANÁLISIS Y COMPOSICIÓN TÉCNICA	124
	ASPECTOS GENERALES	124
	Análisis del Terreno	124
	Informe de Regulación Metropolitana.	125
	Diseño Arquitectónico.	126
	CUADRO de áreas generales.	133
	Diseño Estructural.	138
	Materiales.	140
	Cronograma de Construcción	140

PROYECTO Y SU ESTADO ACTUAL	141
Conclusiones.	142
5. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	144
Estructura proyectada de costos.	144
Costos del proyecto.	144
Análisis de Costos Directos.	146
5.2.3 Costos directos de obra civil.....	148
Costos indirectos.....	151
5.3.1 Costos y Honorarios de Ejecución.....	153
5.3.2 Ventas.	154
5.3.3 Resumen GRÁFICO de Costos Indirectos.....	154
Estructura de Costos Totales.	154
5.4.1 Costo por metro cuadrado.	155
5.4.2 CUADRO de utilidad proyectado.	156
6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO	159
6.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	159
7. ANALISIS FINANCIERO	171
ANALISIS ESTÁTICO.....	171
Análisis de egresos.....	172
Análisis de ingresos.	175
Análisis de saldos-Flujo de caja.....	178
Financiamiento e inversión.	180
7.5.1 Aportes de los socios.	180
7.5.2 Financiamiento con apalancamiento.....	181
Análisis e indicadores dinámicos.....	181
7.6.1 Tasa de descuento.....	181
7.6.2 Perfil Financiero del proyecto puro.....	181
7.6.3 Perfil financiero del proyecto apalancado.....	183
Análisis de sensibilidades.	185
7.7.1 Variación de Costos del Proyecto.	185
7.7.2 Variación del precio de venta.....	187

7.7.3	Variación en velocidad de ventas	188
8.	REQUERIMIENTOS LEGALES	191
8.1.	ADQUISICIÓN DEL TERRENO	191
8.1.1	REQUISITOS ADICIONALES	192
8.2.	FASE DE PLANIFICACIÓN	192
8.2.1.	INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA	192
8.2.2.	REGISTRO DEL PROYECTO EN COLEGIOS PROFESIONALES Y OTROS.	193
8.2.3.	APROBACIÓN DE PLANOS EN EL MUNICIPIO.	193
8.3.	FASE DE EJECUCIÓN	196
8.3.1.	PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	196
8.4.	COMERCIALIZACIÓN DE INMUEBLES.	198
8.4.1.	DECLARATORIA DE PROPIEDAD HORIZONTAL	198
8.4.2.	CONSTRUCCIONES FUTURAS.	199
8.4.3.	CONTRATOS DE COMPRA-VENTA	200
8.4.4.	LEVANTAMIENTO DE HIPOTECA.	201
8.5.	PERMISO DE HABITABILIDAD	201
8.6.	DEVOLUCIÓN DEL FONDO DE GARANTIA.	202
8.7.	CONCLUSIONES	202
9.	GERENCIA DEL PROYECTO.	204
9.1.	GERENCIA DE LA INTEGRACIÓN DEL PROYECTO	206
9.1.1.	Desarrollo Del Plan Del Proyecto - Acta De Constitución Del Proyecto	207
9.1.2.	Ejecución del plan del proyecto	210
9.1.3.	Control Integrado de Cambios	210
9.2.	GERENCIA DEL ALCANCE DEL PROYECTO	210
9.3.	GERENCIA DE TIEMPO DEL PROYECTO	211
9.4.	GERENCIA DEL COSTO DEL PROYECTO	211
9.5.	GERENCIA DE LA CALIDAD DEL PROYECTO	212
9.6.	GERENCIA DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO	212
9.7.	GERENCIA DE COMUNICACIONES DEL PROYECTO	213
9.8.	GERENCIA DE RIESGOS DEL PROYECTO.	213
9.9.	GERENCIA DE CONSECUCCIÓN DEL PROYECTO	214

9.10.	CONCLUSIONES GERENCIA DEL PROYECTO.....	215
-------	---	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 2.1	Tasa de Crecimiento Anual PIB del Ecuador	35
GRÁFICO 2.2	PIB del Ecuador en montos.....	36
GRÁFICO 2.3	PIB por Tipo de Industria	38
GRÁFICO 2.4	PIB Sector de la Construcción	38
GRÁFICO 2.5	Variación % de la Construcción	39
GRÁFICO 2.6	Comercio Exterior del Ecuador	40
GRÁFICO 2.7	Evolución de la Balanza Comercial.....	41
GRÁFICO 2.8	Extracción de petróleo crudo.....	42
GRÁFICO 2.9	Variación precio del petróleo.....	42
GRÁFICO 2.10	Producción Barriles por día.....	43
GRÁFICO 2.11	Porcentaje de Participación en Producción Petr	43
GRÁFICO 2.12	Evolución mensual Riesgo País.....	44
GRÁFICO 2.13	Variación anual de la inflación.....	46
GRÁFICO 2.14	Tasa de desempleo y subempleo	47
GRÁFICO 2.15	Tasa de participación de ocupados por sector.....	48
GRÁFICO 2.16	Variación anual de la cartera de Vivienda.....	49
GRÁFICO 2.17	Volumen de Crédito de la B Privada	50
GRÁFICO 2.18	Monto anual de Remesas de Migrantes.....	51
GRÁFICO 2.19	Remesas de migrantes en relación al PIB	52
GRÁFICO 2.20	PIB real por clase de actividad económica	55
GRÁFICO 2.21	Tasas de crecimiento sector de la Construcción.....	56
GRÁFICO 2.22	Salarios promedio sector de la Construcción	57
GRÁFICO 2.23	Tasas de interés de Créditos Hipotecarios	58
GRÁFICO 3.1	Actores que participan en el Sector de la Const	76
GRÁFICO 3.2	Evolución proyectos nuevos de vivienda	93
GRÁFICO 3.3	Variación anual de unidades nuevas	95
GRÁFICO 3.4	Preferencias del nivel alto de nueva vivienda	96

GRÁFICO 3.5 Oferta actual de proyectos en Quito.....	97
GRÁFICO 3.6 Evolución en número de Proyectos	98
GRÁFICO 3.7 Estado de Proyectos	100
GRÁFICO 3.8 Oferta de unidades de Vivienda en Quito	101
GRÁFICO 3.9 Oferta de Vivienda 2008-2009	102
GRÁFICO 3.10 Unidades de vivienda vendidas.....	103
GRÁFICO 3.11 Promedio de unidades vendidas por mes	104
GRÁFICO 3.12 Total de unidades por rango de precios.....	106
GRÁFICO 3.13 Proyectos Inmobiliarios en Oferta por año	107
GRÁFICO 3.14 Demanda de Vivienda por precios	108
GRÁFICO 3.15 Lugares preferidos para nueva vivienda	109
GRÁFICO 3.16 Adquisición de vivienda por sector.....	110
GRÁFICO 3.17 Precios del segmento medio alto	111
GRÁFICO 3.18 Preferencia por Número de dormitorios	112

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 2.1 Datos de Comercio Exterior Ecuador.....	35
CUADRO 2.2 Volumen de Crédito de la Banca Privada	36
CUADRO 2.3 Volumen de Crédito por tipo de Cr.....	38
CUADRO 2.4 Tasas de Interés Activas vigentes	38
CUADRO 2.5 Evolución de las Tasas de I. por tipo de Cr.	39
CUADRO 3.1 Trayectoria empresa MC Constructores.....	76
CUADRO 3.2 Distribución de áreas del Fiorano Plaza	78
CUADRO 3.3 Evolución de la Oferta por Zonas.....	85
CUADRO 3.4 Precio Promedio y total de vivienda por m2.....	87
CUADRO 3.5 Características de proyectos de la competencia.....	89
CUADRO 3.6 Costos y Precios de Proyectos de la competencia	92
CUADRO 3.7 Grupos objetivos de clientes.....	93
CUADRO 3.8 Tabla de cálculo valor de la cuota.....	95
CUADRO 3.9 Detalle perfil del cliente.....	99
CUADRO 4.1 Cuadro de áreas generales.....	110
CUADRO 4.2 Cronograma de Construcción	113

CUADRO 4.3 Estructura Proyectada de Costos	149
CUADRO 4.4 Costos del Proyecto.....	149
CUADRO 4.5 Costos Directos.....	150
CUADRO 4.6 Costos Indirectos	156
CUADRO 4.7 Ventas.....	159
CUADRO 4.8 Utilidad Proyectada.....	161
CUADRO 5.1 Análisis de Egresos.....	178
CUADRO 5.2 Análisis de Ingresos.....	181
CUADRO 5.3 Flujo de Caja.....	184
CUADRO 5.4 Costos Directos.....	150
CUADRO 6.1 Calendario de Promoción del Proy. Fiorano Plaza .	161
CUADRO 6.2 Cuadro de Precio del Proyecto	162
CUADRO 9.1 Acta de Constitución del Proyecto.....	214

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMÁGEN 2.2 La Gestión en Cifras 2004-2009.....	49
IMÁGEN 2.3 Listado de Libertad Económica por Países	54
IMÁGEN 3.1 Logo de la Empresa MC Constructores	76
IMÁGEN 3.2 Logo del proyecto Fiorano Plaza.....	76
IMÁGEN 3.3 Vista frontal del proyecto Fiorano Plaza.....	77
IMÁGEN 3.4 Informe de Regulación Metropolitana.....	79
IMÁGEN 3.5 Estado actual del proyecto.....	80
IMÁGEN 3.6 Ubicación del proyecto en el mapa de Quito.....	92
IMÁGEN 3.7 Mapa de Quito Moderno.....	93
IMÁGEN 3.8 Desarrollo de la ciudad de 1970 al 2005	96
IMAGEN 6.1 Folleto Publicitario - Díptico.....	102
IMAGEN 6.2 Valla Publicitaria del Proyecto	105
IMÁGEN 9.1 Modelo Conceptual de G. de Proy. Construcción....	213.
IMÁGEN 9.2 Ciclo de Vida de Proyectos	214.
IMÁGEN 9.3 Secuencia etapas de los Proyectos	215.

RESUMEN EJECUTIVO

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. ASPECTOS GENERALES

El Ing. Marcelo Guerra A. ha realizado el plan de negocios del edificio Fiorano Plaza, que será construido por la **Empresa MC CONSTRUCTORES CIA. LTDA.**, que tiene más de 13 años de experiencia en el mercado de proyectos inmobiliarios, realizados en la ciudad de Quito, su fundador es el Ing. Mauricio Cattani Ubidia.

El objetivo primordial es ofrecer a clientes e inversionistas la mejor solución posible a sus necesidades. Siguiendo claros procedimientos e información se brinda en cada uno de los servicios: calidad, seguridad, ética, integridad y responsabilidad, con el fin de satisfacer cada vez más las altas expectativas de nuestros clientes.

Sobre la base de los proyectos realizados, MC Constructores ha ido definiendo su producto y posicionamiento en el mercado: En su totalidad, se trata de edificios multifamiliares compuestos de residencias de lujo y de oficinas, dirigidos a un target medio-alto y alto.

CUADRO 1.1 Datos generales del proyecto

DATOS DEL PROYECTO FIORANO PLAZA		
DATOS	DESCRIPCION/VALORES	UNIDAD
Área del Terreno	432	m ²
Ubicación	La Tierra y Av. Shyris	-
COS PLANTA BAJA	50	%
COS TOTAL	400	%
Altura	24	m
Subsuelos	2	u
Total Parqueaderos	22 incluye 3 para visitas	u
Costo Directo de Construcción.	659.09	\$/m ²
Costo del Terreno	148.21	\$/m ²
Costo Indirecto	226.58	% sobre CD
Costo Total	1033.88	\$/m ²
Área en Subsuelos (2)	705.5	m ²
Área Vendible total	1349.41	
Área total de Construcción	2790.83	m ²
MARGEN DE CONSTRUCCION		
Valor Total de Ventas	\$ 1,619,292.00	-
Costo Directo Total	\$ 889,387.00	63.75%
Costo Indirecto	\$ 305,747.00	21.92%
Costo del Terreno	\$ 200,000.00	14.34%
Costo Total de Construcción	\$ 1,395,134.00	

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

1.1.1. CONCEPTO Y NOMBRE

El concepto general del proyecto busca enfatizar su ubicación estratégica, que le da un valor agregado de exclusividad, comodidad, alta plusvalía; y se trata de remarcar el proyecto con el nombre **Fiorano Plaza**.

El vocablo italiano *Fiorano* proviene del nombre de un autódromo privado, propiedad de la Escudería italiana Ferrari, donde realiza pruebas y desarrollo de sus automóviles de producción y de carreras; está localizado cerca de la ciudad italiana de Maranello.

Se ha tomado como costumbre en la capital del Ecuador en los sectores de más exclusividad: República del Salvador, La Carolina, Condado, González Suárez, designar con nombres europeos a proyectos inmobiliarios, como: Capri, Venecia, Argentum, Florencia, Renazzo Plaza, Cariari, etc.

Con esta estrategia se trata de posicionar el producto en las mentes de los demandantes potenciales, y como se indica mas adelante se encuentran en un segmento medio-alto y alto.

IMAGEN 1.1. Logotipo de la Empresa

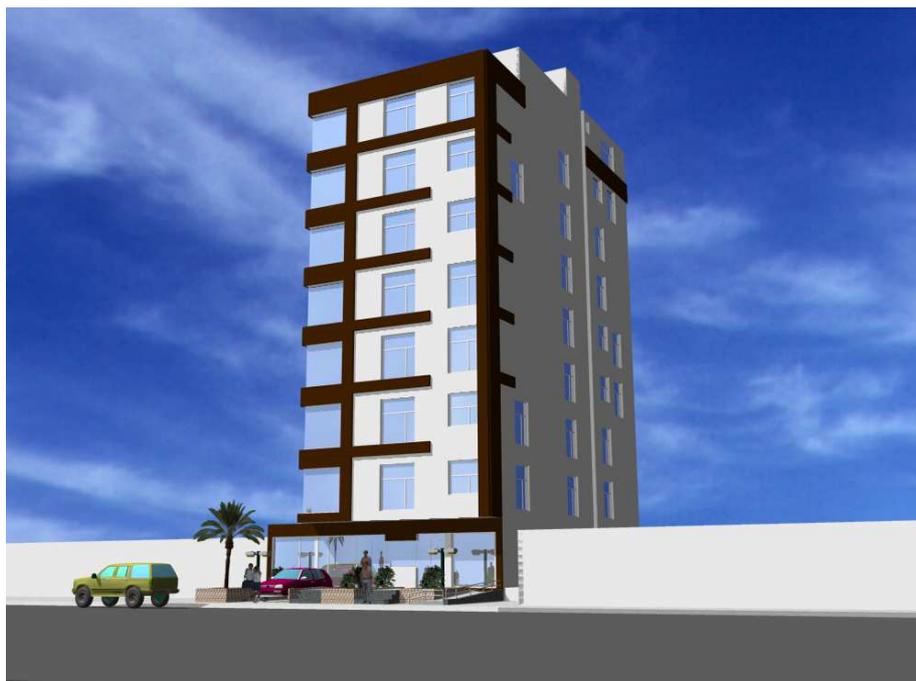


FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

1.1.2. PROGRAMA Y ARQUITECTURA

Fiorano Plaza, es un proyecto inmobiliario que está siendo construido en el centro norte de la ciudad de Quito, a dos cuadras del Centro Comercial Quicentro Shopping, un sector de vivienda y comercial-financiero de alta plusvalía.

IMAGEN 1.1. Modelo 3D Edificio Fiorano Plaza Vista 1



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

CUADRO 1.2 Distribución de departamentos

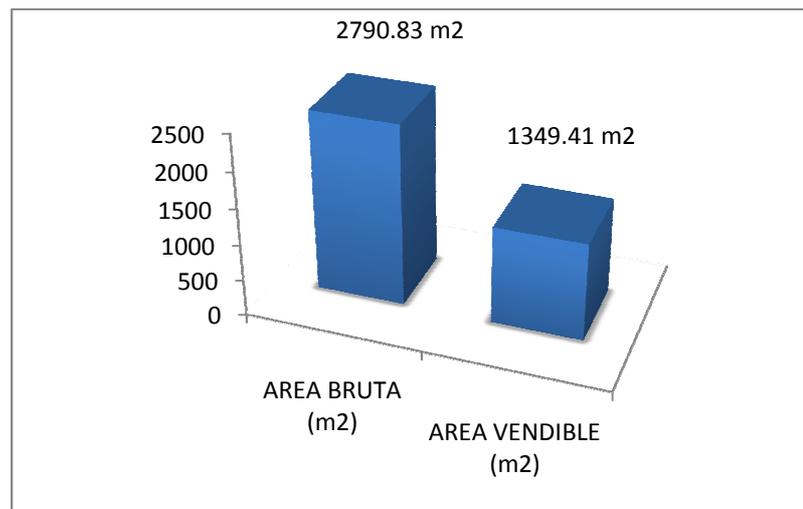
DISTRIBUCION DE DEPARTAMENTOS	
1 DORMITORIO	7
2 DORMITORIOS	8
3 DORMITORIOS	4

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

El edificio está conformado por ocho niveles y cuenta con 19 departamentos. A nivel de composición programática, el edificio está configurado por suites de un dormitorio y departamentos de dos y tres dormitorios. Adicionalmente, el edificio alberga dos niveles subterráneos que acogen 19 estacionamientos y 19 bodegas y otras áreas de apoyo tales como: cuarto de basura, cuarto de generador de emergencia y cuarto de transformador, y áreas comunales.

El planteamiento y diseño arquitectónico del edificio plantea un partido de distribución interior muy funcional, el cual dispone de ducto para el ascensor y escaleras de acceso a los diferentes niveles, ubicados hacia la parte lateral del edificio a fin de lograr un buen comportamiento estructural y una adecuada circulación vertical y horizontal que facilite los recorridos al interior del mismo.

GRAFICO 1.1 Área Bruta comparada con Área Vendible



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

IMAGEN 1.2. Modelo 3D Edificio Fiorano Plaza Vista 2



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

El proyecto una vez concluido contará con servicios comunales como:

- Salón comunal
- Terraza comunal con área de B.B.Q.
- Sistemas de optimización de energía
- Sistemas automatizados de control y seguridad
- 2 subsuelos de estacionamientos y bodegas
- Sistemas de gas centralizados
- Alarmas y sistema contra incendios
- Un ascensor marca Mitsubishi con capacidad para 10 personas
- Cisterna , tuberías de cobre para agua potable
- Equipo eléctrico de emergencia
- Guardianía 24 horas
- Amplias áreas recreativas.

1.1.3. COMPOSICIÓN DE MERCADO

Tanto la oferta como la demanda en el mercado inmobiliario de Quito, se ha incrementado en gran medida en las últimas décadas por factores como el mayor poder adquisitivo de la población, migración, incremento poblacional, estabilidad de la economía local, el incremento poblacional e inversiones significativas de los sectores públicos y privados que han atraído la actividad empresarial, opciones de negocios y plazas de trabajo.

CUADRO 1.3. Datos generales del proyecto

PERFIL DEL POTENCIAL COMPRADOR	
CARACTERÍSTICAS	% ACEPTACION
EDAD	30-55 AÑOS
NÚMERO DE MIEMBROS PROMEDIO	4
GASTOS EN ALIMENTACIÓN	700
GASTOS EN EDUCACIÓN	600
GASTOS EN TRANSPORTE	250
GASTOS EN DIVERSIÓN	200
CAPACIDAD DE AHORRO	750
INGRESO PROMEDIO	2.500 – 3.500 USD
AUTO PARTICULAR	85%
TV CABLE	60%
CELULAR	90%
INTERNET	67%
EMPLEADA DOMÉSTICA	60%
CUENTA CORRIENTE	85%
CUENTA DE AHORROS	75%
TARJETA DE CRÉDITO	92%
PÓLIZAS DE ACUMULACIÓN	48%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

Cada día los potenciales compradores de vivienda adquieren un mayor poder de negociación frente al vendedor inmobiliario, en virtud de una oferta más amplia y variada, mayor información, alternativas en fuentes de financiamiento y de recursos económicos, mayores niveles de información por nuevos medios de promoción, ferias y eventos, mayor inversión en publicidad, agresivas

estrategias comerciales de los constructores, en su deseo de capturar un mayor segmento del mercado. El efecto es que el comprador tiene mayores elementos de juicio para evaluar su próxima compra, puede seleccionar y además imponer, unas condiciones de precio, plazo y beneficios adicionales, mayores que los que podía obtener años atrás.

De la investigación realizada, en el sector del proyecto Fiorano Plaza, se ofrecen algunos proyectos inmobiliarios, con similares características. En su totalidad, se trata de edificios multifamiliares compuestos de residencias de lujo y de oficinas, dirigidos a un segmento (target) medio-alto y alto; esto indica que ya existe un elevado grado de competencia para el nicho en cuestión. La mayoría de estos proyectos persiguen esquemas similares con equipamientos especiales que van desde áreas recreativas, sistemas de optimización de energía, seguridad, piscinas, áreas de recreación, etc.

Estos proyectos tienen una mayor inversión y área de construcción, pero la infraestructura, el planteamiento y diseño arquitectónico de los edificios, plantea una distribución interior muy funcional y análoga entre sí, además de los acabados y equipamiento, porque van dirigidos al mismo segmento.

1.2. PRESUPUESTO

El cuadro siguiente presenta el presupuesto del proyecto, con los valores y porcentajes de costos directos, indirectos y precio del terreno.

Tabla 1.4. Presupuesto del Proyecto

PRESUPUESTO DEL PROYECTO				
CODIGO	CONCEPTO	DESCRIPCION	TOTAL (\$)	%
T000	Costo del Terreno	Terreno	200000	14.34%
CD000	Costo Directo	Obra Civil	889387	63.75%
CD001	Costo Indirecto	Estudios y Planificación	52167	3.74%
		Honorarios Ejecución	130757	9.37%
		Ventas y Publicidad	90907	6.52%
		Gastos Legales	8723	0.63%
		Fideicomiso Inmobiliario	20193	1.45%
		Imprevistos	3000	0.22%
CT000	Costo Total		1395134	100%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

1.3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

IMAGEN 1.4. Díptico

Ubicación:
La Tierra y Av. de los Shyrís

EL TELÉGRAFO
FIORANO PLAZA
LA TIERRA
Quilometro Shopping
NSU

Informes y ventas:
*Av. República del Salvador N34-461
y Portugal Edificio Torre Cariari II,
oficina 1103*

Telefonos: 3330194/2242767

MC Maurizio Constructores

Lo diseñamos pensando en Ud..... EDIFICIO "FIORANO PLAZA"

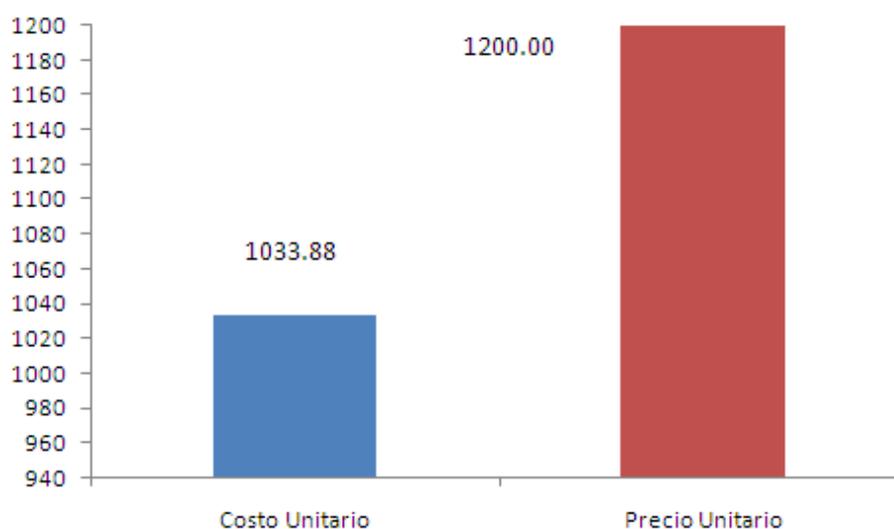
FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

La principal estrategia de mercadeo será mediante entrega de dípticos en centros comerciales, ferias, salones de vivienda.

1.4. ANALISIS FINANCIERO

A continuación se grafica los valores de costo y precio de venta unitario. Se observa que el margen es de \$166.12/m².

GRÁFICO 1.2. Costo y Precio de Venta



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se muestra un cuadro con los ingresos, egresos, la utilidad antes de impuestos y la utilidad sobre costos, basado en un análisis estático.

CUADRO1.5. Ingresos y Egresos

CUADRO DE RESULTADOS (\$)	
INGRESOS	
Descripción	Total
Venta de departamentos	1619292.00
Total de Ingresos	1619292.00
EGRESOS	
Descripción	Total
Terreno	200000.00
Costos Directos	889387.00
Costos Indirectos	305747.00
Total de Egresos	1395134.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	224158.00
MARGEN (UTILIDAD/COSTOS)	16.07%
MARGEN DEL PROYECTO	23.71%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En este estudio no se considera el valor del dinero en el tiempo, solamente permite observar la pérdida o ganancia sin considerar si esta ganancia o pérdida se produce durante pocos meses o años.

Este método produce una idea general, pero es importante señalar que se debe realizar un análisis de tipo dinámico, considerando el valor del dinero en el tiempo, para tener una idea clara respecto a la factibilidad del proyecto.

El proyecto Edificio Fiorano Plaza es un proyecto que será financiado en un porcentaje importante por los dos socios principales.

El financiamiento por parte de los socios se presenta a continuación.

CUADRO 1.6. Cuadro de Financiamiento.

CUADRO DE FINANCIAMIENTO/INVERSIONISTAS		
INVERSIÓN TOTAL		\$ 1,395,134.00
SOCIO	% INVERSIÓN TOTAL	APORTE
M. CATTANI CONSTRUCTORES	14%	\$ 190,000.00
SOCIO 1	39%	\$ 540,000.00
TOTAL FINANCIAMIENTO	52%	\$ 730,000.00

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El aporte de los inversionistas llega a un 52% del costo total del proyecto, y el porcentaje restante se financiará mediante la venta de los departamentos.

Este modelo tiene su riesgo, ya que los promotores confían que las ventas se cumplan de acuerdo a sus expectativas, en caso contrario deberán financiar todo el proyecto, para que el edificio sea terminado en el plazo establecido.

El plazo proyectado para la ejecución de la obra civil está calculado en 12 meses, mientras que el ciclo de vida total del proyecto es de 15 meses, contados a partir del mes de enero 2008.

El cuadro siguiente permite ver los totales de ingresos por ventas y los egresos, sin tomar en cuenta la fecha en la que se han realizado las operaciones.

1.4.1. PERFIL FINANCIERO

En este proyecto se usará una tasa de descuento del 16% para descontar los flujos, en razón de que es la rentabilidad esperada por el grupo de inversionistas que invertirán en el edificio Plaza Fiorano. El perfil financiero del proyecto es el siguiente:

En base a los ingresos y egresos realizados durante la vida útil del proyecto, se muestra el resultado de la evaluación del proyecto puro (sin considerar apalancamiento). Resultando una utilidad/costo del 16.07%.

CUADRO 1.7. Evaluación Flujo de Caja del Proyecto Puro

EVALUACIÓN FLUJO DE CAJA - PROYECTO PURO	
INDICADOR	VALOR
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	\$ 1,395,134.00
VENTAS TOTALES	\$ 1,619,297.41
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 224,163.42
TASA DE DESCUENTO	16%
VAN	\$ 118,858.51
TIR	N/D
MARGEN DE RENTABILIDAD ANUAL (Utilidad / Ingresos)	13.84%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO ANUAL (Utilidad / COSTO)	16.07%
MARGEN DE RENTABILIDAD PROYECTO (Utilidad / Ingresos)	20.14%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO PROYECTO (Utilidad / COSTO)	23.72%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

CUADRO 1.8. Evaluación Flujo de Caja del Proyecto Apalancado

FLUJO DE CAJA - PROYECTO APALANCADO	
INDICADOR	
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	\$ 1,491,904.83
INGRESOS TOTALES	\$ 1,619,297.41
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 127,392.58
TASA DE DESCUENTO	16%
VAN	\$ 108,194.24
TIR	N/D
MARGEN DE RENTABILIDAD (Utilidad / Ingresos)	7.87%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO (Utilidad / COSTO)	8.54%
MARGEN DE RENTABILIDAD PROYECTO (Utilidad / Ingresos)	11.02%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO PROYECTO (Utilidad / COSTO)	12.01%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se observa que en el proyecto apalancado se reduce la rentabilidad. Analizando toda la información del presente trabajo se puede manifestar que el proyecto **ES VIABLE**.

Todos los temas enunciados en el presente resumen serán presentados y analizados en detalle a lo largo de este documento.

ANÁLISIS MACROECONÓMICO

2.1. INDICADORES MACROECONÓMICOS

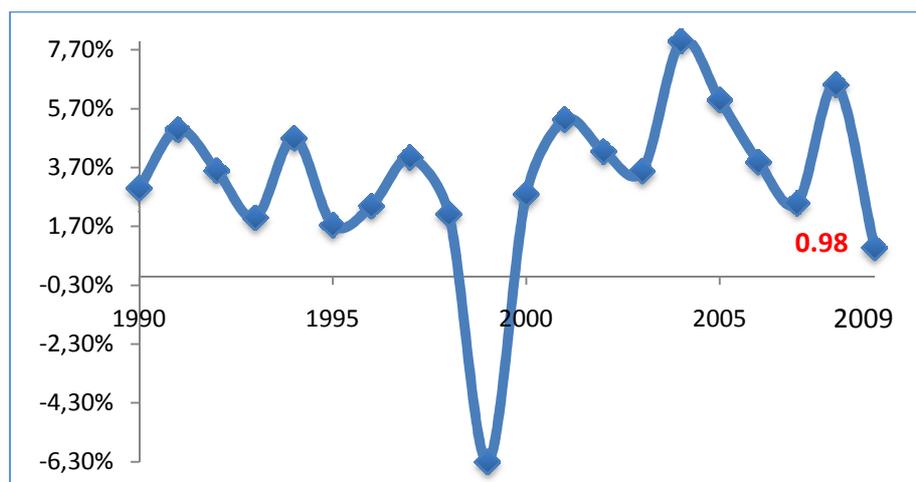
2.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

El producto interno bruto o PIB, refleja la magnitud de la actividad económica de un país en términos de la producción de sus bienes y servicios. Por definición, el PIB mide el valor total de la producción corriente de todos los bienes y servicios finales (Valor Agregado) dentro del territorio de un país durante un período determinado, generalmente un año. Puede ser expresado en términos nominales o reales.¹

Debido a su naturaleza, el PIB es uno de los agregados macroeconómicos más generalizados y utilizados, ya que permite obtener una visión global o primer panorama de una economía dada y su tamaño comparativo.

¹ El PIB nominal mide el valor total de la producción utilizando los precios vigentes en el período en que ésta se genera, mientras que el PIB real mide el valor de la producción utilizando los precios de un año base, descontando así, el efecto de la inflación.

GRÁFICO 2.1. Tasas de crecimiento anual PIB (real) Ecuador



FUENTE: BCE, Boletín mensual
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
 FECHA: Febrero, 2010

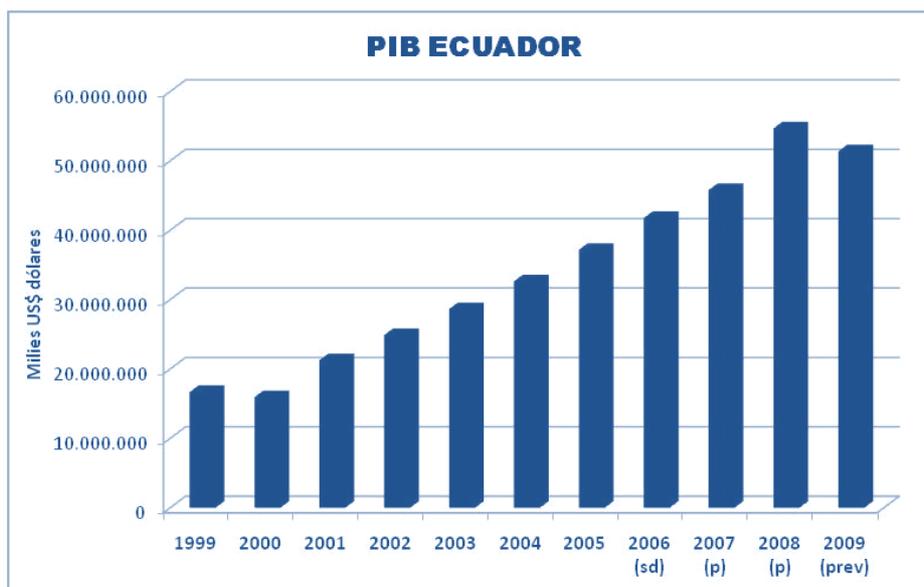
Como se aprecia en la gráfica, el PIB ecuatoriano durante la década de los 90' sufrió de altos y bajos entre el 1,5% y un 5,7%, como resultado de las crisis provocadas por la Guerra del Cenepa, la inestabilidad política y económica de nuestro país. A partir del año 2000 ha tenido una importante recuperación luego de la dolarización. Sin embargo, en el 2007 el PIB creció apenas un 3,4%, siendo éste el crecimiento más bajo desde el 2001, inclusive inferior al promedio de crecimiento de América Latina que fue del 5,6%. La caída de la economía se debe principalmente al pobre desempeño de las actividades petroleras, que disminuyeron 9,8% con respecto al 2006.

Para el año 2008 el Banco Central del Ecuador indicó un crecimiento del PIB de 4,25% que se sustentó en un impulso en la producción y exportación petrolera, así como en la recuperación de la inversión pública y privada. Para terminar en el año 2009 en apenas 0,98%, producto de la crisis mundial, caída en el precio del petróleo y de otras exportaciones no tradicionales, entre otros.

2.1.1.1. LA CONSTRUCCIÓN COMO PORCENTAJE DEL PIB

El tamaño de la economía en cifras al 2009 se ubicó en US\$ 23.760.134 miles de dólares y en términos corrientes es del US\$ 51.385.55 miles de dólares.

GRÁFICO 2.2. PIB del Ecuador (millones de USD)

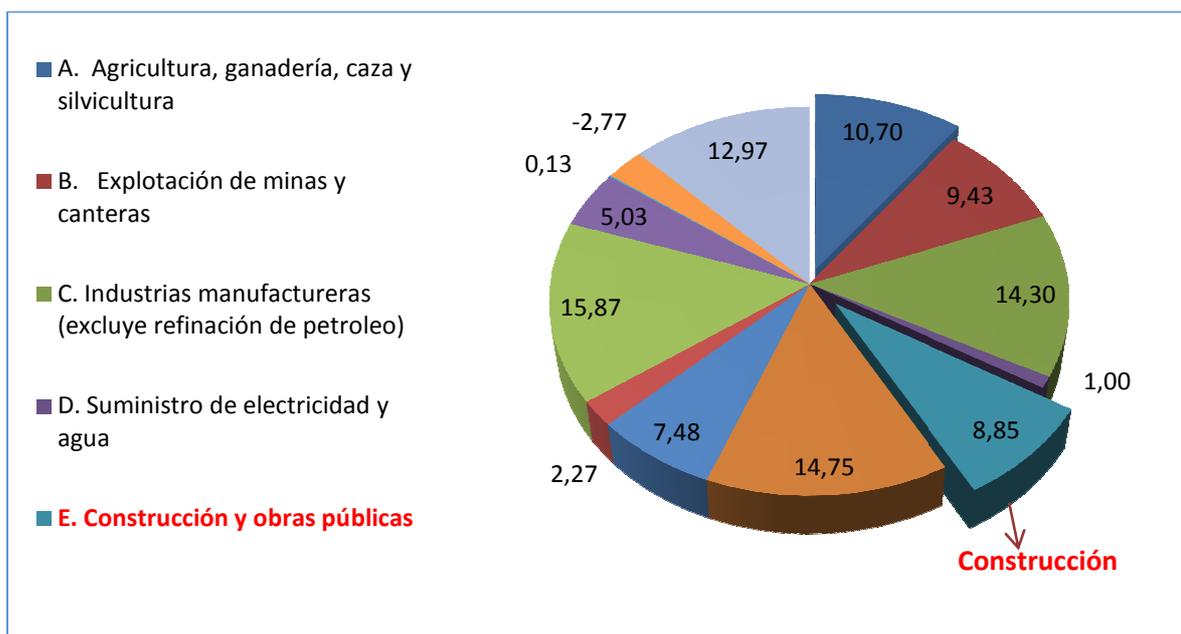


FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Existen seis sectores de la economía que se destacan, en primer lugar: Otros servicios (15,87%) Comercio al por mayor y menor (14,75%), Industrias Manufactureras (14,30%), Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca (10,70%), Explotación de Minas y Petróleos (9,43%) y el Sector de la Construcción con (8,85%). Según estadísticas de organismos internacionales, señalan que el crecimiento del Ecuador para el 2010 es del 3%.²

² Estadísticas de la Semana CAN: Previsiones económicas 2010, 11 de Marzo del 2010 con fuente CEPAL

GRÁFICO 2.3. PIB por Industria



FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

2.1.1.2. PIB CONSTRUCCIÓN

A partir del último trimestre del 2008 empieza un decrecimiento en el sector de la construcción afectado indudablemente por la crisis económica a nivel mundial que tuvo repercusión sobre la economía ecuatoriana.

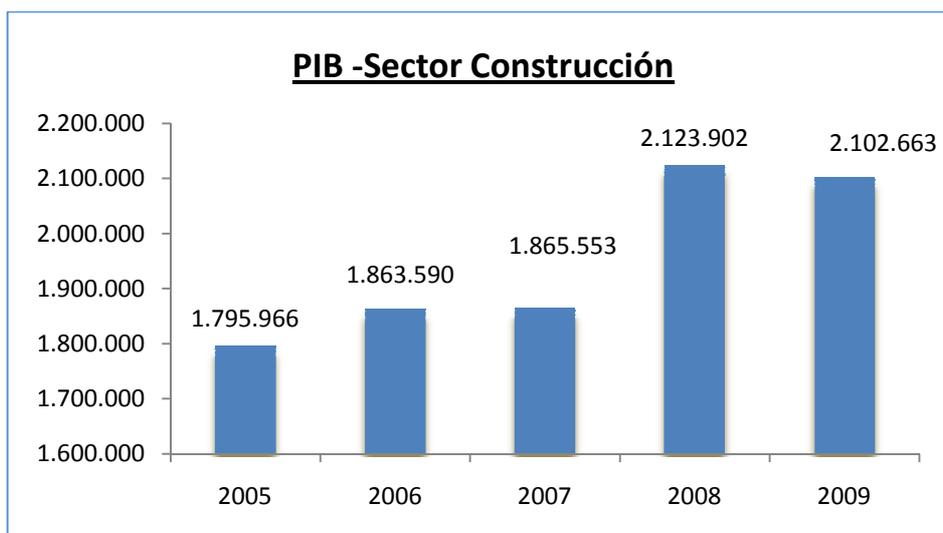
Indudablemente el sector de la construcción, se vio duramente afectado en el año 2009. Dos años atrás el segmento creció 10% y en 2008 tuvo un despunte del 13%.

Sin embargo, en el primer semestre del año 2009 las cifras no fueron alentadoras, ya que mostró una reducción del 6,5% en el 2009.

Para este año el sector de la Construcción se está dinamizando y se prevé un crecimiento, esto gracias al aporte por parte del Gobierno con varias alternativas de financiamiento como con el IESS, MIDUVI, Banco del Pacífico, así mismo con infraestructura por parte del sector público como privado.

El sector de la construcción tiene barreras de entrada, dando lugar a que el mercado sea prácticamente oligopólico, este sector produce bienes durables y así como dinamiza la economía también en una recesión es el primer sector afectado, de igual forma depende de las regulaciones por parte del Gobierno

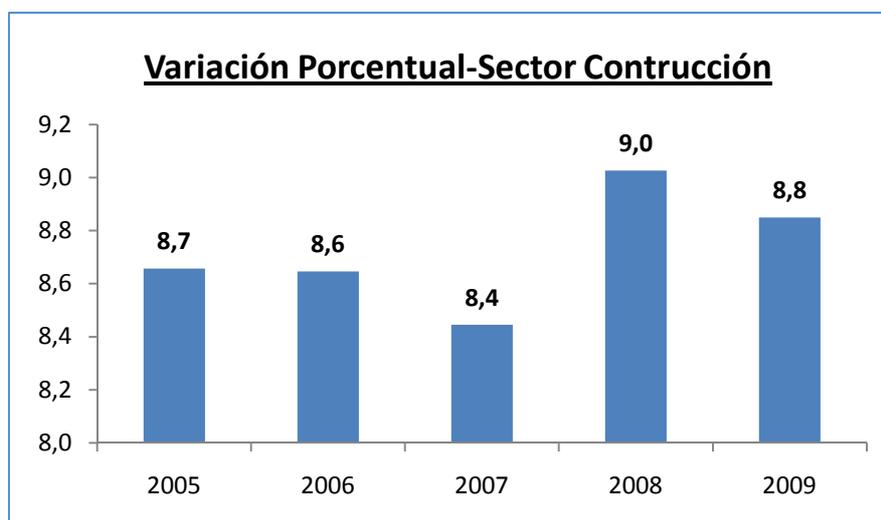
GRÁFICO 2.4. PIB - Sector de la Construcción (miles de dólares)



FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Durante el período 2005-2009, la actividad de Construcción representa en promedio 8,32% del PIB, es decir cerca del US\$ 1.643,640 millones a precios del año 2000. Para el año 2009 el PIB de la Construcción fue de US\$ 2.102,663 miles de dólares del año 2000.

GRÁFICO 2.5. Variación porcentual sector de la Construcción (%)



FUENTE: Banco Central del Ecuador
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

De acuerdo a la estructura porcentual a precios del 2000, el sector de la construcción en el año 2008 tuvo un crecimiento con respecto a los otros sectores de la economía del 9%, mientras que en el 2009 fue del 8.8%.

Conclusión: después de analizar el PIB durante los últimos años, y teniendo en cuenta que este índice mide la magnitud de la actividad económica de un país en términos de la producción de sus bienes y servicios, se puede observar claramente que a partir del año 2004 que alcanzó su cifra mayor 8%, fue declinando hasta el 2007 con un 2.49%, para en el siguiente año crecer al 6.52%, sobre todo por los altos precios del petróleo, para derrumbarse en el año 2009 con un 0.98%, por lo que existió una contracción, e incide negativamente en todos los sectores de la economía, incluido el de la construcción.

2.1.2. EXPORTACIONES E IMPORTACIONES, BALANZA COMERCIAL

El acelerado crecimiento de las importaciones y el lento crecimiento de las exportaciones no petroleras dan como resultado un déficit comercial en los años 2001 al 2003 y 2009. Los resultados posteriores de la balanza comercial respondieron principalmente al alza de los precios del petróleo, y a la exportación de productos no tradicionales. Se registraron saldos positivos desde el 2004 hasta el 2008.

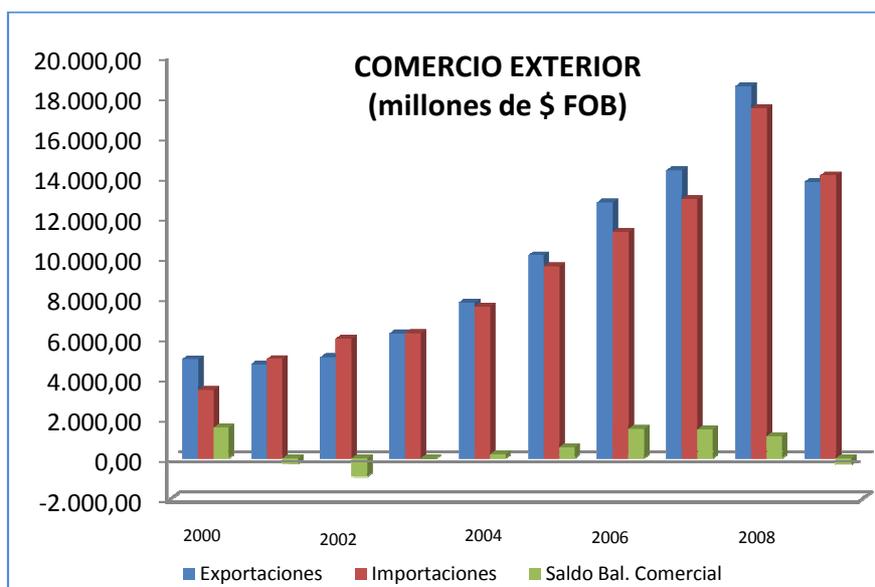
Sin posibilidad de emisión monetaria, las exportaciones constituyen la principal fuente de aprovisionamiento de dólares, por eso es de vital importancia que se fortalezcan a los sectores exportadores con medidas, como: créditos blandos, apertura de nuevos mercados y fortalecimiento de los convenios actuales, alianzas comerciales internacionales, impuestos, aranceles, entre otros.

CUADRO 2.1. Datos de Comercio Exterior del Ecuador

DATOS COMERCIO EXTERIOR ECUADOR			
(millones de \$ FOB)			
	EXPORT. TOTALES	IMPORT. TOTALES	BALANZA COMERCIAL
2000	4.926,60	3.401,00	1.525,60
2001	4.678,40	4.936,00	-257,60
2002	5.036,10	5.953,40	-917,30
2003	6.222,70	6.228,30	-5,60
2004	7.752,90	7.554,60	198,30
2005	10.100,00	9.549,40	550,60
2006	12.728,70	11.266,00	1.462,70
2007	14.321,30	12.895,20	1.426,10
2008	18.510,60	17.415,30	1.095,30
2009	13.762,30	14.072,10	-309,80

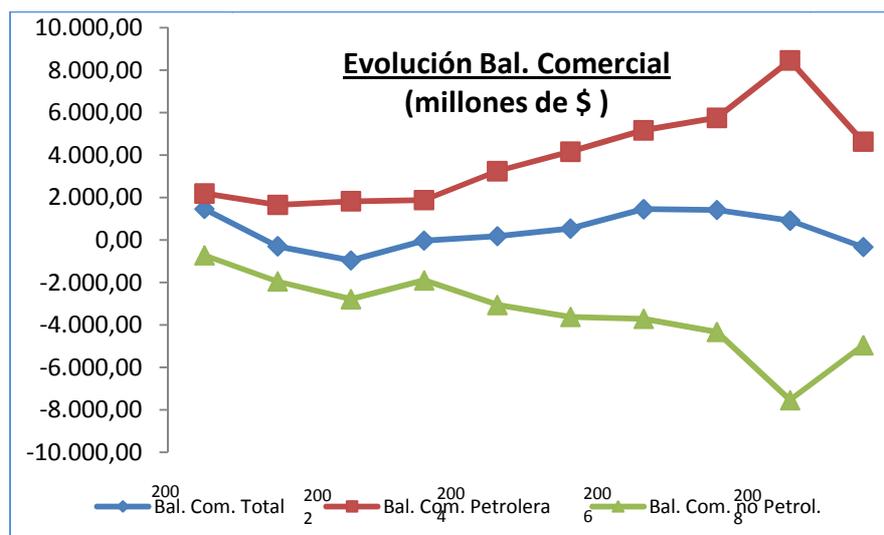
FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACION: Marcelo Guerra

GRÁFICO 2.6. Comercio Exterior Ecuador



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACION: Marcelo Guerra

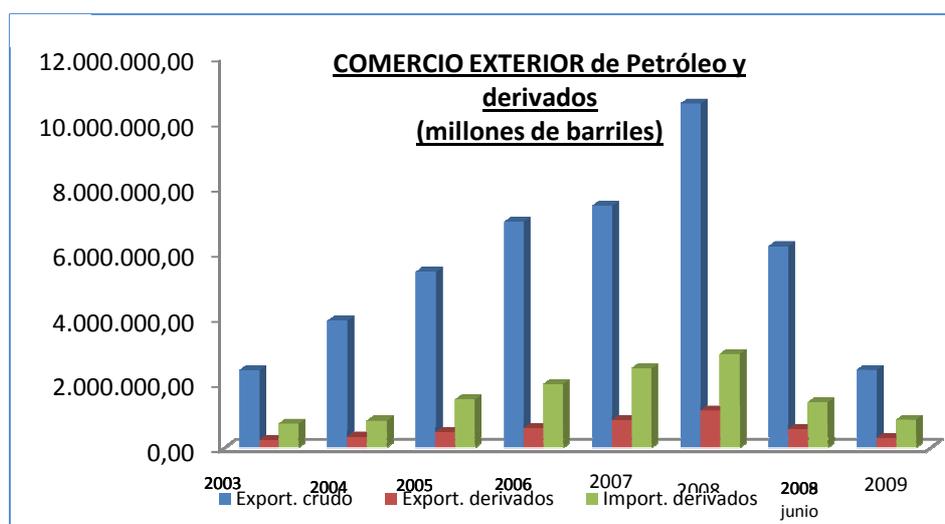
GRÁFICO 2.7. Evolución Balanza Comercial



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

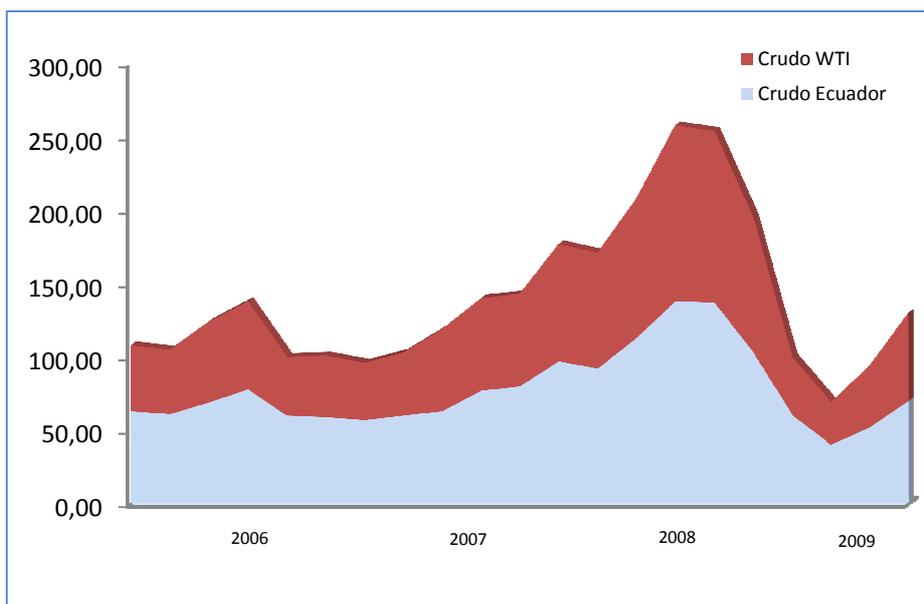
La dependencia de la economía ecuatoriana en las exportaciones petroleras, sumado a la caída de sus precios a inicios del 2009- 39.09 (WTI) y 26.7 (crudo ecuatoriano) causó al país un revés económico, existió una reducción en los ingresos por exportación en más de 3.800 millones de dólares de enero a junio del 2009, frente a lo recibido en el mismo periodo del 2008.

GRÁFICO 2.8. Extracción del Petróleo Crudo (Miles de barriles)



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

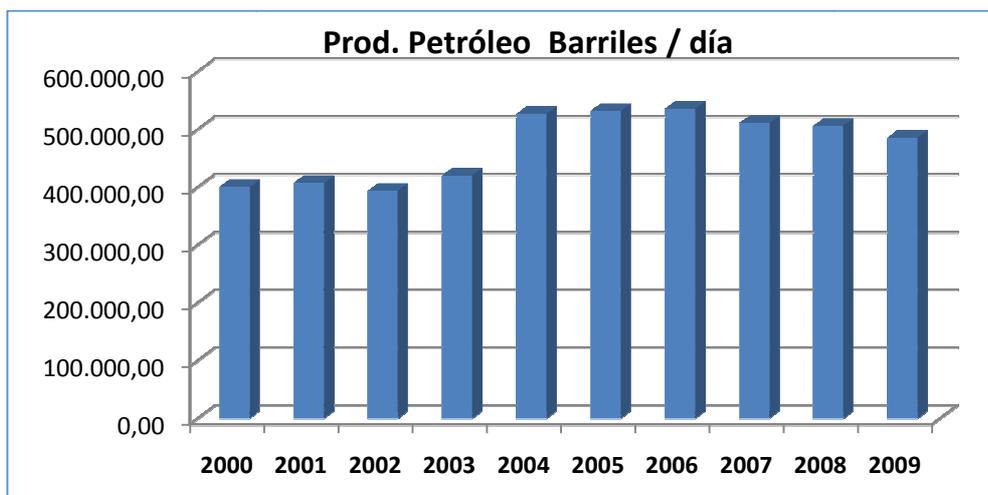
GRÁFICO 2.9. Variación Precio del Crudo, diferencial de los precios de petróleo WTI y crudo ecuatoriano



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El volumen de explotación petrolera alcanzó su pico máximo con 535679 barriles por día en el año 2006; pero a raíz de que ingresa este gobierno decae inmediatamente hasta ubicarse en el 2009 con 486049 barriles, por varias razones como ineficiencia, falta de nuevas inversiones, políticas equivocadas, entre otras.

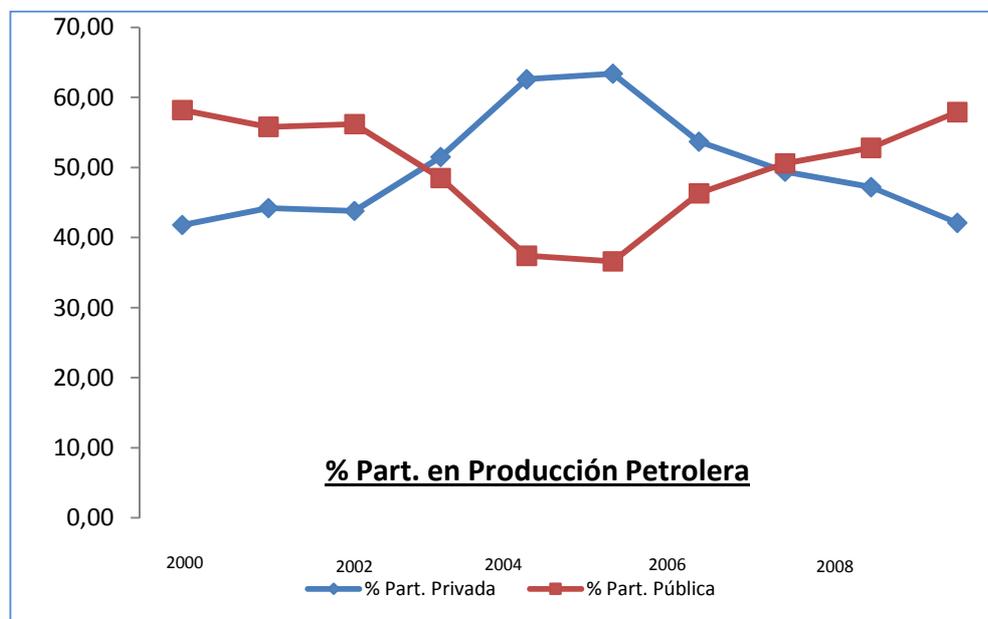
GRÁFICO 2.10. Producción de petróleo barriles por día



FUENTE: CEDATOS
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el siguiente gráfico se puede observar la manera como ha ido disminuyendo la inversión extranjera en la explotación petrolera (en otros sectores de la economía suceden situaciones similares), sobre todo por las políticas poco claras y a la falta de seguridad jurídica de este gobierno.

GRÁFICO 2.11. Porcentaje de participación en producción petrolera



FUENTE: CEDATOS
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

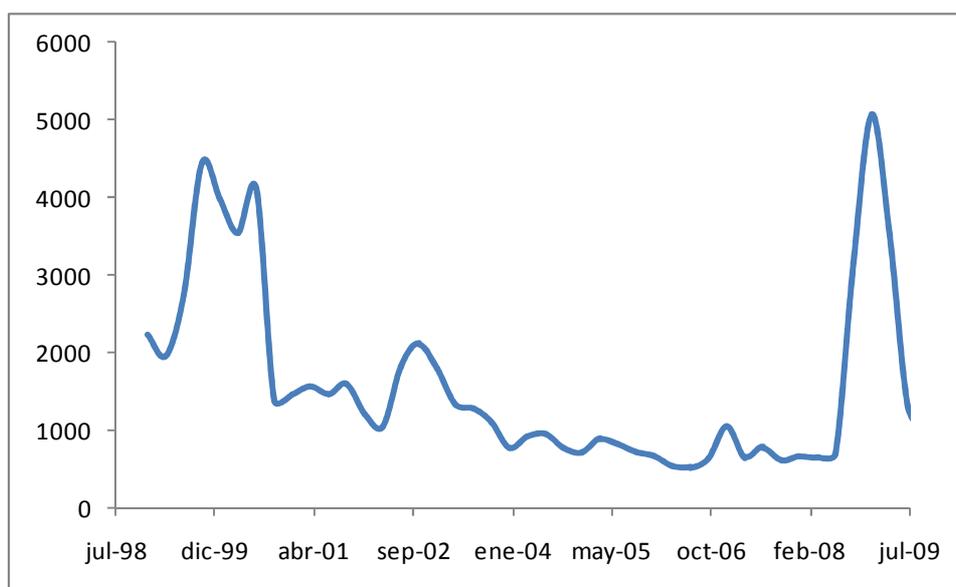
Conclusión: *El precio del barril de petróleo se ha ido incrementando gradualmente en esta década, el Ecuador fue una de las naciones más beneficiadas por el alto precio del crudo, y ha coincidido que en el gobierno actual ha alcanzado los precios más altos (durante los primeros trimestres del año 2008: \$133.88 [WTI] Y \$117.36 [crudo ecuatoriano]) y nunca antes vistos con un pico de precio promedio de \$ 83 en el año 2008. La tendencia de la balanza comercial total es decreciente durante los últimos 3 años, y es todavía más crítica y negativa la balanza comercial no petrolera, todo esto incide negativamente en todos los sectores de la economía incluido uno tan sensible como la construcción.*

2.1.3. ÍNDICE DE RIESGO PAÍS

El Emerging Markets Bond Index Plus (EMBI+) es un índice establecido por el banco de inversiones estadounidense JP Morgan que mide el riesgo soberano de un país a nivel internacional. Cada 100 puntos más de EMBI significan una sobretasa (encarecimiento) de 1% para los créditos que el Ecuador contrate en el exterior en relación con las tasas de interés que pagan los bonos del Tesoro de los Estados Unidos, considerados la inversión menos riesgosa del Mundo.

Como podemos apreciar en la siguiente gráfica, uno de los puntos más altos de riesgo país que el Ecuador ha registrado en su historia son los 4.125 puntos marcados el 5 de julio de 2000, como resultado de la dolarización y la inestabilidad política.

GRÁFICO 2.12. Evolución mensual Riesgo País Ecuador (1999-2009)



FUENTE: Superintendencia de Bancos
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
 FECHA: Marzo 2010

A pesar de una serie de fluctuaciones, la variación del riesgo país parece haberse estabilizado desde el 2003, situándose en 570 puntos a Mayo 2008, lo cual significa que la tasa de interés para otorgamiento de créditos a Ecuador debe sumar 5.70 puntos.

Al tener un EMBI+ de niveles bajos, los inversionistas extranjeros tienen más seguridad y respaldo de invertir en nuestro país. De igual manera, esto hace

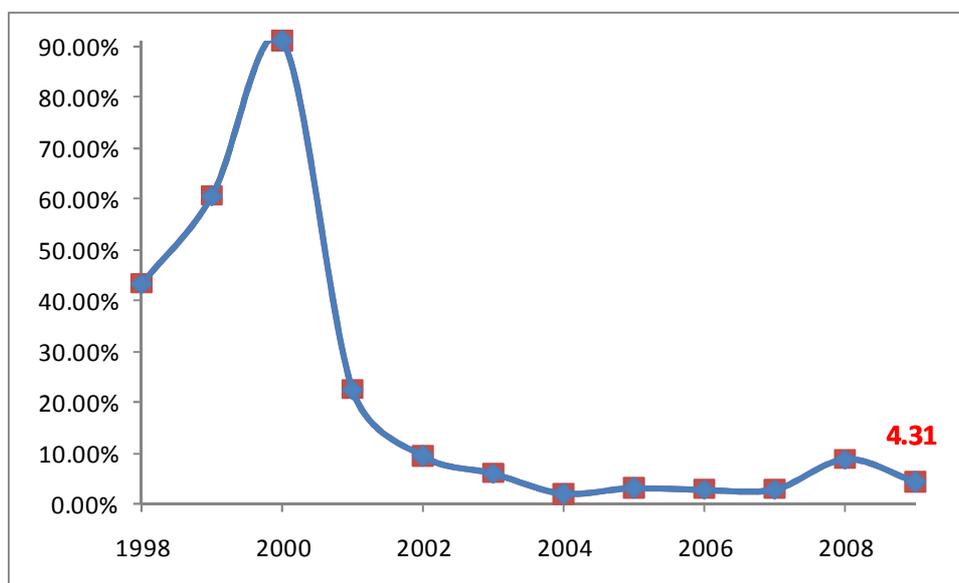
que los mismos inversionistas nacionales puedan operar con mayor confianza en la realización de diferentes proyectos.

Conclusión: *este índice de riesgo se disparó a inicios del año pasado (llegando a 5069), por todo lo mencionado en el análisis; decreciendo paulatinamente a lo largo del año 2009, inferior a los 1000 puntos. Se espera que este año suceda algo similar para que la confianza interna y externa en nuestro país aumente y se vea reflejado en mayor producción y crecimiento de todos los sectores.*

2.1.4. ÍNDICES DE INFLACIÓN

La inflación mide el porcentaje de variación del nivel de precios en la economía. En el presente, la planificación de las inversiones a corto, mediano y largo plazo sin temor a los sobresaltos de la devaluación monetaria previa al dólar, es un hecho. Paralelamente, la inflación se ha vuelto previsible, llegando a cifras manejables de un solo dígito (ha pasado del 91% en el 2000 a un 2,97% en el 2007).

GRÁFICO 2.13. Variación anual de la inflación



FUENTE: BCE, Boletín mensual.
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
FECHA: Marzo, 2010

Sin embargo, en diciembre del 2008, la inflación cerró en un 8,83% que es el nivel más alto registrado desde el 2003, poniendo nuevamente en evidenciada la fragilidad de la economía ecuatoriana. Este índice es sumamente elevado para una economía con una moneda estable.

Por un lado, la desvalorización del dólar ha encarecido las importaciones y con ello transfiere directamente, o con mayor fuerza, el efecto de la inflación externa. Otras razones son el aumento de costos por revisión de salarios y los impactos de la nueva Ley Tributaria, que entró en vigencia en enero de este año.

El Ecuador cerró el 2009 con una inflación anual de 4,31%, menos de la mitad del índice alcanzado en el 2008, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

El informe, divulgado en la página de internet del organismo, precisó que en diciembre la inflación fue de 0,58%. Ecuador cerró el 2008 con un índice del 8,83%. El gobierno del presidente Rafael Correa tenía previsto terminar el 2009 con una inflación del 3,25%.³

En el 2009 el precio del hierro y de algunos metales (cobre, usado en los cables eléctricos y tuberías de agua, el aluminio utilizado en las ventanas) bajaron comparando con el año 2008, es decir que los precios se estabilizaron. Como la mayor parte del hierro es importado, los precios en el Ecuador reflejan los internacionales. Estos han bajado primero, debido a una menor demanda en China, que en el 2007- 2008 fue el gran importador que impulsó la subida del hierro, de otros metales y del petróleo. Segundo la crisis internacional que ha contraído la demanda del hierro a nivel mundial.

Los acabados y tubería de cobre en los proyectos inmobiliarios destinados a un sector socioeconómico alto por lo general son importados y con la restricción de las importaciones impuesto por parte del Gobierno provoca un incremento en el costo total de un proyecto, cabe recalcar que hay maquinaria obligatoriamente importada como son ascensores, generadores, etc. El incremento de los costos provoca un aumento en el precio de venta de las

³ FUENTE: El Nuevo Herald, **Publicado por:** Editor Economía, 7/01/2010

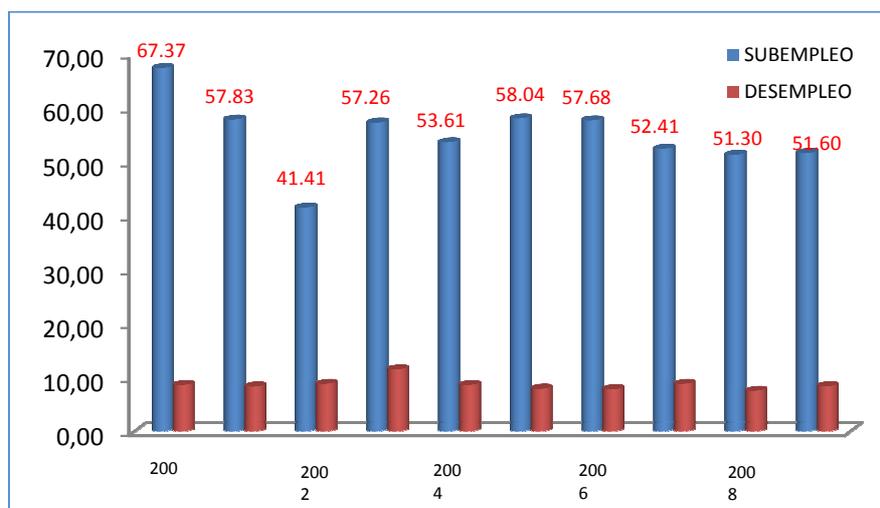
viviendas por lo que en la actualidad los proyectos enfocados a este segmento son los que se encuentran detenidos ya que se complica la comercialización.

Conclusión: la inflación es uno de los índices más sensibles y demostrativos del manejo y actividad económica de un país, en el año 2007 finalizó en 2,87%, incrementándose en casi 3 veces para el siguiente período 8,83% (2008) que es el nivel más alto registrado desde el 2003; para terminar en el año 2009 en 4,31%, poniendo nuevamente en evidenciada la fragilidad de la economía ecuatoriana. Este índice es sumamente elevado para una economía con una moneda estable y provoca la desvalorización del dólar que encarece las importaciones, sobre todo en materia prima e insumos como los de la construcción, elevando los costos y disminuyendo las ventas.

2.1.5. ÍNDICES DE EMPLEO

El empleo es uno de los componentes de mayor preocupación de la economía ecuatoriana. A pesar de que el desempleo se ha mantenido en un rango entre el 9 y el 14% a lo largo de esta década, los índices de subempleo mantienen rangos elevados entre el 35 y 55%. Por lo tanto, entre el 50 y el 70% de la población ecuatoriana no tiene empleo o está debidamente empleada, lo cual reduce enormemente la porción de la población con suficiente poder adquisitivo para adquirir bienes.

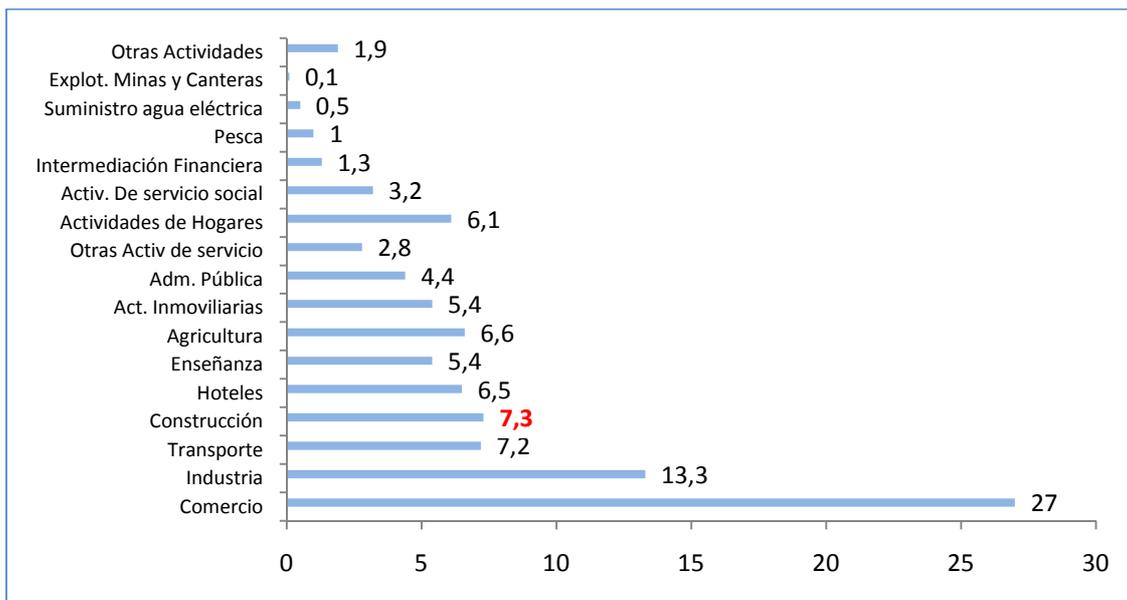
GRÁFICO 2.14. Tasa de desempleo y subempleo acumulada



FUENTE: Superintendencia de Bancos
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
FECHA: Marzo, 2010

El sector de la construcción genera empleo para aproximadamente el 7.30% de la población económicamente activa del país en el año 2009, de forma similar en el año 2010. Se encuentra en cuarto lugar entre los sectores de la economía que más generan empleo. La tasa de desempleo anual en el Ecuador para el año 2009 fue del 7.93%.

GRÁFICO 2.15. Tasa de participación del total de ocupados Urbano, (Por rama de actividad económica).Año 2010



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Conclusión: con un desempleo en el último año que supera el 8% (según las cifras del gobierno) y un subempleo del 52%, es extremadamente preocupante esta situación. El empleo es muy sensible a las políticas y medidas globales de un gobierno, por lo que se debe trabajar mucho en este aspecto para reactivar con medidas adecuadas a la economía ecuatoriana, el sector de la construcción está en el tercer lugar entre los sectores de la economía que más plazas de trabajo (7,3%) aporta a la economía.

2.1.6. FINANCIAMIENTO Y TASAS DE INTERÉS

La construcción es un sector que puede ser muy atractivo pero depende de la estabilidad económica del país y de la disponibilidad de crédito; en lo que se refiere al financiamiento por consecuencia de la crisis internacional la Banca disminuyó sus depósitos y por tal razón restringió los créditos para la

construcción y de igual forma el crédito hipotecario durante el primer semestre del año 2009.

El portafolio de crédito bancario al 2008 presentaba un crecimiento de 25,2%, para el año 2009 existió un decrecimiento del -0.7%.

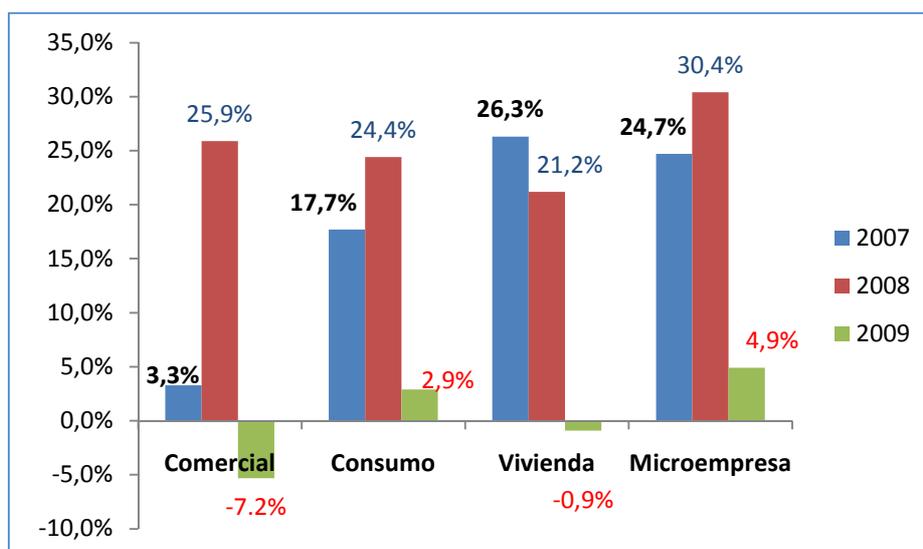
La cartera de créditos para microempresas es el que más crecimiento ha tenido seguido de la cartera de vivienda que en el año 2008 creció 21.20%, en el 2009 un decrecimiento de -0.9%, esto debido a que en el año 2009 hubo restricción de los créditos hipotecarios, se disminuyeron los plazos (de 20 a 7 años), porcentajes de financiamiento (del 70% al 60%).

Cuadro 2.2. Volumen de crédito de la Banca Privada - Enero a Marzo 2010

DATOS	CARTERA EN MILLONES DE DÓLARES			VARIACIÓN ANUAL		
	dic-07	dic-08	dic-09	2007	2008	2009
Comercial	3815238	4801529	4454398	3.30%	25.9%	-7.2%
Consumo	3304859	4110495	4229886	17.70%	24.4%	2.9%
Vivienda	1336623	1619441	1604263	26.30%	21.2%	-0.9%
Microempresa	1084687	1414055	1483304	24.70%	30.4%	4.9%
Total Cartera	9541407	11945520	11771851	13.20%	25.2%	-1.5%

FUENTE: MARKET WATCH
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 2.16. Variación Anual Cartera de Vivienda

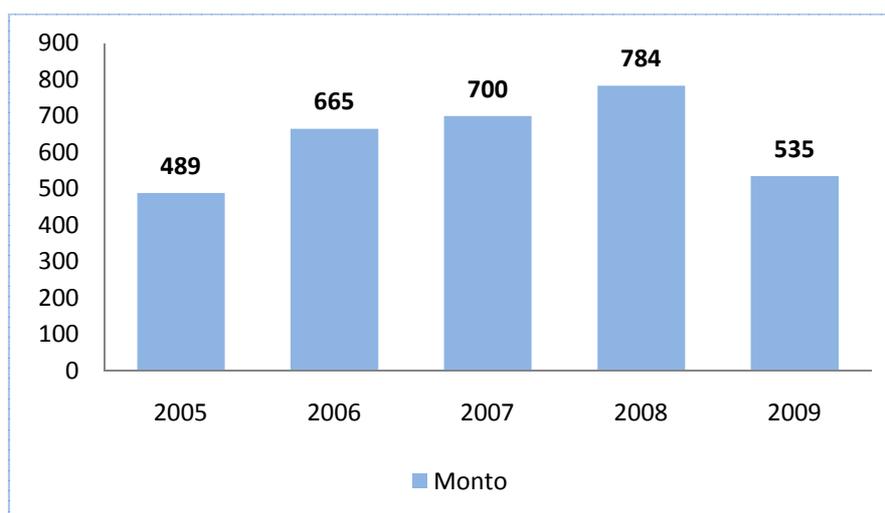


FUENTE: MARKET WATCH
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El total de cartera originada por el sistema financiero en el 2008 fue de \$ 784 millones, mientras que en septiembre del 2008 se originó \$ 74 millones en créditos hipotecarios, en mayo del 2009 la cifra fue apenas de \$ 34 millones, una reducción mayor al 50%. El fuerte decrecimiento se dio en el primer semestre del 2009 para luego recuperarse desde agosto 2009, sin llegar a los niveles máximos del 2008.

Para comparar los nuevos créditos desembolsados durante los últimos cinco años originados por vivienda nueva se presenta el siguiente cuadro, cabe destacar que no se ha considerado los créditos otorgados por el IESS ya que no reportan a la Superintendencia de Bancos.

GRÁFICO 2.17. Volumen de crédito de la Banca Privada - Enero a Marzo 2010



FUENTE: MARKET WATCH
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el 2009 el IESS desembolsó \$330 millones, adicionalmente el sistema financiero vendió al IESS \$125 millones en cartera hipotecaria y otros \$140 millones fueron titularizados. De esta forma el IESS tiene un 38% de participación en el mercado, cabe destacar que el 60% de los créditos concedidos por el IESS se destinaron a la compra de vivienda usada, mientras que el sistema financiero el 62% es concedido para vivienda nueva. Las condiciones de financiamiento que ofrece el IESS (plazo hasta 25 años, financiamiento del 100% de la vivienda)

Los principales participantes que concentran el 65% del crédito originado en vivienda son el Banco Pichincha (31%), Mutualista Pichincha (15.60%), Banco de Guayaquil (8.30%), Banco Internacional (7%) y Produbanco (5.10%).

Actualmente las estrategias del Estado pretenden dinamizar el sector de la construcción y apoyar sobre todo a los estratos socioeconómicos medios, medios bajos y bajos.

Para el 2010, existen \$800 millones asignados al sector por parte del gobierno a través del Banco del Pacífico, Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDIVI) e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Esta cifra está disponible tanto para créditos para el constructor como para el comprador de vivienda. El plan comprende además del bono gratuito de 5 mil dólares, un crédito hipotecario del Banco del Pacífico hasta 60.000 USD a un plazo de 12 años y con una tasa del 5%, inferior a la tasa de interés que ofrece la Banca privada 10% en promedio

Si se suma a este valor \$ 535 millones que origine el sector privado, se puede avizorar un buen año para el sector con alrededor de 1335 millones de dólares.

Sin embargo según datos del Banco Central durante el primer trimestre de 2010, el volumen de crédito se incrementó en todos los sectores, excepto en el sector vivienda que se mantuvo en los mismos niveles, con respecto a igual período del año anterior.

Cuadro 2.3. Volumen de crédito por línea Banca Privada - Enero a Marzo 2010

	MILLONES DE DOLARES			
	PERIODO		VARIACIONES	
	ENERO-MZO	ENERO-MZO	ABSOLUTA	PORCENTUAL
TIPO DE CREDITO	2009	2010	2010	2010
COMERCIAL	2058	2337	279	13.56%
CONSUMO	277	364	87	31.41%
MICRO CRÉDITO	154	243	89	57.79%
VIVIENDA	96	95	-1	-1.04%

FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Para que exista un mercado de la construcción activo no solamente se requiere que exista una demanda potencial, sino efectiva (financiada) que posibilite la producción de una oferta adecuada a esta demanda. El sector de la construcción de vivienda tiene un principio general “Si existe la demanda financiada, la oferta aparece, se adecúa y se financia sola”.

2.1.6.1. TASAS DE INTERÉS

En el mercado financiero existen dos tipos de tasas de interés: la tasa pasiva o de captación, que es la tasa que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. De igual manera, la tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados.

La diferencia entre la tasa de interés activa y la tasa de interés pasiva se denomina margen financiero (spread) y constituye un indicador del beneficio neto de las instituciones financieras por cada dólar prestado. Siguiendo la lógica de la oferta de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja, y cuando hay escasez sube.

Un claro beneficio relacionado a la dolarización del año 2000 ha sido la reducción de las tasas de interés y el restablecimiento del crédito a largo plazo: lógicamente con una moneda sólida, la banca ha sido capaz de determinar las capacidades reales de pago y por tanto, abrir las líneas de crédito con riesgos manejables.

Sin embargo, y a pesar de tener una economía dolarizada, el Ecuador sigue siendo un país con altas tasas de interés y un gran margen financiero (spread) entre tasas.

En el Ecuador, las tasas para el sector de la vivienda, por ejemplo, bordeaban el 18% y han bajado hasta un 11% promedio en la actualidad. Adicionalmente, los plazos otorgados por parte de los bancos se han incrementado considerablemente.

Con respecto a las tasas de interés para el sector de la construcción actualmente la tasa activa referencial es del 10.74% y la tasa efectiva máxima es del 11.33%, esta tasa ha tendido a la baja durante los últimos años.

Cuadro 2.4. Tasas de interés activas vigentes

TASAS DE INTERES ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa activa efectiva referencial para el segmento	% anual	Tasa activa efectiva referencial para el segmento	% anual
Producto Corporativo	9.02	Producto Corporativo	9.33
Producto Empresarial	9.87	Producto Empresarial	10.21
Producto PYMES	11.35	Producto PYMES	11.83
Consumo	15.92	Consumo	16.30
Vivienda	10.74	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.67	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	26.36	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	29.14	Microcrédito Minorista	30.50

FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el año 2007 la tasa máxima de interés activa del crédito de vivienda era de 14.9% es decir ha bajado casi tres puntos porcentuales comparando a mayo del 2010.

Cuadro 2.5. Evolución de las Tasas de Interés Activas Máximas por Tipo de Crédito (en porcentajes)

Tipo	sep-07	may-10	Variación
Productivo	13.0	9.3	-3.7
Pymes	19.5	11.8	-7.7
Consumo	24.6	16.3	-8.3
Vivienda	14.9	11.3	-3.6
Microcrédito	32.0	25.5	-6.5

FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Conclusión: las tasas de interés activas, consideradas desde el punto de vista del tipo de entidad financiera más favorables, son aquellas otorgadas por la banca privada y las cooperativas. Las tasas para el sector de la vivienda bordeaban el 18% hace pocos años y han bajado hasta un 11% promedio en la

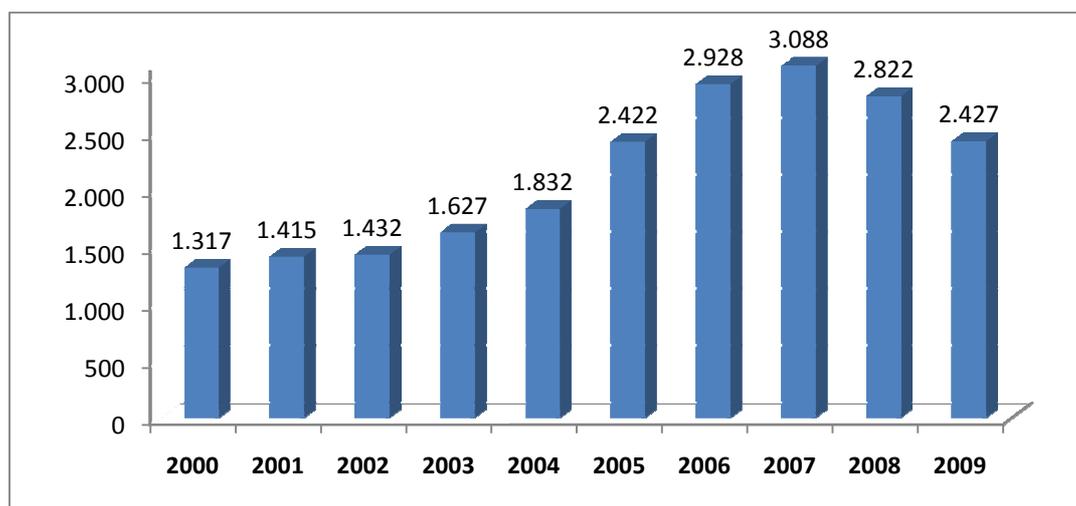
actualidad. Adicionalmente, los plazos otorgados por parte de los bancos se han incrementado considerablemente.

Con respecto a las tasas de interés para el sector de la construcción actualmente la tasa activa referencial es del 10.74% y la tasa efectiva máxima es del 11.33%.

2.1.7. INVERSIÓN EXTERNA Y REMESAS

Cómo fenómeno casi paralelo a la adopción del dólar en el Ecuador, la migración y las remesas han ayudado de una gran forma al ingreso de divisas al país, que en los 10 últimos años han aumentado de 794 millones de dólares en 1998 a 3088 millones en el 2007, según el BCE. Incuestionablemente, este rubro se ha convertido en el ingreso más importante del país luego del petróleo. Mientras que en 2006 las remesas llegaron a significar una inyección de capital a la economía ecuatoriana que representaba un 7,0% del PIB, en 2008 esta contribución ha bajado notoriamente (al 3,36% del PIB).

GRÁFICO 2.18. Monto anual de remesas migrantes (millones de US \$)

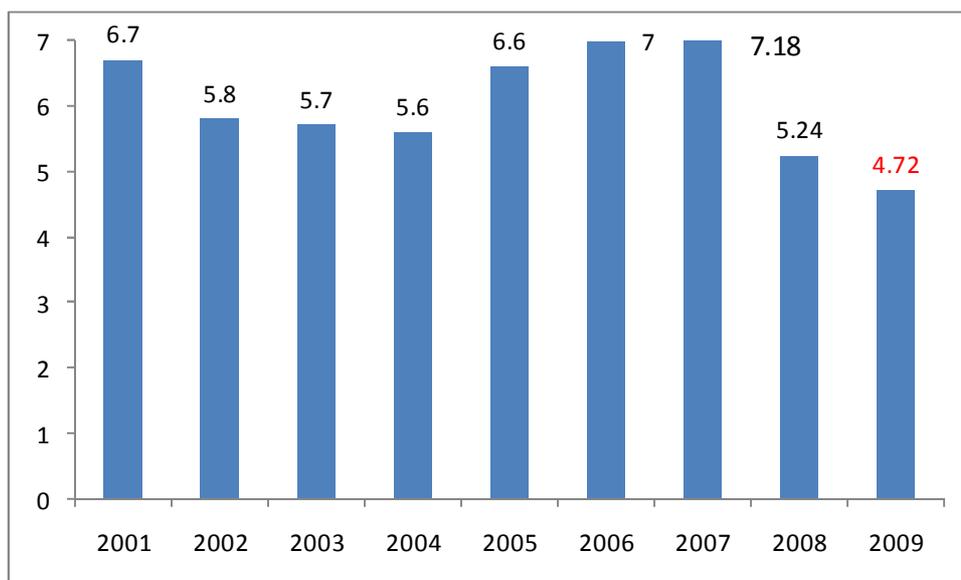


FUENTE: BCE, Boletín mensual.
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
FECHA: Marzo, 2010

Como podemos abstraer de la gráfica, las remesas han tenido un crecimiento sostenido desde el 2000 hasta el 2007, con una caída abrupta registrada en los dos últimos años, de un -8,61% en el año 2008 y -13,99% para el 2009.

Esta baja por concepto de remesas es alarmante, ya que se estima que aproximadamente el 4% de esos ingresos, es destinado a la inversión de proyectos inmobiliarios.

GRÁFICO 2.19. Remesas migrantes en relación al PIB (en %)



FUENTE: BCE, Boletín mensual.
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Estos últimos se ven gravemente afectados por la crisis económica que viven los Estados Unidos desde el año pasado (como se lo anotó al inicio de este capítulo). Alberto Ramos, analista de Goldman Sachs afirma que: “El crecimiento de las remesas se viene desacelerando desde el 2006 (para toda la región de Latinoamérica) y eso seguirá ocurriendo mientras la demanda EE.UU. decline en los meses siguientes.” Manuel Orozco, Director de Interamerican Dialogue, por su parte provee que la duración de dicha recesión puede prolongarse en nueve y doce meses.⁴

Durante el cuarto trimestre de 2009 el flujo de remesas de trabajadores que ingresó al país ascendió a USD 675.2 millones, valor que representó un aumento de 3.0% con relación al tercer trimestre de 2009 (USD 655.8) y un incremento de 4.9% con respecto al cuarto trimestre de 2008 (USD 643.9 millones).

⁴ (Imbaquingo, EL Comercio: 19.02.08)

España a pesar de la crisis menos pronunciada registrada en el cuarto trimestre de 2009 comparada con la del tercer trimestre del mismo año, viene consolidándose como el primer país de origen de las remesas, con el 46.2% (USD 312.0 millones), seguido por los Estados Unidos con 39.7% (USD 268.2 millones), Italia con el 8.5% (USD 57.4 millones) y la diferencia de 5.6% (USD 37.6 millones) es enviado desde el resto del mundo.

Según una investigación realizada por la Cámara de la Construcción anteriormente solo el 4 % de los \$ 2.500 millones que enviaban los emigrantes se destinaba a vivienda; el resto estaba destinado para el consumo. Para el 2008 la inversión de las remesas en construcción y compra de vivienda fueron del 30%.

La disminución de las remesas en el año 2009, repercute en el desarrollo del sector de la construcción ya que disminuyen las ventas, sobre todo de los proyectos que están enfocados a este sector (nivel socioeconómico medio).

A pesar de todas las amenazas que atravesó el sector de la construcción durante el 2009 y pese a algunos factores que siguen afectando, lo importante es crear y aprovechar oportunidades que permitan incursionar con éxito en este sector. El rol y la estrategia del Estado para incentivar la participación del sector privado en el financiamiento y la construcción de viviendas. Además debe ofrecer incentivos financieros, administrativos y legales a fin de fomentar la inversión; esto se está tratando en el proyecto de reforma de ley tributaria que pretende reducir la cantidad de impuestos para el sector de la construcción.

Conclusión: la disminución del envío de remesas de los migrantes ecuatorianos, afecta enormemente en la economía ecuatoriana, ya que en su mayoría eran direccionadas para la adquisición, mejoramiento, ampliación de vivienda, por lo que repercute enormemente en el sector de la construcción. Mientras que debido a la falta de políticas claras y seguridad jurídica, política, y económica la inversión extranjera también ha sufrido una gran disminución, sobre todo comparando con países vecinos como Colombia (US\$ 6.000 millones) y Perú (US\$ 7.000 millones), y apenas de US\$ 380 millones al Ecuador, durante el último año.

2.2. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

2.2.1. ANTECEDENTES

El sector de la construcción es un componente básico de la actividad económica de cualquier país, y el papel que desempeña como generador de empleo, proveedor de bienes e incentivador del crecimiento, es significativo tanto en los indicadores, como en los balances macroeconómicos del Ecuador.

Esta relación intrínseca se vuelve aún más evidente considerando que la construcción constituye un fiel reflejo de la coyuntura económica nacional: ha sido el sector primero en desplomarse durante períodos de crisis y el primero en despuntar durante los ciclos de bonanza, ya que ha interiorizado de manera rápida, las variaciones de los ciclos económicos.

Debido a esta extrema sensibilidad ante el entorno económico, es imperativo generar un panorama acertado de la economía del Ecuador - sus fortalezas y debilidades - para poder establecer las oportunidades y amenazas que en la actualidad plantea para el sector de la construcción y el impacto que genera sobre la ejecución de un proyecto inmobiliario.

2.2.2. LA CONSTRUCCIÓN EN LA ECONOMÍA

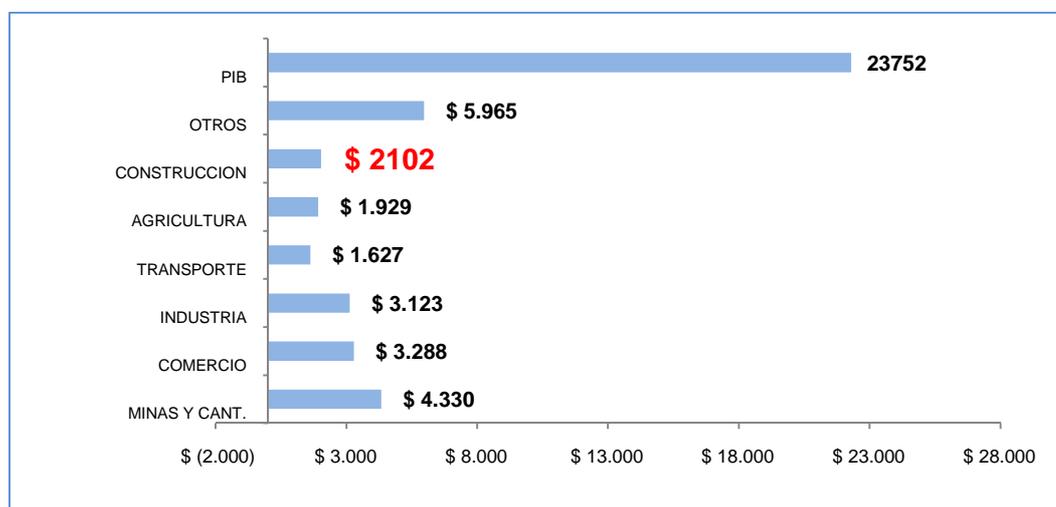
La construcción tiene un aporte anual promedio al PIB de entre el 6%-8%; empleando el 6,30% de la PEA (población económicamente activa) urbana y el 4,50% de la PEA rural, es decir que es uno de los sectores que más empleo genera (aproximadamente 250000 unidades). Adicionalmente, es una de las ramas productivas de mayor integración en la economía, con demandas

significativas en las ramas de minería, carpintería, electricidad, plomería, transporte, y otros servicios y componentes tecnológicos sofisticados.⁵

2.2.3. APORTE AL PRODUCTO INTERNO BRUTO

En la actualidad, el sector de la construcción aporta cada vez más al producto interno bruto ecuatoriano. Mientras que en el año 2000 el PIB registraba un peso relativo al PIB del 6,1%, en la actualidad su tendencia de crecimiento sostenido lo ha llevado a tener una participación porcentual del PIB del 8.85% con 2102 mil millones de dólares anuales.

GRÁFICO 2.20. PIB real por clase de actividad económica



FUENTE: BCE, Boletín mensual
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
FECHA: Marzo, 2010

Dentro de dicho valor se contabiliza la construcción privada de viviendas e ingresos generados por concepto de arriendo de bienes inmuebles, pero también todo el gasto gubernamental en materia de obra pública.

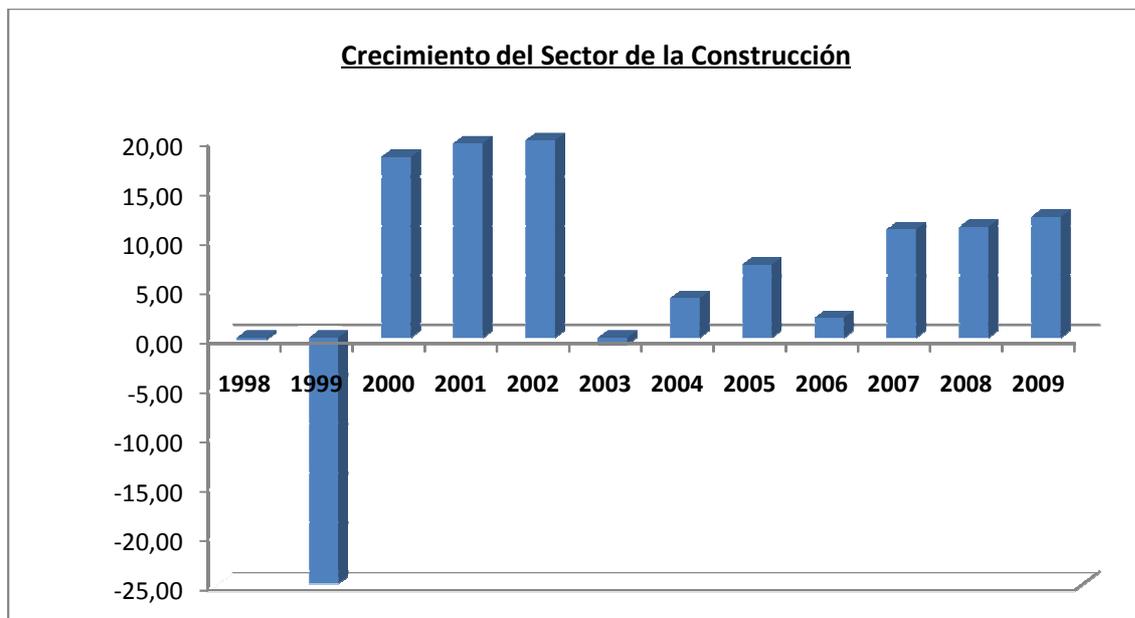
2.2.4. ÍNDICES DE CRECIMIENTO DEL SECTOR

Al igual que los demás sectores de la economía, en 1999 también se desplomó el sector de la construcción al -25%. Sin embargo, y como indica la gráfica siguiente, el sector tuvo una recuperación sorprendente del 2000 en adelante,

⁵ (Información de la página WEB <http://www.bce.fin.ec>)

registrando un crecimiento promedio anual del 10,2%, durante los últimos siete años. A pesar de recesiones entre el 2003 al 2006, respectivamente, el sector de la construcción tuvo un crecimiento considerable del 11% durante el 2007. Mientras que en los años 2008 y 2009 tuvo un ligero crecimiento que llegó al 11,2% y 12,2% respectivamente.

GRÁFICO 2.21. Tasas de crecimiento sector construcción (en %)



FUENTE: BCE, Boletín mensual.
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
FECHA: Marzo, 2010

2.2.5. MANO DE OBRA

Una de las características más importantes del sector de la construcción, es la fuerte incidencia del capital humano en términos de mano de obra.

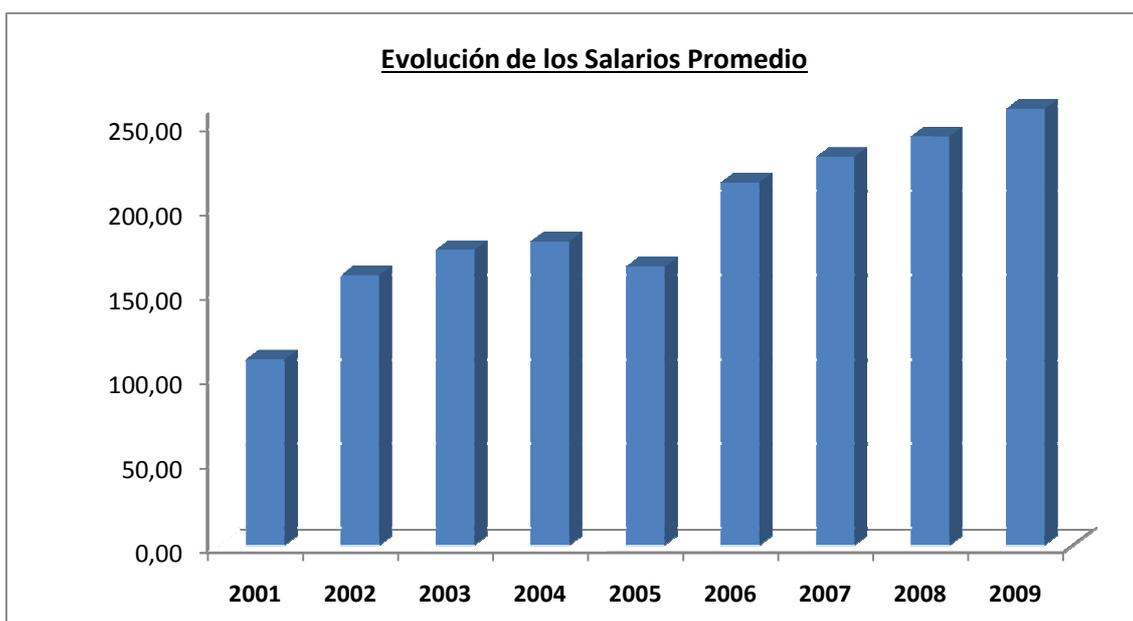
A pesar de que en el Ecuador esta última aun es asequible a bajos costos con artesanos muy talentosos (mano de obra no calificada), la falta de inversión en su formación repercute directamente en el hecho de que prácticamente no haya habido un cambio estructural en la manera como se ha construido durante las últimas décadas.

El Valor Agregado generado por parte del sector de la construcción ha sido estático durante las últimas décadas, caracterizado por tecnologías precarias y obsoletas con un bajo índice de productividad y una alta tasa de migración de

la clase obrera hacia el exterior. Actualmente se vuelve cada vez más difícil contratar a personal calificado que cuente con experiencia.

Otro punto importante a recalcar, es que los salarios para el sector de la construcción han ido aumentando progresivamente a lo largo de los últimos años, razón por la cual se vuelve imprescindible tecnificar y optimizar el proceso constructivo para poder bajar los costos del mismo.

GRÁFICO 2.22. Salarios promedio sector de la construcción



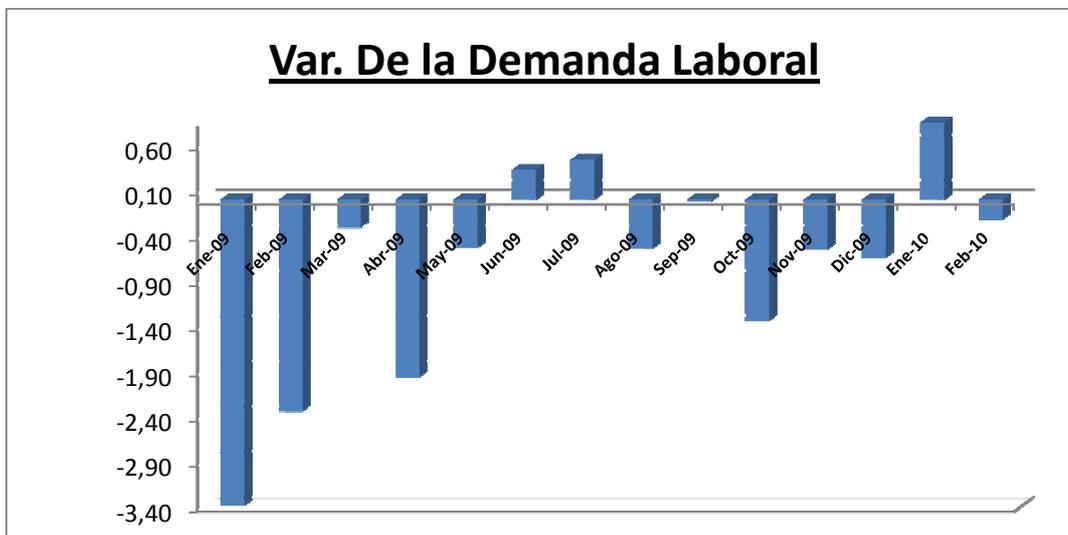
FUENTE: INEC
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
 FECHA: Marzo, 2010

2.2.6. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN A ENERO DEL 2010

EMPLEO: En el mes de enero de 2010, la demanda laboral en el sector de la construcción presentó una variación positiva de 0.85% con respecto al mes anterior, cambiando así la tendencia registrada en los últimos meses.

Las expectativas de la demanda laboral para el mes de febrero, indicarían una leve disminución de -0.22%.

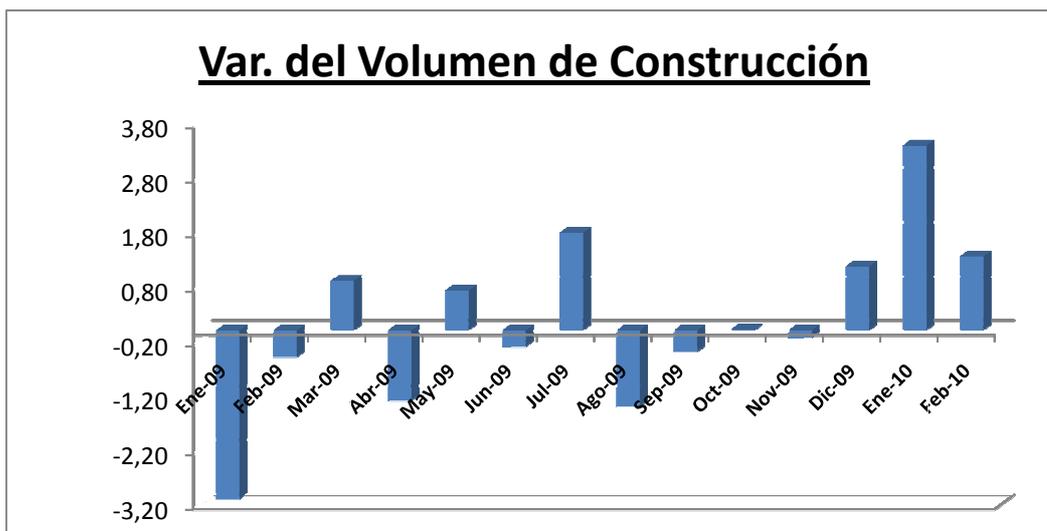
GRÁFICO 2.23. Variación de la Demanda Laboral



FUENTE: CEDATOS
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

VOLUMEN DE CONSTRUCCION: El volumen de construcción despuntó en el mes de enero de 2010 en comparación con el mes de diciembre de 2009, la variación de esta variable fue de 3.39%. Se espera para el mes de febrero que el volumen de construcción crezca en 1.36%.

GRÁFICO 2.24. Variación del Volumen de Construcción



FUENTE: CEDATOS
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

PRECIO DE INSUMOS: Según los empresarios encuestados del sector, el precio promedio de los materiales de construcción aumentaron en el mes de enero en 0.88%. Para el mes de febrero se espera que los precios de los insumos no sufran ninguna variación.

GRÁFICO 2.25. Variación del Precio de Materiales de Construcción



FUENTE: CEDATOS

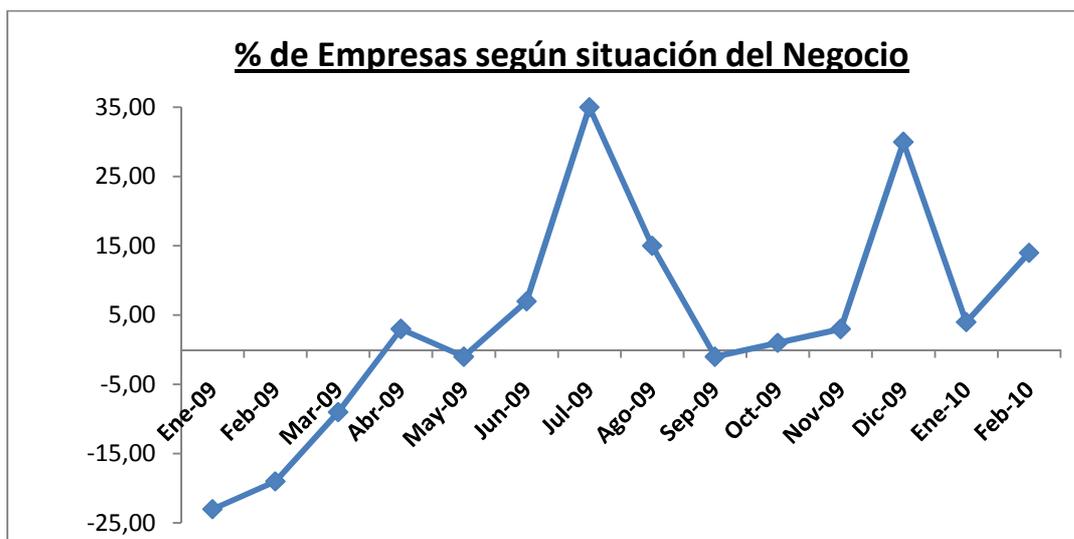
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

SITUACIÓN DEL NEGOCIO: En el mes de enero, la cantidad de empresas del sector construcción que mencionan estar mejor es superior a las empresas que dicen estar peor. El saldo es de +4%.

Para el mes de febrero las expectativas de la situación del negocio son positivas, ubicándose en +14%.⁶

⁶ Estudio Mensual de Opinión Empresarial, enero 2010.

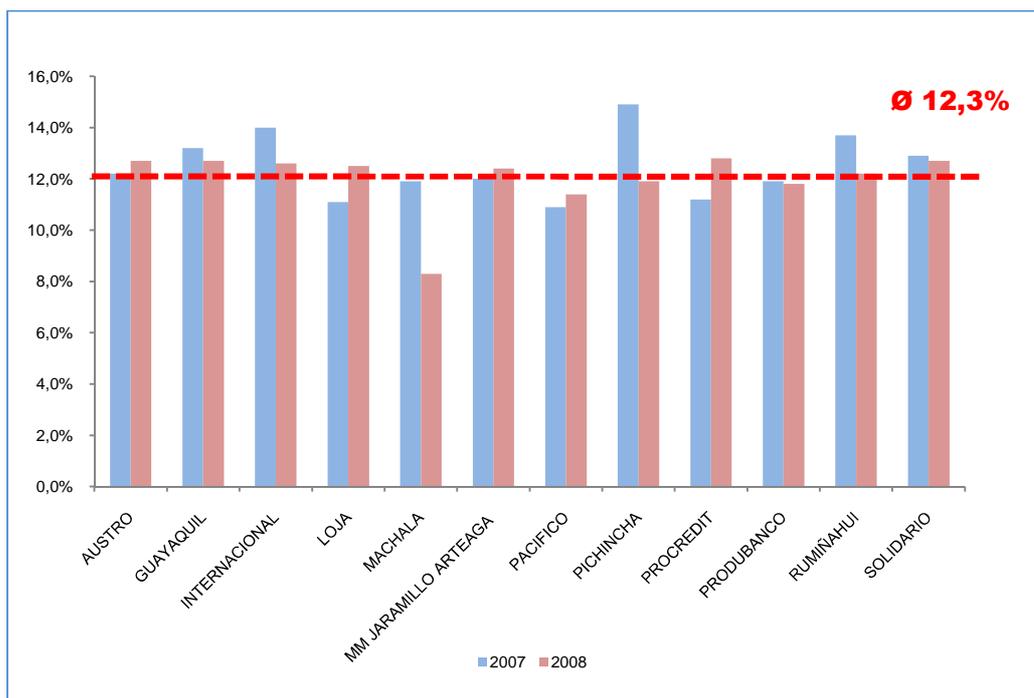
GRÁFICO 2.25. Porcentaje de Empresas según situación del Negocio



2.2.7. CRÉDITOS HIPOTECARIOS PARA VIVIENDA

Según estadísticas de la Superintendencia de Bancos, la cartera de créditos para la construcción ha aumentado en un 40% entre el 2001 y el 2006. Adicionalmente, el porcentaje relativo proporcionado por la banca privada ha disminuido, lo que apunta a que se está generando competencia positiva en el sector financiero para impulsar la construcción (“Vivienda nueva...”, Pág. 36) En el Ecuador, las tasas de interés para créditos con plazos mayores a un año bordeaban el 18% y han bajado hasta un 12,3% en la actualidad, que aún son extremadamente elevados al ser comparadas con otros países de la región.

GRÁFICO 2.23. Tasas de interés para créditos hipotecarios (2007 y 2008)



FUENTE: Superintendencia de Bancos
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra
 FECHA: Marzo, 2010

2.2.8. ECUADOR DESARROLLARÁ GRANDES PROYECTOS

En nuestro país se desarrollará este año millonarios proyectos de infraestructura, según anuncios de diferentes Ministerios.

El gobierno de Ecuador iniciará este año la construcción de algunos de los más grandes proyectos de infraestructura proyectados en la historia del país, afirmó hoy la Agencia de Noticias Nacional (Andes).

"Lo que sembramos en tres años lo empezaremos a cosechar. En este año, se harán realidad los grandes proyectos", indicó el presidente ecuatoriano, Rafael Correa, en declaraciones a la citada agencia al referirse a proyectos hidroeléctricos, de petroquímica y viabilidad.

Este año empezará a construirse la hidroeléctrica Coca-Codo-Sinclair, la más grande del país y que estará ubicada en la provincia amazónica de Napo.

Tendrá una potencia proyectada de 1500 megavatios, un costo de 1979 millones de dólares y concluirá en el 2014.

El Gobierno prevé comenzar también la construcción de obras logísticas y caminos vecinales de la Refinería del Pacífico, proyecto conjunto con Venezuela en la provincia costera de Manabí, con capacidad para refinar unos 300 mil barriles diarios de crudo cuando esté concluida.

Para enero se prevé la inauguración de los aeropuertos del Tena en la provincia del Napo y de Santa Rosa, en la provincia El Oro (suroeste), fronteriza con Perú, y la terminación de la reconstrucción de la terminal aérea de Lago Agrio, en Nueva Loja. El aeropuerto del balneario Salinas, en la provincia costera de Santa Elena, con pista reforzada, muros de construcción, equipos de navegación, y los requerimientos aeronáuticos, estará en agosto.

A mediados de febrero, informó Correa, se inaugurará la carretera de primer orden (en hormigón) entre Loja y Cuenca, y está previsto concluir este año el puente sobre el estuario del río Chone en Bahía de Caráquez, otro en la provincia Esmeraldas, y un cuarto puente en Guayaquil. "La inversión para estas obras es extremadamente alta en el presupuesto", puntualizó el gobernante ecuatoriano.⁷

2.3. GOBIERNO Y AMBIENTE POLÍTICO

Aunque se ha alcanzado una evidente estabilidad económica a lo largo de esta década, el gobierno del Eco. Rafael Correa, ha acarreado un ambiente de incertidumbre.

Los tres años de la Revolución Ciudadana marcan la división entre la historia anterior y posterior del Ecuador. Se han introducido profundas transformaciones en la vida democrática con el liderazgo de una persona que ha recibido el apoyo popular jamás registrado en el pasado que en poco tiempo y sin antecedentes políticos, logró implantar un nuevo sistema constitucional ratificado por la mayoría del electorado.

⁷ FUENTE: Prensa Latina, **Publicado por:** Editor Economía, 4/01/2010

Por un lado, su lema de campaña de "El Cambio", que se implementó a través de la Asamblea Constituyente deja una serie de incógnitas e interrogantes que están afectando al sector productivo y económico del país. Su discurso defensor del "socialismo del siglo XXI" e impulsor de una "revolución ciudadana", a más de sus evidentes vínculos con los gobiernos de izquierda a nivel latinoamericano o con Irán, mantienen a varios sectores productivos en vilo y sin duda tienen efectos sobre la inversión extranjera.

La consultora CEDATOS en enero de este año, realizó una encuesta en 10 provincias para evaluar los resultados de este Gobierno. Según los resultados, las promesas se han cumplido parcialmente; destacan la vigencia de la Nueva Constitución y el cambio institucional, la aniquilación de la partidocracia (para dar paso al poder de un solo partido hegemónico); el apoyo a las clases populares a través de bonos y subsidios, la no suscripción del TLC, la vigencia de la dolarización, la no renovación del contrato de la Base de Manta y la defensa del patrimonio nacional.

No obstante es parcial el cumplimiento en materia de vías y crédito en especial para la producción agrícola, industrial, artesanal, turística y a los pequeños negocios y empresas. La ciudadanía sabe que además del apoyo popular el régimen ha contado como ningún otro gobierno con recursos recibidos vía petróleo, recaudaciones tributarias, recursos del Seguro Social, créditos externos y uso de la reserva monetaria con los cuales la obra pública pudo ser superior a la observada y publicitada.

La aprobación a la gestión del Presidente ha bajado progresivamente desde el 73% y 76% registrados en enero y abril de 2007, hasta el 41% observado en enero de 2010. Igual baja ha tenido su credibilidad desde el 68% en enero de 2007 a 40% en enero de este año. El gobierno cumple su tercer año con el 40% de aprobación; supera esta aprobación promedio la gestión social dirigida especialmente a los grupos populares (47%) y están por debajo la gestión política (36%) y la gestión económica (32%). Según los ecuatorianos, los problemas que les aqueja no solo siguen vigentes, sino que en algunos casos han aumentado: el desempleo, la inseguridad, inmigración de extranjeros, delincuencia, el costo de la vida, corrupción en todos los ámbitos.⁸

⁸ Informe de la Consultora Cedatos Gallup, enero 2010.

La gestión en cifras 2004 a 2009



Ingresos vs. Gastos

Composición de los Ingresos y Gastos del Presupuesto Devengado del Gobierno Central

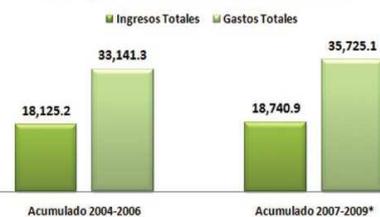
millones de dólares	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Ingresos Totales	5,178.6	6,051.6	6,895.0	8,490.2	13,799.0	10,852.1
Ingresos Petroleros	1,557.9	1,567.3	1,718.6	1,764.3	4,641.7	1,566.7
Ingresos No Petroleros	3,620.7	4,484.3	5,176.3	6,725.9	9,157.2	9,276.9

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Gastos Totales	5,497.8	6,232.1	7,011.0	8,627.3	14,413.9	12,683.9
Gastos Corrientes	4,103.3	4,720.5	5,342.0	5,999.9	8,485.3	6,976.2
Gastos de Capital	1,394.5	1,511.6	1,669.0	2,627.5	5,928.6	5,707.7

	Acumulado 2004-2006	Acumulado 2007-2009*
Ingresos Totales	18,125.2	33,141.3
Gastos Totales	18,740.9	35,725.1

Durante los tres años de gobierno de Rafael Correa los ingresos superaron en el 88% a los ingresos de los tres años anteriores (2004 a 2006). Los gastos superaron el 91%.

Ingresos y gastos acumulados del Presupuesto Devengado del Gobierno Central -en millones-



Fuente: Registros Oficiales, * Estimaciones CEDATOS

Ingresos y Gastos por sector

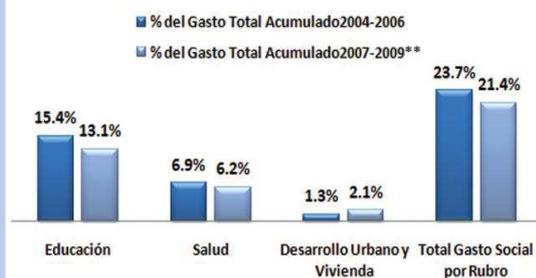
Evolución del Gasto Social por Sectores: Presupuesto -Devengado-

	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Educación	858	946	1,089	1,384	1,847	1,766
Salud	371	423	505	606	880	881
Desarrollo Urbano y Vivienda	74	86	83	172	465	154
Total Gasto Social por Rubros	1,303	1,455	1,677	2,162	3,192	2,801
Gasto Social por Rubros/ Gasto Total	23.7%	23.3%	23.9%	25.1%	22.1%	18.5%

	Acumulado 2004-2006	% del Gasto Total Acumulado 2004-2006	Acumulado 2007-2009**	% del Gasto Total Acumulado 2007-2009**
Educación	2,893	15.4%	4,997	13.1%
Salud	1,299	6.9%	2,367	6.2%
Desarrollo Urbano y Vivienda	243	1.3%	791	2.1%
Total Gasto Social por Rubro	4,435	23.7%	8,155	21.4%

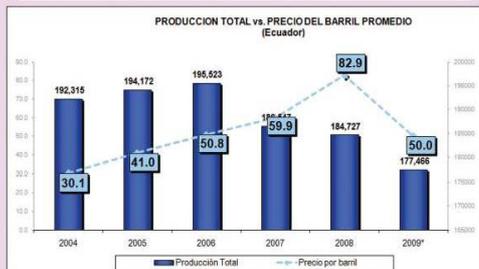
La asignación del gasto estatal por sector ha registrado un notable incremento cuantitativo (total de dólares) entre los tres años anteriores al gobierno de Rafael Correa (2004 y 2006) y los tres años del régimen de la Revolución Ciudadana (2007 a 2009), con un total de \$4,435 millones para salud y desarrollo comunal, educación y desarrollo urbano y vivienda, frente a \$8,155 millones entre 2007 y 2009, o sea un incremento del 84%. En cuanto a la estructura del gasto por sector frente al total, educación bajó del 15.4% al 13.1%; salud de 6.9% a 6.2%; el de desarrollo urbano se incrementó de 1.3% a 2.1%. El total de los 3 sectores bajó del 23.7% al 21.4% del gasto total.

Gasto % por sector social frente al gasto total*



Valor del crudo

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Precio por barril	30.1	41.0	50.8	59.9	82.9	50.0
Producción Total	192315	194172	195523	186547	184727	177466



EN MILES DE BARRILES * PROYECCION CEDATOS, A DICIEMBRE 2009
FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ELABORACION: CEDATOS

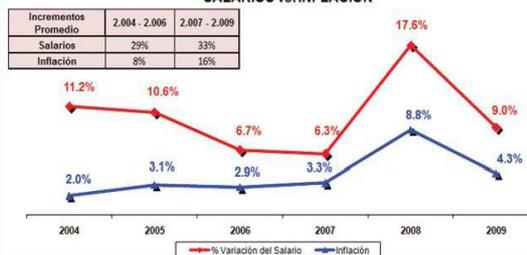
Salarios

SALARIOS - REMUNERACIONES UNIFICADAS

Año	Salarios - Remuneraciones unificadas (en dólares)	% Variación del Salario	Inflación
2003	121.9		
2004	135.6	11%	1.96%
2005	150.0	11%	3.14%
2006	160.0	7%	2.87%
2007	170.0	6%	3.32%
2008	200.0	18%	8.83%
2009	218.0	9%	4.31%

Fuente: BCE- Ministerio de Trabajo y Empleo, INEC.

SALARIOS vs. INFLACION



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR ELABORACION: CEDATOS

2.4. Informe del Gafi preocupa al Sector Empresarial

El tema de mayor preocupación para el sector empresarial ha sido el informe del Gafi (Grupo de Acción Financiera), integrado por los países del G20, en el cual se incluye al Ecuador como uno de los países con deficiencias estratégicas en medidas anti lavado de dinero y contra el financiamiento del terrorismo. En el mismo se aduce que el Ecuador, a pesar de haberse comprometido con el organismo, no ha demostrado tener un plan de acción para superar supuestas deficiencias ni ha presentado un alto nivel de compromiso político.

Únicamente un 5% de los encuestados, considera que el entorno socio-económico permite atraer mayor inversión extranjera. Según datos del Banco Central del Ecuador, en los 3 primeros trimestres del 2009, la Inversión Extranjera Directa (IED) fue de USD \$469 millones, un 44% menos que en el año 2008. Si lo comparamos con otros países de la región, Perú tuvo una IED de USD \$4,618 millones mientras que Colombia USD \$6,445 millones en el mismo período.

Las principales razones para una disminución de la IED son los resultados de la crisis mundial, la falta de seguridad jurídica y reglas claras de juego para las empresas extranjeras que desean invertir en el país, lo cual sumado al informe del GAFI podrían afectar aún más la posibilidad del Ecuador de incrementar la IED.

Adicionalmente, la banca privada podría recibir los efectos al verse restringida con los servicios de corresponsalía, menores líneas de crédito y primas adicionales por riesgo, lo que encarecería el financiamiento. Igualmente el informe del GAFI podría incidir en el riesgo país. Actualmente el EMBI ecuatoriano (índice de bonos de mercados emergentes) se mantiene en 810 puntos frente a 187 puntos de Perú y 225 de Colombia. De acuerdo a la encuesta, un 18% de los encuestados ve el futuro de país de manera positiva, mientras que el 82% lo ve como neutral y negativo.

De acuerdo a cifras del Banco Central, la canasta básica (USD \$ 534.33) tuvo un incremento de 4% en enero de este año en comparación con el año anterior (USD \$ 512.13).

2.5. Confianza Empresarial no despunta

El Índice de Confianza Empresarial medido y monitoreado de manera mensual por la consultora Deloitte registró una baja de 5 puntos en comparación con el mes anterior (febrero 2010). El ICE se ubicó en 78.4 puntos de 250 posibles, siendo el más bajo desde abril 2009.

En buena medida la confianza empresarial se mantiene a la baja debido a los cortes de energía eléctrica ocurridos a finales del año 2009 e inicios de este año; los cuales han provocado importantes pérdidas en el sector industrial y comercial en vísperas de época navideña.

De acuerdo al Comité Empresarial Ecuatoriano se calcula en mil millones de dólares la pérdida que ha tenido el sector empresarial por la falta de energía eléctrica. Al respecto, un 32% de los encuestados opina que los cortes de luz han afectado notablemente a su negocio, mientras que un 51% se ha visto medianamente afectado. Únicamente un 17% de los encuestados no se ha visto afectado por los cortes de energía eléctrica.

Otro tema que preocupa a los empresarios es la aprobación de las reformas tributarias, al respecto, un 46% de los encuestados opina que las reformas tributarias incidirán en su negocio, siendo el sector financiero y el industrial los más afectados.

Algunos de los factores más notables son los siguientes:

· Los dividendos que perciban las personas naturales residentes en el Ecuador pasan a ser gravados con el impuesto a la renta, teniendo derecho a utilizar como crédito tributario en su declaración personal, el impuesto a la renta pagado por la sociedad que distribuye los dividendos (25%).

- Incremento del Impuesto a la Salida de Divisas del 1% al 2%
- Se grava con el 12% IVA la importación de servicios.
- Fijación de un anticipo mínimo de impuesto a la renta

En relación a las ventas, un 34% de los encuestados registra ventas mayores frente al año anterior, mientras que un año atrás (diciembre 2008) este porcentaje fue del 67%, reflejándose así en este año, una disminución del poder adquisitivo afectado por diversos factores como crisis mundial, desempleo, incremento de costos, etc.

Para este año (2010) el gobierno prevé un crecimiento de la economía del 6.8%, el mismo que hace pocas semanas fue modificado al 3.6%; sin embargo existe preocupación entre los empresarios sobre si dicho crecimiento podrá ser alcanzado, principalmente debido a la caída en la inversión privada (interna y externa), a la reducción de oferta crediticia interna, a los limitados niveles de liquidez de la economía y a una reducción en el consumo interno.

2.5.1. LIBERTAD ECONOMICA 2009: ECUADOR UNA ECONOMÍA CONTROLADA



Ecuador este año ocupa **la posición 137 de los 179 países** que son evaluados, lo que lo ubica dentro de la categoría de economía “mayormente controlada”. Así mismo en la región compuesta por los 29 países del Caribe, Centro y Sur América, Ecuador está en el puesto 24, es decir sólo supera en libertad económica a naciones como Cuba, Venezuela, Haití y Argentina.

Las áreas en las que hemos descendido respecto del año anterior son la libertad de inversión y libertad financiera.⁹

Durante los últimos 15 años el Wall Street Journal y la Fundación Heritage han medido el compromiso de los países a favor del capitalismo de libre mercado en “Índice de Libertad Económica”. El Índice del 2009 publicado esta semana ofrece una fuerte evidencia de que los países que mantienen economías más libres cumplen con un mejor trabajo al promover prosperidad para todos sus ciudadanos.

La correlación positiva entre libertad económica y el ingreso nacional se confirma nuevamente con los datos de este año. Los países más libres disfrutaban de ingresos per cápita 10 veces más altos que aquellas naciones que constan en la categoría “reprimida”. Este año, por primera vez, el Índice también relaciona la libertad económica con importantes valores sociales tales como reducción de la pobreza, desarrollo humano, libertad política y protección del medio ambiente. Las correlaciones son significativas, los países económicamente más libres muestran mejores datos en todos los indicadores del bienestar humano.

⁹ Índice de Libertad Económica, miembros del IEEP, <http://www.heritage.org/index/> (Modificado el martes, 20 de enero de 2009)

Hong Kong y Singapur, una vez más se muestran como los países más libres del mundo, seguidos por Australia, Irlanda y Nueva Zelanda. Los Estados Unidos descendieron un punto, al sexto lugar este año, por el aumento tanto de impuestos como en gastos del gobierno como porcentaje del Producto Nacional Bruto.

2009 Index of Economic Freedom

1. Hong Kong	40. South Korea	76. Italy	114. Mali	150. Laos
2. Singapore	41. Trinidad and Tobago	77. Cape Verde	115. Benin	151. Lesotho
3. Australia	42. Israel	78. Macedonia	116. Croatia	152. Ukraine
4. Ireland	43. Oman	79. Paraguay	117. Nigeria	153. Burundi
5. New Zealand	44. Hungary	80. Fiji	118. Gabon	154. Togo
6. United States	45. Latvia	81. Greece	119. Côte d'Ivoire	155. Guyana
7. Canada	46. Costa Rica	82. Poland	120. Moldova	156. Central African Republic
8. Denmark	47. Malta	83. Kazakhstan	121. Papua New Guinea	157. Liberia
9. Switzerland	48. Qatar	84. Nicaragua	122. Tajikistan	158. Sierra Leone
10. United Kingdom	49. Mexico	85. Burkina Faso	123. India	159. Seychelles
11. Chile	50. Kuwait	86. Samoa	124. Rwanda	160. Bangladesh
12. The Netherlands	51. Jordan	87. Guatemala	125. Suriname	161. Chad
13. Estonia	52. Jamaica	88. Dominican Republic	126. Tonga	162. Angola
14. Iceland	53. Portugal	89. Swaziland	127. Mauritania	163. Solomon Islands
15. Luxembourg	54. United Arab Emirates	90. Kenya	128. Niger	164. Kiribati
16. Bahrain	55. Panama	91. Honduras	129. Malawi	165. Guinea-Bissau
17. Finland	56. Bulgaria	92. Vanuatu	130. Bolivia	166. Republic of Congo
18. Mauritius	57. Peru	93. Tanzania	131. Indonesia	167. Belarus
19. Japan	58. Malaysia	94. Montenegro	132. China	168. Iran
20. Belgium	59. Saudi Arabia	95. Lebanon	133. Nepal	169. Turkmenistan
21. Macau	60. Saint Vincent and the Grenadines	96. Ghana	134. Bosnia and Herzegovina	170. São Tomé and Príncipe
22. Barbados	61. South Africa	97. Egypt	135. Ethiopia	171. Libya
23. Austria	62. Albania	98. Tunisia	136. Cameroon	172. Comoros
24. Cyprus	63. Uganda	99. Azerbaijan	137. Ecuador	173. Democratic Republic of Congo
25. Germany	64. France	100. Bhutan	138. Argentina	174. Venezuela
26. Sweden	65. Romania	101. Morocco	139. Micronesia	175. Eritrea
27. The Bahamas	66. Belize	102. Pakistan	140. Djibouti	176. Burma
28. Norway	67. Thailand	103. Yemen	141. Syria	177. Cuba
29. Spain	68. Slovenia	104. The Philippines	142. Equatorial Guinea	178. Zimbabwe
30. Lithuania	69. Mongolia	105. Brazil	143. Maldives	179. North Korea
31. Armenia	70. Dominica	106. Cambodia	144. Guinea	NOT RANKED
32. Georgia	71. Namibia	107. Algeria	145. Vietnam	Afghanistan
33. El Salvador	72. Colombia	108. Zambia	146. Russia	Iraq
34. Botswana	73. Madagascar	109. Serbia	147. Haiti	Liechtenstein
35. Taiwan	74. Kyrgyz Republic	110. Senegal	148. Uzbekistan	Sudan
36. Slovak Republic	75. Turkey	111. Sri Lanka	149. Timor-Leste	
37. Czech Republic		112. The Gambia		
38. Uruguay		113. Mozambique		
39. Saint Lucia				

2.6. CONCLUSIONES ENTORNO MACROECONÓMICO

La profunda crisis mundial afectó seriamente a nuestro país, por varias razones, como la disminución del precio del barril de petróleo, el monto de las remesas de nuestros migrantes, el excesivo gasto público, el déficit fiscal, lo cual ha repercutido enormemente en un sector tan sensible como es la construcción.

En la actualidad, la relativa estabilidad lograda desde la dolarización del 2000 parece desequilibrarse por ciertas medidas políticas, jurídicas y económicas tomadas por el Gobierno de Rafael Correa.

La mayoría de los indicadores mostrados en este análisis presentan tendencias alcistas como: la inflación, desempleo, gasto público, delincuencia, déficit en la balanza comercial, corrupción, tasas de interés y decrecientes como: el crédito externo e interno, niveles de consumo (ventas de bienes y servicios), inversión nacional-extranjera, remesas, exportaciones, etc.

En el Ecuador existe un ambiente de inseguridad política y económica, lo cual ha frenado las inversiones a nivel nacional e internacional. La imagen de nuestro país en el ámbito mundial no es de las mejores por las relaciones que ha entablado este gobierno con países considerados extremistas como Venezuela, Irán, lo que ha traído como resultado, a más de lo acotado anteriormente que se haya incluido al Ecuador en el Informe del GAFI.

Como se indicó en este capítulo, existe un fuerte caída en el envío de las remesas, lo que ha incidido en muchos sectores, uno de ellos el de la construcción, ya que una parte de ellas se dirigía a la adquisición, mejoramiento, ampliación de bienes inmuebles, por lo cual existe desde hace algunos años una gran oferta de planes habitacionales. Inclusive algunas empresas constructoras en convenio (alianza estratégica) con algunas entidades financieras nacionales, realizan periódicamente una Feria de Vivienda en España, dirigido a nuestros migrantes; que se han visto afectadas por los efectos de la crisis mundial.

ESTUDIO DE MERCADO

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES - ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

Numerosos cambios se han generado en los últimos años para el sector de la construcción, desde aquellos originados en los efectos de la situación económica interna del país, los propios de la apertura económica y globalización, los cambios en los hábitos, conductas, necesidades y requerimientos del comprador de vivienda, hasta la nueva competencia a la que se enfrentan quienes participan del sector de la construcción. Para quienes intentan penetrar a este mercado en crecimiento con nuevas y amplias oportunidades, esto conlleva necesariamente a cambios de actitud, adopción de nuevos enfoques y afrontar nuevos retos.

Pensar que los mercados y sus clientes son estáticos ó que solamente la intuición ó el éxito en experiencias pasadas habilitan a las empresas ó profesionales para afrontar la nueva competencia, son errores comunes en los que han incurrido varios sectores de la actividad económica y en diferentes áreas de negocios y de los cuales no ha estado exento el sector de la construcción.

Por principio el mercado y el comprador son dinámicos, pero quienes muchas veces permanecen estáticos son quienes tienen la responsabilidad de proveerlos. No se puede continuar con la idea que las estrategias y las fórmulas que fueron utilizadas para conquistar los mercados de hace una década, siguen siendo la mejor opción para enfrentar los negocios en el nuevo siglo. Es el momento de considerar otros esquemas y reenfocar la actividad, con la utilización de nuevos sistemas y técnicas, que quizá en otra época no estaban a nuestra disposición ó que por la misma etapa de incipiente crecimiento en que se encontraba el desarrollo de la industria, no se contempló la necesidad de su aplicación.

Hoy en día diseñar una efectiva estrategia de mercadeo para alcanzar el éxito en los nuevos proyectos que se realicen. Es así como también se deben analizar las nuevas características, aspiraciones y conductas del comprador de vivienda, porque es allí donde se origina en gran medida el éxito ó fracaso de la

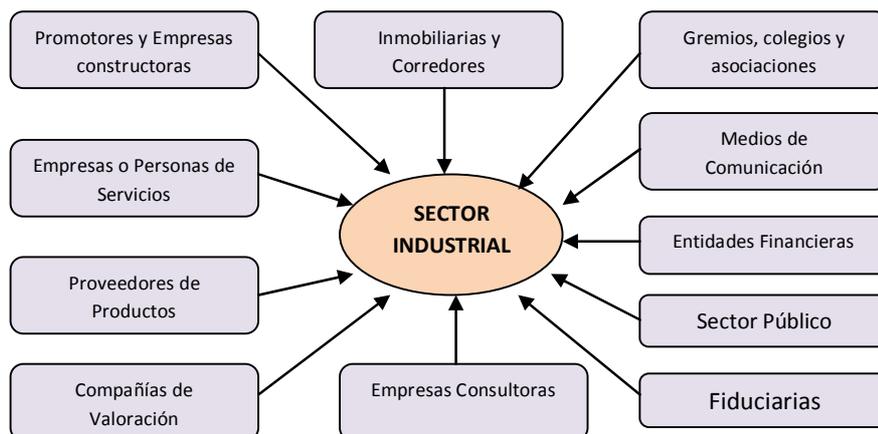
nueva oferta. Investigar las necesidades reales del cliente para dar respuestas de diseño y lograr una transposición o coincidencia entre éstas y el producto que se va a ofrecer. Evaluar la capacidad económica del mercado y fijar una estrategia de precios y condiciones comerciales que permitan ofrecer el “**mejor producto**” al “**mejor precio**” y esto no necesariamente quiere decir al “más bajo precio” sino el que mejor se ajuste al segmento objetivo seleccionado. Conocer cuáles son los motivadores de compra y la forma, el momento y la oportunidad que requieren para comprar, a fin de poder establecer una estrategia comercial adecuada que atraiga y conquiste efectivamente al cliente potencial.

Ahora bien, para competir en serio en el nuevo marco competitivo, es imperativo realizar una efectiva **Gestión Inmobiliaria**, que comprende desde la misma idea o concepto del proyecto, la selección de la ubicación, la identificación del segmento objetivo, el diseño, funcionalidad y características que debe tener el proyecto y el producto, el análisis de la competencia que puede afectar los resultados de rotación y ventas, el mejor precio y condiciones comerciales que permitan alcanzar las metas económicas propuestas, la más efectiva estrategia comercial y de ventas con el más adecuado apoyo promocional para el producto, la mejor selección, capacitación y entrenamiento de la fuerza de ventas quien es a la final la responsable de cristalizar con éxito los objetivos del proyecto.

3.1.1. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES EN EL SECTOR

Aunque siempre han participado del mercado, parte del proceso para entender los múltiples cambios que se han producido, es el intentar identificar cuáles son las fuerzas en la industria mediante la interacción, intereses y accionar de los principales actores en el sector. Es claro que no se puede continuar con una visión estrecha y pensar que la industria de la construcción y los principales competidores se circunscriben a promotores, constructores y desarrolladores de proyectos, sino que se debe entender que la industria se mueve por la interacción de múltiples fuerzas de variados grupos de actores.

GRÁFICO 3.1 Actores que participan en el Sector de la Construcción



FUENTE: Gridcon
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.2. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1. PERFIL DE LA EMPRESA

La **Empresa MC CONSTRUCTORES CIA. LTDA.**, tiene más de 13 años de experiencia en el mercado de proyectos inmobiliarios, realizados en la ciudad de Quito, su fundador es el Ing. Mauricio Cattani, graduado de Ingeniero Civil, especialidad Estructuras y Obras Civiles en la Pontificia Universidad Católica de Quito en 1994, y con un postgrado en el INCAE (Costa Rica) de Máster en Economía en el año 1996.

En MC Constructores, cada transacción inmobiliaria es manejada con una inmejorable experiencia, servicio e integridad, valor dado por un equipo experimentado, nos esforzamos por una completa satisfacción al cliente y nos dedicamos a concluir toda transacción inmobiliaria con éxito, proporcionando apoyo, asesoría, guía y atención personalizada en todo el proceso del proyecto desde la concepción inicial, pasando por las fases de planificación arquitectónica, construcción y posterior comercialización.

Cuenta con personal en el área de: Construcción, Cálculo Estructural, Correduría de Bienes Raíces, Administración de Negocios y Marketing; así

como también con un grupo selecto de asesores en las áreas de Ingeniería Civil, Arquitectura, Topografía y Derecho.

MC Constructores Cía. Ltda. está conformado por un equipo de profesionales éticos, futuristas y orientados a los resultados, con un enfoque proactivo ante los bienes raíces. Nuestros clientes tendrán la completa confianza de que están tratando con profesionales consumados en la asesoría inmobiliaria, al más alto nivel de: Calidad, Servicio, Innovación, Responsabilidad e Integridad.

MISIÓN:

Nuestra misión primordial es ofrecer a nuestros clientes e inversionistas la mejor solución posible a sus necesidades. Seguimos claros procedimientos e información y brindamos en cada uno de nuestros servicios: calidad, seguridad, integridad y responsabilidad, con el fin de satisfacer cada vez más las expectativas de nuestros clientes.

VISIÓN:

Ser la empresa de mayor credibilidad, prestigio y posicionamiento en las gestiones inmobiliarias y desarrollo de proyectos en una determinada área geográfica.

Valores de la Empresa Inmobiliaria:

- ✚ CALIDAD: basados en la excelencia y normas ISO.
- ✚ ÉTICA: respeto a las normas.
- ✚ INTEGRIDAD: apego a la moral.
- ✚ SENSIBILIDAD: valor al sentir de los demás.
- ✚ SOLIDARIDAD: identificación con otros.
- ✚ RESPETO: tolerancia a principios de otros.
- ✚ ALEGRÍA: disfrute del trabajo honesto.
- ✚ RESPONSABILIDAD SOCIAL: con acciones que benefician a la comunidad.

3.2.2. TRAYECTORIA DE LA EMPRESA MC CONSTRUCTORES

CUADRO 3.1. Trayectoria de la empresa MC

TRAYECTORIA DE LA EMPRESA			
	PROYECTOS NUEVOS	DIRECCIÓN	COSTO PROYECTO
1	EDIFICIO MARÍA GABRIELA 1500 m2 de construcción (7 septos.) 100% VENDIDO	AV. ORELLANA Y CORUNA, Marzo de 1991 - Diciembre de 1993	\$600.000,00
2	EDIFICIO BAVIERA 7900 m2 de construcción (27 septos.) 100% VENDIDO	MOSCU 506 Y CHECOESLOVAQUIA, Julio de 1995 - Diciembre de 1996	\$3.500.000,00
3	EDIFICIO BIZANCIO 2700 m2 de construcción (15 deptos.) 100% VENDIDO	MOSCU 354 Y REP. DEL SALVADOR, Junio de 1997 - Abril de 1998	\$1.080.000,00
4	EDIFICIO MONTE LIMAR I 3600 m2 de construcción (17 deptos.) 100% VENDIDO	REP. DEL SALVADOR 318 Y SUIZA, Diciembre de 1997 - Enero de 1999	\$1.500.000,00
5	CONJUNTO RESIDENCIAL ISLA DE CRETA 5700 m2 de construcción (27 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE LOS CHILLOS, Conocoto, Abdón Calderón y Pasaje B Julio de 1998 - Octubre de 1999	\$2.200.000,00
6	CONJUNTO RESIDENCIAL LOMAS DE SANTA L 500 m2 de construcción (2 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION Sta. Lucia Junio del 2000 - Febrero 2001	\$300.000,00
7	CONJUNTO RESIDENCIAL LOMAS DE SANTA L 1120 m2 de construcción (4 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION Sta. Lucia Enero 2001 - Julio 2001	\$520.000,00
8	PROYECTO FLORENCIA 350 m2 de construcción (1 casa) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION FLORENCIA(junto al Colegio Aleman) Enero 2001 - Junio 2001	\$195.000,00
9	PROYECTO LA VINA 550 m2 de construcción (1 casa) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION LA VIÑA(junto al Nacional en Tumbaco) Noviembre del 2001 - Abril 2002	\$350.000,00
10	PROYECTO SAN ISIDRO VISTA GRANDE 495 m2 de construcción (1 casa) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION SAN ISIDRO(MIRAVALLE) Noviembre del 2001 - Mayo del 2002	\$280.000,00
11	PROYECTO SAINT EMILLION 1020 m2 de construcción (6 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION SANTA LUCIA Noviembre del 2002 - Octubre 2003	\$600.000,00
12	PROYECTO CONJUNTO CAMELOT 750 m2 de construcción (3 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION SANTA LUCIA Enero del 2004 - Noviembre 2004	\$450.000,00
13	EDIFICIO TORRE PIAZZARA 6225 m2 de construcción (33 dptos.) 100% VENDIDO	REP. DEL SALVADOR 326 Y MOSCU Marzo del 2002 - Julio del 2003	\$2.850.000,00
14	EDIFICIO MONTE LIMAR II 3255 m2 de construcción (15 dptos.- 3 oficinas) 100% VENDIDO	REP. DEL SALVADOR 296 Y MOSCU Septiembre del 2003 - Julio del 2004	\$1.650.000,00
15	PROYECTO FLORENCIA II 1150 m2 de construcción (2 casas) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION FLORENCIA(junto al Colegio Aleman) Agosto 2003 - Diciembre 2003	\$380.000,00
16	PROYECTO FLORENCIA III 450 m2 de construcción (1 casa) 100% VENDIDO	VALLE DE CUMBAYA URBANIZACION FLORENCIA(junto al Colegio Aleman) Octubre 2003 - Febrero 2004	\$220.000,00
17	EDIFICIO TORRE CARIARI 6750 m2 de construcción (34 dptos.) 100% VENDIDO	REP. DEL SALVADOR 475 Y MOSCU Mayo del 2003 - Agosto del 2004	\$3.150.000,00
18	TORRES BOSMEDIANO 12800 m2 de construcción (81 dptos.) 100% VENDIDO	AV. BOSMEDIANO Y JATIVA Octubre del 2004 - Febrero del 2006	\$3.970.000,00
19	TORRES JAPON 14500 m2 de construcción (104 deptos.) 100% VENDIDO	CALLE JAPON Y AGUSTIN GUERRERO Diciembre del 2004 - Mayo del 2006	\$4.100.000,00
20	EDIFICIO TORRE CARIARI II 7373 m2 de construcción (52 deptos) 100% VENDIDO	REP. DEL SALVADOR N 34-461 Y PORTUGAL FEBRERO DEL 2005 - ABRIL DEL 2006	\$3.300.000,00
21	EDIFICIO AREZZO PLAZA 4500 m2 de construcción (34 deptos) 100% VENDIDO	HERNANDO DE LA CRUZ 458 Y ATAHUALPA JUNIO DEL 2006 . JUNIO DEL 2007	\$2.040.000,00
22	EDIFICIO MONTE BIANCO 2600 m2 de construcción (20 deptos) 100% VENDIDO	CAAMANO 235 Y SAN IGNACIO ENERO DEL 2007 . MARZO DEL 2008	\$1.300.000,00
23	EDIFICIO TAVARNELLE PLAZA 4800 m2 de construcción (30 deptos) 100% VENDIDO	SAN IGNACIO E10-06 Y SAN JAVIER ENERO DEL 2008 . MARZO DEL 2009	\$2.244.000,00

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.2.3. LOGO DE LA EMPRESA

IMAGEN 3.1. Logotipo de la empresa



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: MC Constructores

3.2.4. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Desde sus inicios, esta empresa ha fijado la meta de ofrecer productos de calidad real, servicio total y de valor agregado, integrando, bajo un mismo techo los elementos que componen un proyecto inmobiliario.

Como constante a lo largo de su trayectoria, MC Constructores, ha manejado sus proyectos desde la concepción inicial, pasando por las fases de planificación arquitectónica, construcción y posterior comercialización.

Sobre la base de los proyectos realizados, MC Constructores ha ido definiendo su producto y posicionamiento en el mercado: En su totalidad, se trata de edificios multifamiliares compuestos de residencias de lujo y de oficinas, dirigidos a un target medio-alto y alto.

El edificio **Fiorano Plaza**, es un proyecto inmobiliario que está siendo construido en el centro norte de la ciudad de Quito, a dos cuadras del Centro Comercial Quicentro Shopping, un sector comercial-financiero de alta plusvalía.

El edificio está conformado por ocho niveles y cuenta con 19 departamentos. En adición, el edificio alberga dos niveles subterráneos que acogen 22 estacionamientos y 19 bodegas y otras áreas de apoyo tales como: cuarto de basura, cuarto de generador de emergencia y cuarto de transformador, etc.

3.2.5. VISTA FRONTAL DEL EDIFICIO FIORANO Y DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

IMAGEN 3.2. Edificio Fiorano Plaza



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: MC Constructores

CUADRO 3.2. Distribución de áreas de Fiorano Plaza

EDIFICIO FIORANO PLAZA-CUADRO DE AREAS						
DEPARTAMENTOS		NUMERO	AREA (m ²)	PATIO (m ²)	AREA TOTAL (m ²)	OBSERVACIONES
1	PLANTA BAJA	1A	72.88	-	72.88	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
2		1B	65.71	10.95	76.66	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
3	2DO. PISO	2A	62.00	-	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
4		2B	53.13	-	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
5		2C	54.33	-	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
6	3ER. PISO	3A	62.00	-	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
7		3B	53.13	-	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
8		3C	54.33	-	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
9	4TO. PISO	4A	90.47	-	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
10		4B	85.77	-	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
11	5TO. PISO	5A	90.47	-	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
12		5B	85.77	-	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
13	6TO. PISO	6A	62.00	-	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
14		6B	111.72	-	111.72	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
15	7MO. PISO	7A	62.00	-	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
16		7B	53.13	-	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
17		7C	54.33	-	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
18	8VO. PISO	8A	90.47	-	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
19		8B	85.77	-	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.2.6. INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA

CUADRO 3.3. Informe de Regulación Metropolitana.

INFORME DE REGULACION METROPOLITANA	
EDIFICIO FIORANO PLAZA	
Número de Predio	19486
Clave Catastral	112061100700000000
Zonificación	A21(A608-50)
Lote Mínimo	600 m ²
Frente mínimo	15 m
Altura Máxima	24 m (8 pisos)
Retiro Frontal	5 m
Retiro Lateral	3 m
Retiro Posterior	3 m
Retiro Entre bloques	6 m
COS Total	400%
COS Planta Baja	50%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

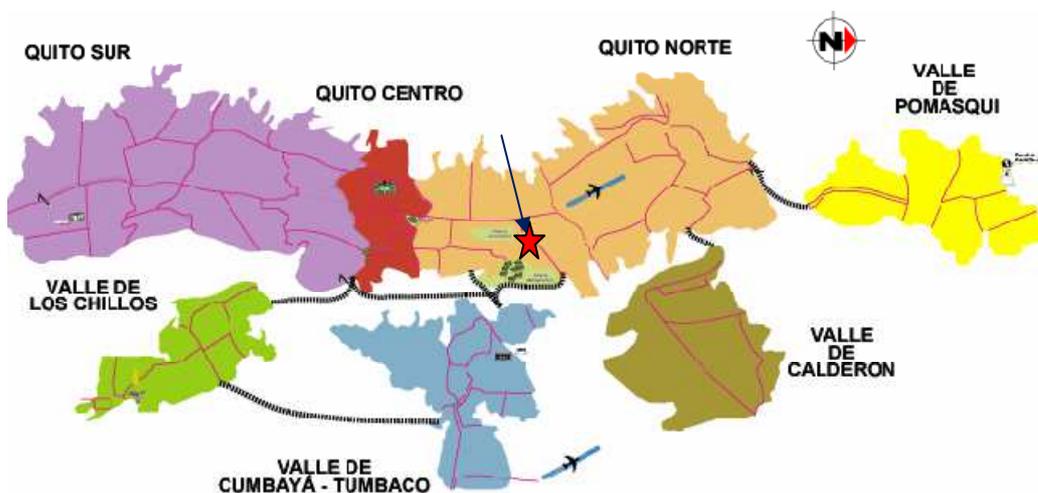
3.2.7. ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL TERRENO, VÍAS DE COMUNICACIÓN, TRANSPORTE Y SERVICIOS

El terreno donde se construye el edificio Fiorano Plaza, se emplaza en las calles: La Tierra y Av. De los Shyris (dos cuadras al norte de la Av. Naciones Unidas), teniendo además un acceso secundario por el pasaje Alcántara que a su vez se conecta con la Av. 6 de Diciembre; tiene un área de 432 m², cuyo precio según los propietarios es de \$ 200000.00.

Corresponde a una zona residencial - comercial del sector norte de la Capital, dentro del área urbana de la ciudad consolidada por viviendas unifamiliares y edificios de departamentos de hasta 10 pisos de altura dirigidos a un estrato socioeconómico medio alto y alto. En los últimos años se ha observado un paulatino reemplazo de antiguos por nuevos edificios destinados a vivienda y oficinas.

Ubicación del proyecto Fiorano Plaza dentro del mapa de la ciudad de Quito

IMAGEN 3.4. Ubicación del proyecto Fiorano Plaza



Fuente y Elaboración: I.Municipio de Quito

IMAGEN 3.5. Detalle de ubicación del proyecto



Elaboración: Marcelo Guerra A.

3.2.7.1. Servicios:

La zona dispone de todos los servicios de infraestructura básica como son redes de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, internet, tv cable, tv satelital, transporte y telefonía.

3.2.7.2. Entorno:

Sector Comercial: debido a su ubicación estratégica, este sector se caracteriza por ser un polo creciente de desarrollo de la zona norte de Quito, especialmente en lo referente a la construcción de vivienda y oficinas de alto nivel, gracias a que en su entorno se encuentran múltiples servicios como los 5 centros comerciales más importantes de la ciudad: Quicentro Shopping, Megamaxi, Centro Comercial Iñaquito, El Caracol y un poco más distantes C.Comercial El Jardín y Granados Plaza. Hoteles como: Casino Plaza Caicedo, Dann Carlton, Le Parc, Akros, Four Points Sheraton; además se encuentra a pocos minutos del Aeropuerto Mariscal Sucre.

Parques y lugares de recreación: el Estadio Olímpico Atahualpa, Parque la Carolina, Multicines, Plaza de las Américas, Plaza Deportiva Seguros Constitución, Pista de Patinaje, Super Cines, Parque Metropolitano, restaurantes y patios de comidas entre otros.

Sector Bancario y Gubernamental: esta zona es el eje financiero de la ciudad de Quito, los principales bancos, financieras, aseguradoras y algunas empresas comerciales e industriales se localizan en el sector. También en los alrededores del edificio Fiorano Plaza están ubicadas algunas entidades públicas importantes como: Ministerio del Deporte, Fiscalía General del Estado, Ministerio de Turismo, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Comercio

Exterior, Ministerio de Industrias y Competitividad, Comandancia General de la Policía, Universidad de las Américas, Universidad A. Pérez Guerrero, Unidades Educativas, Notarías, entre otras.

3.2.7.3. Malla Vial:

Vías Colindantes y anexas: Av. De los Shyris, El Telégrafo, Av. Naciones Unidas, ejes viales de importancia que sirven al tráfico de larga y mediana distancia, forman parte del sistema de vías de primer orden y sirven de articulación con otras zonas consolidadas de la ciudad y los valles de Cumbayá, Tumbaco y Los Chillos.

Vías de influencia y conexión: Av. 6 de diciembre, Av. Eloy Alfaro, Av. Amazonas, Av. Naciones Unidas, etc., importantes ejes del sistema vial metropolitano de mediano y alto flujo vehicular que sirven de comunicación con otras vías de mayor y menor jerarquía y estructuran la trama urbana básica de este sector de la ciudad.

3.2.7.4. Transporte Público:

Al estar en una ubicación estratégica, por este sector circulan la Ecovía (que se enlaza con el sistema Trolebús, por la Av. 6 de Diciembre), y numerosas líneas de transporte que se dirigen al norte, centro y sur de la ciudad, por las Avenidas de los Shyris, Amazonas y Naciones Unidas.

3.2.7.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL TERRENO / PROYECTO

3.2.7.5.1. Ventajas:

- ✓ **Equipamiento urbano completo:** Debido a su ubicación estratégica, cuenta con un vasto equipamiento urbano, como son: centros comerciales, colegios, clínicas entidades públicas y bancarias;
- ✓ **Plusvalía:** Al momento la plusvalía en el sector es buena y estable con tendencia ascendente a corto y mediano plazo;
- ✓ Se encuentra a pocos minutos del Aeropuerto Mariscal Sucre;
- ✓ **Servicios:** Infraestructura básica completa: redes de agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, internet, tv cable, tv satelital y telefonía;
- ✓ **Transporte público y malla vial completa.**

3.2.7.5.2. Desventajas:

- No es un terreno esquinero;
- No está en la calle principal (Avenida de Los Shyris);
- El sector dónde se ubica, ya no es netamente una zona residencial;
- Al ser también una zona comercial de un sector medio y alto, desafortunadamente es un foco de atracción de la delincuencia;
- Los terrenos del sector, son suelos arenosos de consistencia media (con nivel freático), lo que incrementa el costo en la fase de cimentación.

3.3. SITUACION Y UBICACIÓN

3.3.1. ASPECTOS GENERALES DE LA CIUDAD DE QUITO D.M.

Quito, Distrito Metropolitano y Capital de la República del Ecuador, es una metrópoli que día a día se construye, donde la estructura moderna se funde con la heredad mestiza y colonial, en la que residentes nacionales y visitantes extranjeros encuentran siempre un lugar para trabajar, disfrutar y recordar.

Erigida sobre las ruinas de un antiguo centro aborigen de los indios Shyris e Incas y fundada por los españoles el seis de diciembre de 1534, Quito está dividida en tres zonas definidas por su intrincada geografía y que se caracterizan por sus contrastes arquitectónicos y particularidades culturales.

En el norte se ubica el Quito moderno, donde se erigen grandes estructuras urbanas y comerciales; el centro o Quito antiguo reúne el legado colonial y artístico y ofrece un ambiente cautivador cuando se desarrollan procesiones religiosas y eventos culturales; en el sector sur se puede ubicar núcleos de expresión juvenil, que impulsan nuevas formas de cultura e interacción social. Además, Quito está atravesada de norte a sur, en el imaginario urbano, por una nueva columna vertebral que la caracteriza: el "trole" (Sistema Integrado de Transporte Trolebús) que ha modificado y agilitado todo el sistema de comunicación que tiene el distrito.

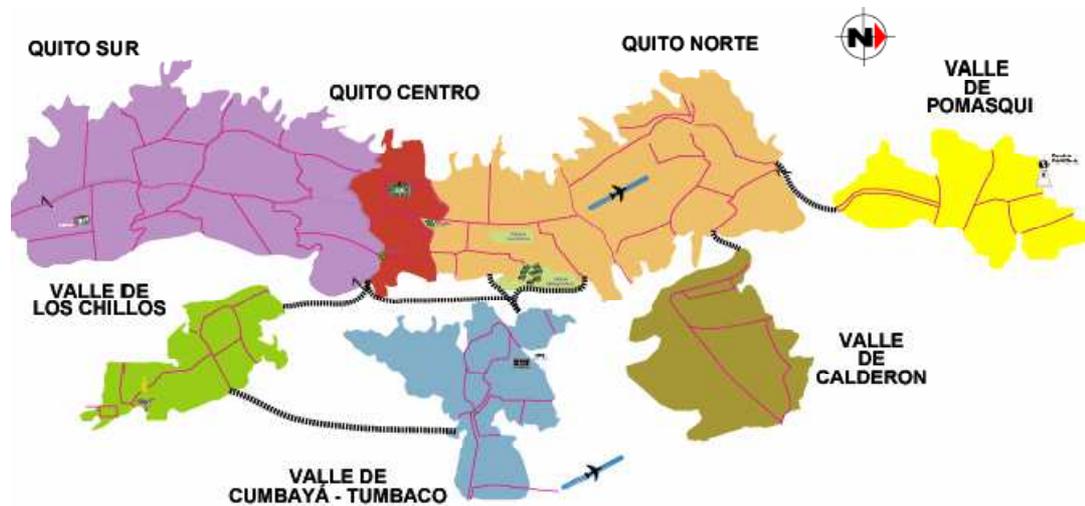
La ciudad, en los últimos años, ha estado sujeta a un gran cambio urbanístico que la extendió hacia el norte, sur, los Valles de Tumbaco (hacia el nororiente) y Los Chillos (en el sur oriente); esto ha permitido un notable crecimiento económico y poblacional que ha generado avances en la industria, economía, comercio y hotelería, pero además ha configurado nuevos actores y nuevas demandas sociales. Esto exigió del gobierno local una reorganización geográfica, administrativa y de conducción gubernamental de la ciudad. En la urbe coexisten hoy cerca de dos millones de habitantes dentro de 65 parroquias metropolitanas centrales y suburbanas, que la han elegido como su sitio de residencia, haciendo de La Carita de Dios una ciudad donde se aprecia la diversidad social que conforma el país.

3.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.4.1. IMPACTO DEL CRECIMIENTO DE LAS ZONAS EN LA CIUDAD DE QUITO

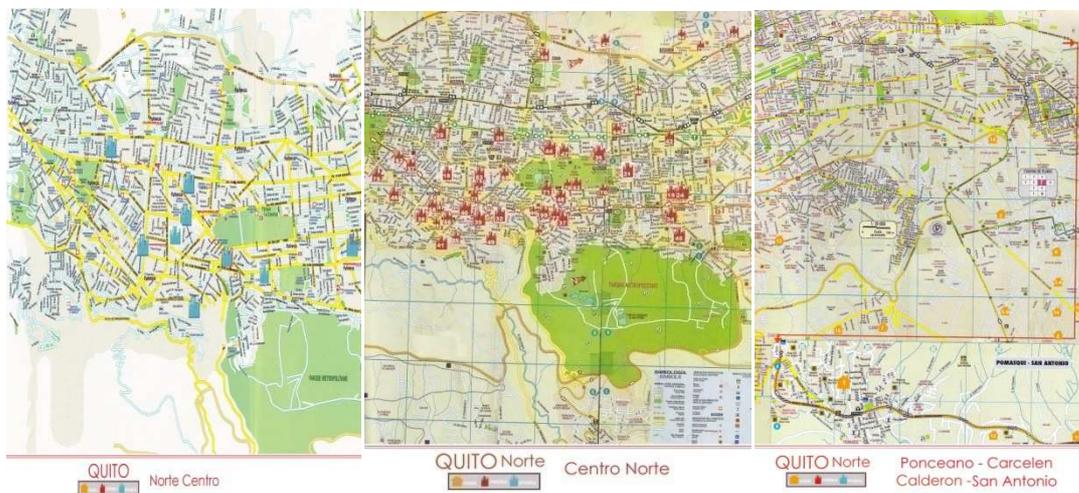
En varias conferencias realizadas en la ciudad de Quito, se han dado a conocer los resultados de varios estudios realizados por algunas consultoras especializadas, respecto del impacto de los cambios que se están produciendo en la *demografía inmobiliaria de la ciudad*. Se analizaron los efectos de estos cambios a la luz de las variaciones en las tendencias de penetración en las distintas zonas de la ciudad y, los resultados que estos producen no solamente en la *oferta inmobiliaria* sino también en la competencia. Esta situación ha llevado a una alta competencia, la cual ha sido cada vez más aguda en la conquista de la preferencia de los compradores potenciales de vivienda en los últimos 10 años, a partir de la puesta en marcha de la dolarización. Estos estudios y análisis que permanentemente se realizan nos permiten identificar cuáles son los cambios que se producen en la *orientación de la oferta*, cual es la estrategia global que se genera en la *oferta agregada* de la ciudad y la forma en que podemos interpretar y evaluar el desarrollo y crecimiento de la misma, con miras a prever en el futuro cambios o tendencias similares.

IMAGEN 3.6. Mapa del Quito Moderno



Fuente y Elaboración: I.Municipio de Quito

IMAGEN 3.7. Mapa del Quito Moderno



Fuente y Elaboración: I.Municipio de Quito

Las variaciones que se producen en el mercado y que cada vez se presentan con cambios de mayor frecuencia en las tendencias, obligan al constructor a “sintonizar con mayor fidelidad” los cambios que se están presentando en el mercado. Algunas ciudades que presentan crecimientos más estables no requieren de tanta observación y análisis como en el caso de la ciudad de

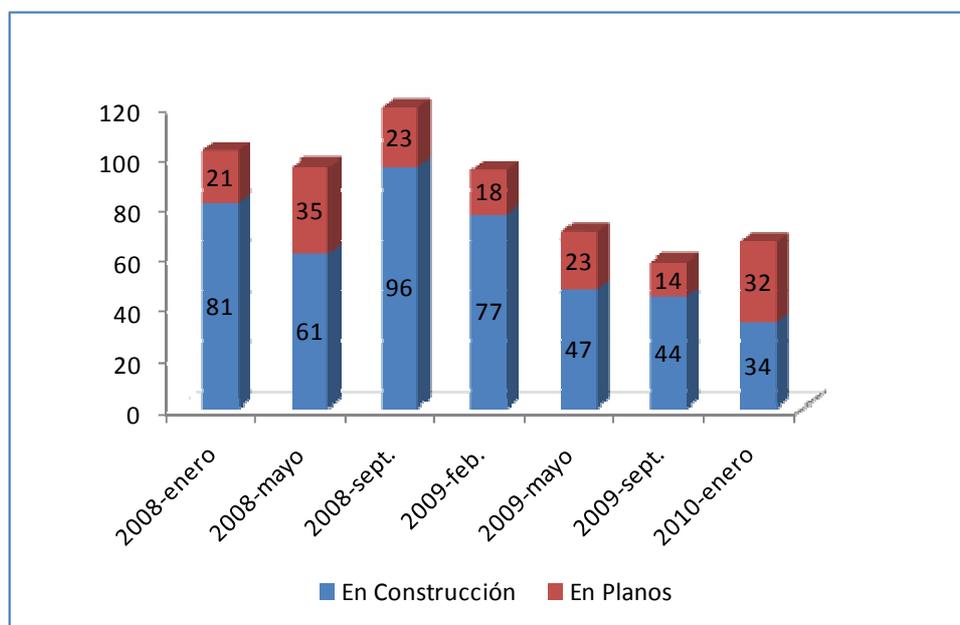
Quito, donde la oferta inmobiliaria disponible ya sobrepasa las 7 unidades por cada 1.000 habitantes, lo que hace a la acción comercial y de ventas cada vez más competitiva.

A partir del último trimestre del 2008 empieza un decrecimiento en el sector de la construcción afectado indudablemente por la crisis económica a nivel mundial que tuvo repercusión sobre la economía ecuatoriana.

Indudablemente el sector de la construcción, se vio duramente afectado en el año 2009. Dos años atrás el segmento creció 10% y en 2008 tuvo un despunte del 13%. Sin embargo, en el primer semestre del año 2009 las cifras no fueron alentadoras, ya que mostró una reducción del 6,5% en el 2009.

Por ejemplo en la ciudad de Quito se evidencia que después de un crecimiento constante y sostenido de la creación de proyectos nuevos de vivienda desde enero del 2008 hasta enero del 2010; se empieza a detectar un decrecimiento, comparando los dos periodos existe una reducción del 36%. Comparando septiembre del 2009 con enero del 2010 se observa un crecimiento paulatino.

GRÁFICO 3.2. Evolución de número de proyectos nuevos, comparativo 2008-2009 y 2010



Total 102 96 119 95 70 58 66

FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Entre enero del 2008 y enero del año 2010, existe un decrecimiento de **-36%**, en la construcción de proyectos nuevos.

La oferta disponible de proyectos inmobiliarios en el año 2008 fue de 14.162 unidades, unidades nuevas 13.714 ,en el año 2009 existieron 14.183 unidades totales en la oferta de las cuales 5550 unidades fueron nuevas , es decir existió menos inversión , una reducción del 60% .

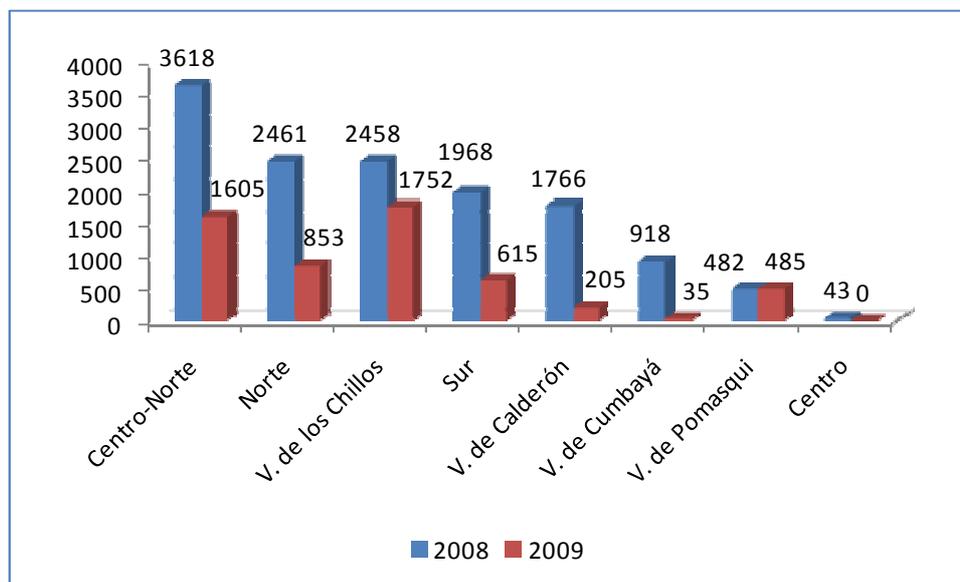
CUADRO 3.3. Evolución de la Oferta por zonas comparativo 2008-2009

AÑO 2008			
ZONA	Unidades Disponibles	Unidades nuevas	Unidades vendidas
Norte	3239	2461	2805
Centro Norte	3013	3618	2589
Centro	74	43	53
Sur	2765	1968	1735
V. de Cumbayá	944	482	720
V. de los Chillos	1974	2458	1736
V. de Calderón	1295	1766	1323
V. de Pomasqui	858	918	981
TOTAL	14162	13714	11942

AÑO 2009			
ZONA	Unidades Disponibles	Unidades nuevas	Unidades vendidas
Norte	2753	853	1533
Centro Norte	3383	1605	2858
Centro	64	0	20
Sur	2379	615	1358
V. de Cumbayá	546	485	451
V. de los Chillos	2650	1752	2603
V. de Calderón	1680	205	872
V. de Pomasqui	728	35	368
TOTAL	14183	5550	10063

FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 3.3. Total de Unidades Nuevas



FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

CUADRO 3.4. Variación Anual de Unidades de Vivienda 2008-2009

VARIACION ANUAL DE UNIDADES DE VIVIENDA 2008-2009								
	Norte	Centro Norte	Centro	Sur	V. de Cumbayá	V. de los Chillos	V. de Calderón	V. de Pomasqui
VARIACION ANUAL	-2013	-1608	-706	-1353	-1561	-883	3	-43
POCENTAJE	-56%	-65%	-29%	-69%	-88%	-96%	1%	-100%

FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En todos los sectores de la ciudad de Quito se observa que existe una disminución en la oferta, comprando con el año 2008. El único sector que prácticamente se ha mantenido es el Valle de Cumbayá.

Es importante señalar que en mercado existe una sobreoferta de proyectos y muchos de estos no están destinados a satisfacer la demanda, por esta razón no se venden.

Para este año el sector de la Construcción se está dinamizando y se prevé un crecimiento, esto gracias al aporte por parte del Gobierno con varias alternativas de financiamiento como con el IESS, MIDUVI, Banco del Pacifico, así mismo con infraestructura por parte del sector público como privado.

El sector de la construcción tiene barreras de entrada, dando lugar a que el mercado sea prácticamente oligopólico, este sector produce bienes durables y así como dinamiza la economía también en una recesión es el primer sector afectado, de igual forma depende de las regulaciones por parte del Gobierno

3.4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA EN LA CIUDAD DE QUITO

Como se anotó anteriormente, la variación del precio promedio del metro cuadrado demuestra un alza aproximada de un 8% en este último período. El sector sur de la ciudad es el que evidencia un incremento mayor, mientras que sectores como el Centro y el valle de Calderón revelan incrementos menores.

La tendencia de la *oferta de vivienda* se concentra mayoritariamente en los sectores norte y sur de la ciudad; se puede determinar también que existe una disminución de oferta en el sur con respecto a años anteriores, y un crecimiento ligeramente mayor de la misma en el norte, con respecto a similares períodos.

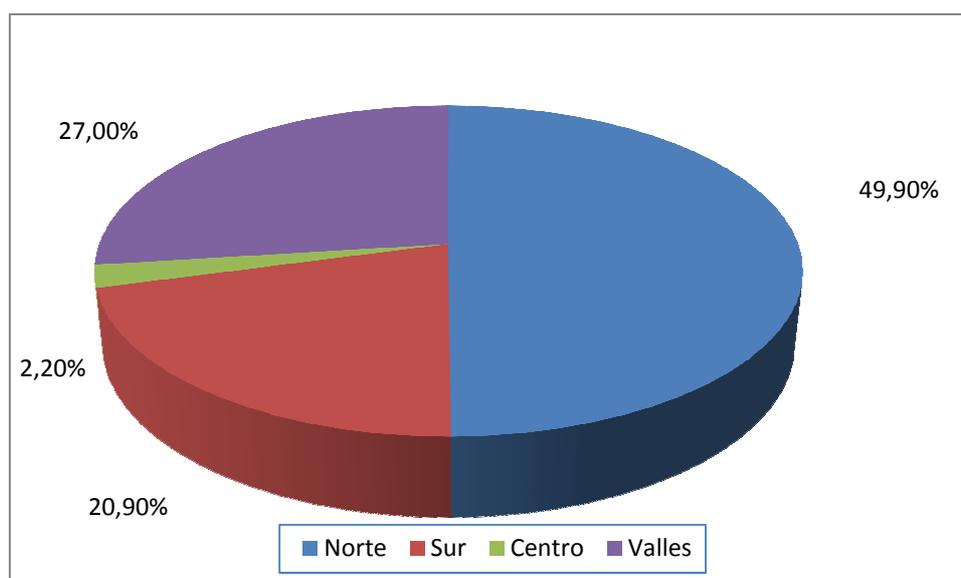
Los análisis muestran también el interés del comprador en adquirir viviendas unifamiliares más que departamentos.

Sin embargo, esta tendencia bien puede cambiar a futuro por la proliferación de edificaciones para departamentos, por la falta de espacios disponibles en la ciudad. En este sentido, los datos revelan que de **la oferta actual** disponible en la ciudad, un 56.64% corresponde a viviendas unifamiliares y un 47.36% a departamentos.

Finalmente, resulta interesante comparar las variables de la oferta disponible. La oferta actual disponible ha disminuido de 11942 unidades al 2008, a 10063 en el año 2009.

Entre todos los sectores de Quito, el norte de la ciudad tiene las preferencias del 49,90% del nivel socio económico (NSE) medio alto y alto, como sector para su nueva vivienda.

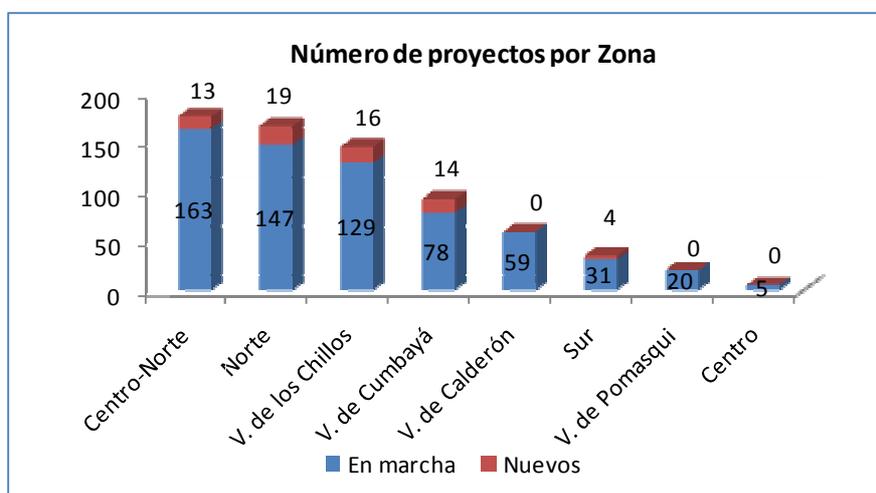
GRÁFICO 3.4. Preferencias del nivel medio alto y alto para nueva vivienda.



FUENTE: Investigación Realizada
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Para entender el comportamiento de la oferta se realizó un análisis de la oferta en la ciudad de Quito y los Valles, el estudio fue realizado por Market Watch.

GRÁFICO 3.5. Oferta actual de proyecto a abril del 2010

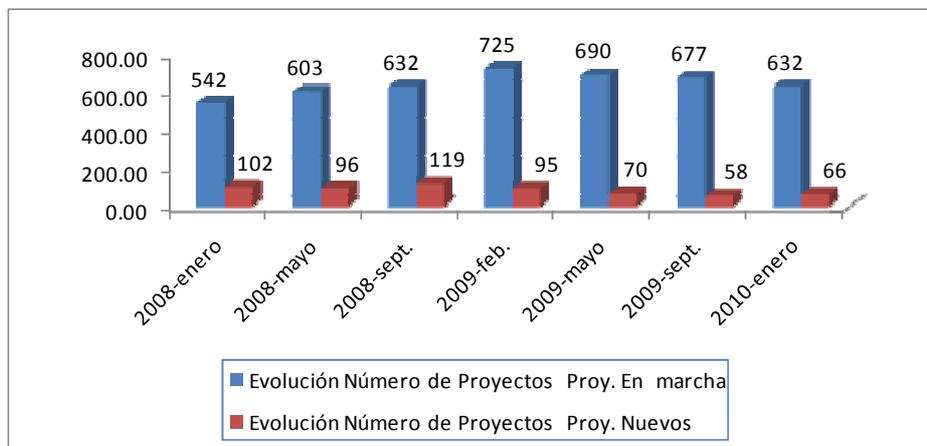


FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

La oferta actual incluye 698 proyectos que ofrecen vivienda de primer uso, 632 proyectos en marcha más 66 proyectos nuevos. Todos los proyectos analizados tienen unidades disponibles para la venta. Los proyectos pueden estar en planos, construcción o terminados.

3.4.2.1. EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS POR MEDICIÓN 2008-2010

GRÁFICO 3.6. Evolución número de proyectos



FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el 2008 se crearon 310 nuevos proyectos. En el 2009 se crearon 194 nuevos proyectos.

48% de los proyectos creados en la última medición se encuentran en planos. El 52% ya han iniciado construcción. Proyectos detenidos o cancelados: año 2008: 37 y año 2009: 33.

3.4.2.2. EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS NUEVOS

GRÁFICO 3.7. Estado de Proyectos.

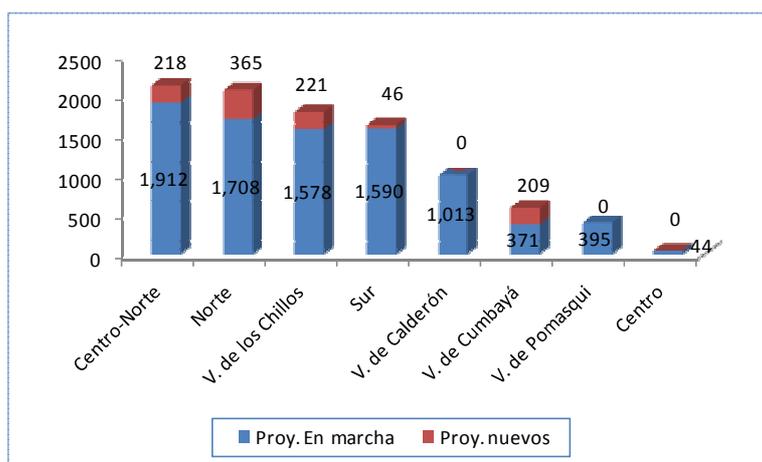


FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Proyectos en construcción incluyen distintas etapas de construcción, excavación, obra gris, acabados, terminados

3.4.2.3. OFERTA EN UNIDADES

GRÁFICO3.8. Oferta actual de unidades de vivienda



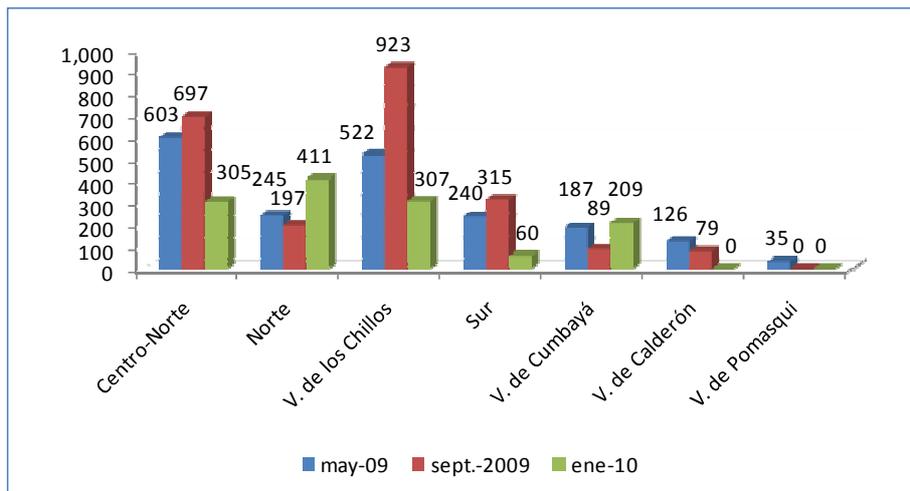
FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

A enero del 2010 se registran 9670 unidades de vivienda disponibles. El stock se conforma de 8611 unidades disponibles en Proyectos en marcha más 1059 unidades disponibles en proyectos nuevos. Las unidades pueden estar en planos, construcción o terminadas.

3.4.2.4. TOTAL DE UNIDADES NUEVAS

Con respecto al resto de zonas en el Valle de Los Chillos se observa un decrecimiento menor de la oferta -29%

GRÁFICO3.9. Número de unidades creadas en cada zona



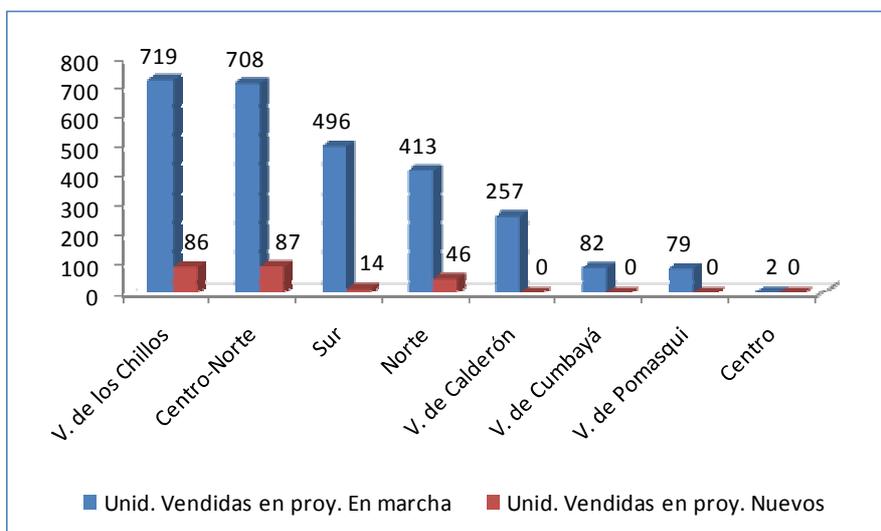
FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Total Unidades Nuevas por Medición: (Mayo 09); 1958 unidades; (Sep 09) 2300 unidades; (Ene 10) 1292 unidades.

3.4.2.5. UNIDADES VENDIDAS ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010.

GRÁFICO3.10. Unidades vendidas de vivienda



FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

2989 unidades se vendieron en el último cuatrimestre del año 2009, de éstas 2756 de proyectos en marcha más 233 de proyectos nuevos.

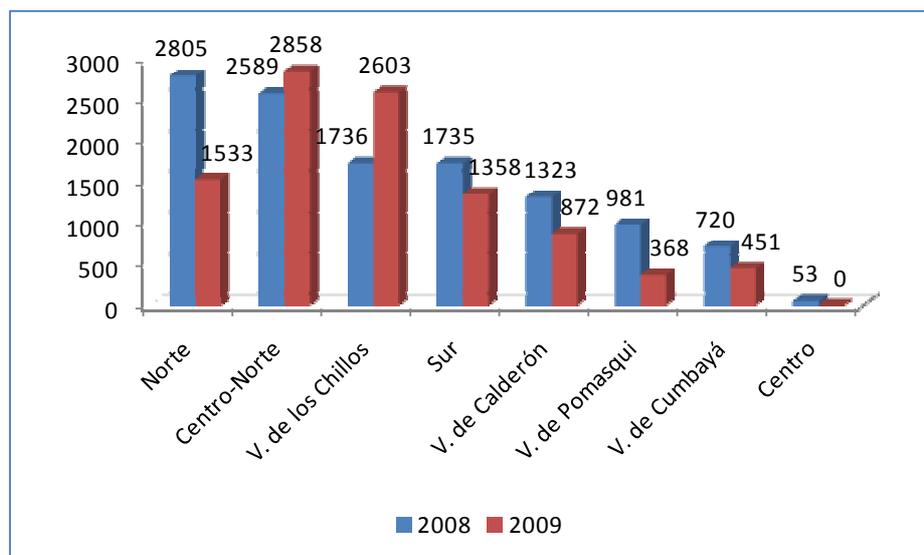
El número de unidades vendidas en el Valle de Los Chillos en proyectos nuevos se destaca con respecto a otras zonas.

CUADRO 3.5. UNIDADES VENDIDAS EN LA ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010. Solo Proyectos Nuevos

Rango de Precio	Unidades Nuevas	Unidades Vendidas	Unidades Vendidas por Zona			
			Valle de los Chillos	Centro Norte	Sur	Norte
De \$20000 a \$35000	60	0	0	0	0	0
De \$35000 a \$50000	189	53	2	45	0	6
De \$50000 a \$75000	345	55	0	20	14	21
De \$75000 a \$90000	228	35	32	0	0	3
De \$90000 a \$105000	364	59	52	0	0	7
De \$105000 a \$120000	42	22	0	22	0	0
De \$120000 a \$150000	45	9	0	0	0	9
De \$150000 a \$200000	17	0	0	0	0	0
Mas de \$200000	2	0	0	0	0	0
	1292	233	86	87	14	46

FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 3.11. TOTAL UNIDADES VENDIDAS 2008- 2009

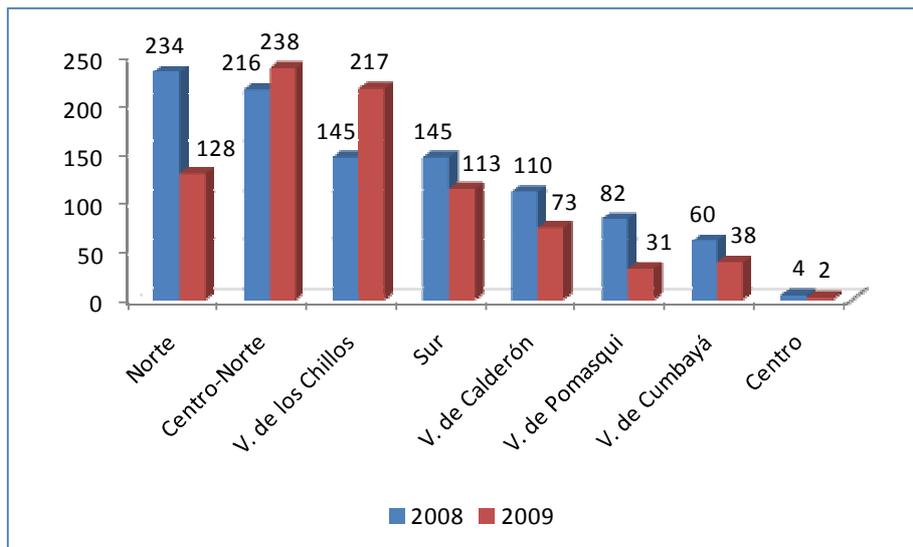


FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el 2008 se vendieron 11942 unidades; y en el año 2009 se vendieron 10063 unidades.

En el Valle de los Chillos se ha incrementado el número de unidades vendidas si se compara con el año 2008.

GRÁFICO 3.12. Promedio unidades vendidas por mes

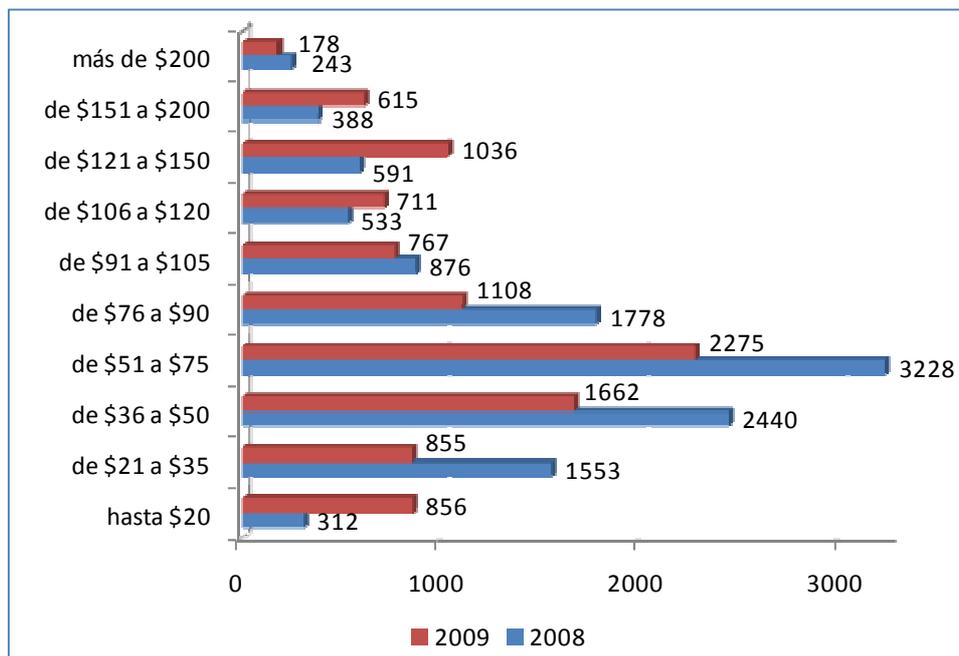


FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el 2008 el promedio de unidades vendidas por mes fue 995. En el 2009 el promedio fue 839 unidades por mes

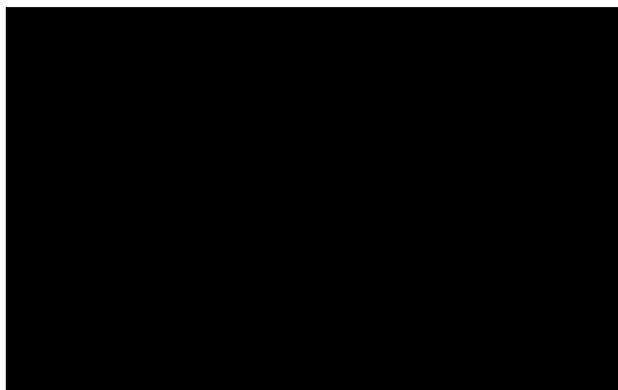
GRÁFICO 3.13. Total unidades vendidas por rango de precios 2008-2009



FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Base Total: 2008: 11942 Unidades, 2009: 10063 Unidades; Incluye unidades en proyectos en marcha y nuevos.

CUADRO 3.6. Precio promedio y total por m² (los precios incluyen acabados)

FUENTE: Market Watch
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.4.2.6. COMPETENCIA EN EL SECTOR INMOBILIARIO

La competencia directa entre constructores ha aumentado significativamente con el ingreso al mercado de nuevos actores y con los nuevos proyectos, que han incrementado la competencia inmobiliaria. Como el sector de la construcción ha sido muy dinámico en los últimos años y ha existido una buena absorción en el mercado, esto ha traído como consecuencia el ingreso al sector de algunos oportunistas de negocios, que ven una alternativa interesante en esta industria. Muchos de estos “paracaidistas de la construcción”, por su desconocimiento del mercado y su visión de negocio inmediato, causan traumas y desequilibrios y en el corto plazo pueden deteriorar las condiciones del mercado. Para 1997 había en oferta 209 proyectos y ya sobrepasaban los 500 para el año 2003, y para el 2009 se tiene alrededor de 735, y para el 2010 se proyectan cerca de 700.

3.4.2.7. MERCADO DE COMPRADORES

La mayor oferta inmobiliaria que se ha producido, permite un abanico más amplio de alternativas de vivienda para el cliente potencial, lo que cambia las reglas de juego en el mercado. El cambio de un mercado de vendedores con pocos constructores, ofertas limitadas y poca variedad de productos, han dado

paso actualmente a un mercado de compradores, lo que obliga al constructor a realizar cambios para que sus ofertas se ajusten a las necesidades y requerimientos del comprador. Cuando en el año 1997 existía una oferta disponible de 5.193 unidades, para el año 2003 esta oferta para el mercado había aumentado a 7.520 y para el año 2010 bordea las 9670 unidades.

3.4.2.8. PROVEEDORES QUE INGRESAN AL MERCADO

El crecimiento del sector de la construcción (PIB nacional del sector), ha sido un atractivo para que nuevos competidores ingresen al negocio inmobiliario, pasando de proveedores de productos o servicios de la industria a constructores de vivienda, situación que ocurre cuando el atractivo del mercado es tal, que a dichas empresas les conviene estratégicamente ampliar su radio de acción, mediante crecimiento por integración hacia adelante.

3.4.2.9. CONSTRUCTORES COMO NUEVOS VENDEDORES INMOBILIARIOS

Los antiguos y nuevos constructores que han ingresado al negocio, han recurrido a conseguir vendedores propios lo que aumenta la presión competitiva en el sector, genera competencia para las inmobiliarias pero elimina para estos constructores la posibilidad de aprovechar economías de escala y aumentar la rotación de ventas.

3.4.2.10. INGRESO DE COMPETENCIA EXTERNA

La situación económica de países vecinos o del área andina, ha generado el ingreso de promotores y constructores de otros países, en busca de oportunidades de inversión o alianzas estratégicas para invertir o desarrollar nuevos proyectos en el Ecuador. El atractivo crecimiento en la industria, particularmente en la ciudad de Quito, la desaceleración de sus mercados

domésticos de origen y la relativa afinidad entre los mercados respecto a idioma, hábitos, conductas y costumbres, además de la importación de tecnología constructiva ha sido un imán para que principalmente constructores chilenos, colombianos y españoles ingresen al mercado mediante asociaciones con empresas nacionales.

3.4.2.11. MAYOR INVERSIÓN PUBLICITARIA Y PROMOCIONAL

A partir del año 2000 los constructores han aumentado sustancialmente la inversión publicitaria y el bombardeo promocional en apoyo a la venta de proyectos inmobiliarios, mediante la utilización de medios tradicionales a pesar de sus altos costos; sin embargo, los constructores tienen muy buenos resultados con la aplicación de acciones de mercadeo directo integral, mediante una estrategia racional de mezcla de medios publicitarios entre los tradicionales y las revistas especializadas en oferta inmobiliaria, correo directo, vallas, señalización, correo electrónico, páginas web, distribución de hojas volantes, telemercadeo, presentaciones a grupos especiales, cócteles y ferias, entre otros; lo que ha requerido de una mayor creatividad y competitividad de las áreas de mercadeo y ventas de los equipos comerciales.

3.4.2.12. NUEVOS ACTORES EN FINANCIAMIENTO HIPOTECARIO

Después de la crisis financiera y de la desaparición de importantes Bancos y Financieras, algunas entidades tradicionales que otorgaban crédito hipotecario se han fortalecido, otras han ampliado su cobertura y sus mercados, algunas han aumentado los plazos de los créditos hipotecarios, se ha producido una disminución en las altas tasas de interés, se ha ampliado el financiamiento a otras categorías inmobiliarias como terrenos y oficinas, y nuevas entidades han ingresado aumentando la oferta de crédito hipotecario y apalancando el crecimiento del sector.

3.4.2.13. GLOBALIZACIÓN PARA NUEVOS MATERIALES Y SISTEMAS CONSTRUCTIVOS

La apertura económica ha brindado la posibilidad de conseguir nuevos materiales, precios competitivos en productos para la construcción, así como sistemas constructivos alternos que permiten precios de venta de la vivienda más accesibles para el comprador. Países como Chile y Colombia mediante fondos especiales para promoción de sus exportaciones están permitiendo el ingreso al país de nuevas alternativas a precios muy competitivos que favorecen los precios de la vivienda. Sin embargo, es de anotar que el efecto de precios de algunos de los productos importados, particularmente el hierro, afecta en contrapartida aumentando los costos de construcción de nuevos proyectos.¹⁰

3.4.3. COMPOSICIÓN DE MERCADO

De la investigación realizada, en el sector del proyecto Fiorano Plaza, se ofrecen algunos proyectos inmobiliarios, con similares características. En su totalidad, se trata de edificios multifamiliares compuestos de residencias de lujo y de oficinas, dirigidos a un target medio-alto y alto; esto indica que ya existe una sobreoferta.

Solamente para nuestro tipo de producto, se han identificado 5 proyectos que están en ejecución (de los cuales se ha podido recabar cierta información), cuyas características, ubicaciones, ventajas y estrategias, se expondrán a continuación.

¹⁰ (Resumen de investigación inmobiliaria 2003-2004, "Cambios en la fisonomía del sector inmobiliario" Gridcon Consultores – Ernesto Gamboa, 10/2004).

IMAGEN 3.8. Metro Plaza



IMAGEN 3.9. Moravia



IMAGEN 3.10. Plaza Arts



IMAGEN 3.11. Livorno



IMAGEN 3.12. Mansión Suiza



Son proyectos con una mayor inversión y área de construcción, pero la infraestructura, el planteamiento y diseño arquitectónico de los edificios, plantea una distribución interior muy funcional y análoga entre sí, además de los acabados y equipamiento, porque van dirigidos al mismo target.

3.4.4. COMPOSICIÓN DE PRODUCTO

En su totalidad, todos los edificios se componen de una variedad de productos. Todos los proyectos ofrecen una gama de unidades de 1, 2 y 3 dormitorios y suites. Como demuestra en el CUADRO, la mayoría de proyectos pone mayor énfasis en las unidades que cuentan con 2 y 3 dormitorios. Disponen de servicios comunales y equipamiento similar como:

- Ascensor
- Salón comunal
- Terraza comunal con área de B.B.Q.
- Sistemas automatizados de control y seguridad

3.4.5. ESTRUCTURA DE COSTOS Y PRECIOS

Los precios de venta fluctúan según el tipo de unidad y proyecto. Los precios/m² se ubican entre los 1.100 y 1.500 US\$/m². Los valores más altos se registran en los proyectos de los Conjuntos Mansión Suiza y Moravia ubicados en el sector de la Av. República del Salvador.

CUADRO 3.8. Costos y Precios de proyectos de la competencia

Proyectos de la Competencia					
Metro Plaza	INVERSION TOTAL	11,022,778.50		VENTAS	11,937,286.15
	TERRENO	1,750,000	16%	VENTAS/m ²	1362.02
	COSTO DIRECTO	6,160,162.30	56%		
	COSTO INDIRECTO	3,112,616.20	28%		
Moravia	INVERSION TOTAL	\$ 3,510,000.00		VENTAS	3,820,000.00
	TERRENO	\$ 620,000.00	18%	VENTAS \$/m ²	1466.84
	COSTO DIRECTO	\$ 2,050,000.00	58%		
	COSTO INDIRECTO	\$ 840,000.00	24%		
Plaza Arts	INVERSION TOTAL	\$ 5,588,036.00		VENTAS	5,856,542.10
	TERRENO	\$ 964,000.00	17%	VENTAS \$/m ²	1441.79
	COSTO DIRECTO	\$ 3,151,471.44	56%		
	COSTO INDIRECTO	\$ 1,472,564.56	26%		
Livorno	INVERSION TOTAL	\$ 4,395,000.00		VENTAS	4,795,000.00
	TERRENO	\$ 720,000.00	16%	VENTAS \$/m ²	1381.05
	COSTO DIRECTO	\$ 2,750,000.00	63%		
	COSTO INDIRECTO	\$ 925,000.00	21%		
Mansión Suiza	INVERSION TOTAL	\$ 4,805,000.00		VENTAS	5,285,000.00
	TERRENO	\$ 865,000.00	18%	VENTAS \$/m ²	1463.99
	COSTO DIRECTO	\$ 2,915,000.00	61%		
	COSTO INDIRECTO	\$ 1,025,000.00	21%		
				PROMEDIO VENTAS/m ²	1423.14
FIORANO PLAZA	INVERSION TOTAL	\$ 1,395,134.00		VENTAS	1,619,292.00
	TERRENO	\$ 200,000.00	14%	VENTAS \$/m ²	1200.000
	COSTO DIRECTO	\$ 889,397.00	64%		
	COSTO INDIRECTO	\$ 305,737.00	22%		

FUENTE: Market Watch

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5. ANÁLISIS DEMANDA

Quienes han participado en el sector inmobiliario y de la construcción en los últimos 15 a 20 años, habrán podido notar y seguir con detenimiento los cambios que se han producido en el mercado y que directamente afectan al *comprador y los resultados comerciales*, si no se los tiene claramente

identificados y además no se toman las medidas para ajustar las estrategias a las nuevas condiciones.

El dinamismo del sector de la construcción ha contribuido al crecimiento y desarrollo de grandes proyectos inmobiliarios; logrando satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano que es la vivienda.

La vivienda nueva continuará en el mediano plazo, como el mercado más atractivo por su tamaño (m²) y por su tasa de crecimiento sostenido. Para las otras categorías inmobiliarias de oficinas, locales comerciales y proyectos de urbanizaciones, las tasas de crecimiento se mantienen también positivas, aunque los tamaños de mercado difieren, marcando atractivos diferentes para cada una de ellas.

El aprovechamiento de estos mercados por parte de los promotores y constructores, ha variado por períodos de tiempo y en ciclos específicos. A finales de los años 90's existían solamente 2 mercados muy dinámicos: 1º. Concentración de proyectos orientados a vivienda en 2 frentes: departamentos en el casco de la ciudad y penetración de vivienda unifamiliar en los 4 valles aledaños y, 2º.- Venta de terrenos en urbanizaciones, principalmente en los Valles de Tumbado, Pomasqui, Los Chillos y el Sur de la ciudad.”¹¹

Desde la dolarización de la economía (año 2000) existió una baja en los niveles de inflación , una disminución en las tasas de interés , además una mayor apertura de la banca para otorgar créditos hipotecarios , entre otros , estos fueron factores que impulsaron un crecimiento en la oferta inmobiliaria y un crecimiento de la demanda , dado de igual manera por las condiciones atractivas que ofrecía el mercado , logrando que el comprador alcanzara una mayor capacidad de compra ; recuperando las pérdidas y la incertidumbre que existió con el cambio a la dolarización.

El mercado empezó a ofrecer viviendas de mayor valor, lo que llevó a desplazamientos positivos de la demanda hacia viviendas de mayores precios.

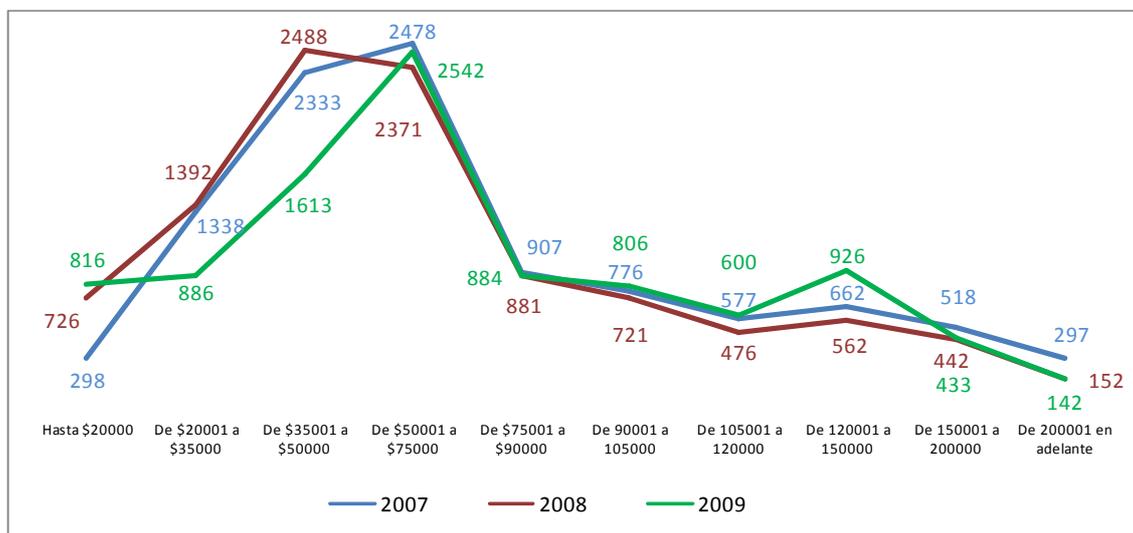
¹¹ <http://ernestogamboa.com/tendenciasjulio07.pdf>

El mercado inmobiliario presentó un desarrollo y crecimiento hacia los Valles lo cual contribuyó para que los compradores dispongan de algunas alternativas al momento de escoger su vivienda y poder acceder a una mejor calidad de vida.

La demanda total ha experimentado gran crecimiento, sobre todo en la población de niveles económicos medio y medio bajo¹²

La tendencia de los años 2007 y 2008, donde el mercado demanda mayor número de viviendas en los rangos de precios de \$35.000 a \$75.000 se reduce su rango en el 2009, donde la preferencia va hacia viviendas de un costo de \$50.000 a \$75.000 (Anexo 2). Con la misma tendencia del 2009 para el 2010.

GRÁFICO 3.14. Demanda de Vivienda de acuerdo a los precios: Años 2007-2008 Y 2009.



Fuente: Market Watch

En el CUADRO obviamente se evidencia las unidades vendidas pero sobre lo que se oferta en el mercado, es decir se verifica que en el mercado no existe una oferta de proyectos destinados al segmento medio bajo, es decir que representa una oportunidad para los inversionistas y promotores, quienes deben crear estrategias y mecanismos que permitan satisfacer a esta demanda insatisfecha.

¹² Revista Ekos (Economía y Negocios)

3.5.1. CAMBIOS EN LOS HÁBITOS Y CONDUCTA DEL COMPRADOR POTENCIAL

Los factores socioeconómicos, demográficos y sociales, las comunicaciones, la televisión, el internet, los valores, las aspiraciones del comprador, la pérdida de poder de compra, la búsqueda de una mejor calidad de vida, han producido cambios en los factores sicográficos y conductuales del comprador que afectan al mercado inmobiliario, lo que ha producido cambios en el tamaño de la familia, las preferencias por determinado tipo de vivienda, los lugares preferidos para vivir, las preferencias en el perfil de los proyectos, los factores y cualidades de la próxima vivienda, entre otros.



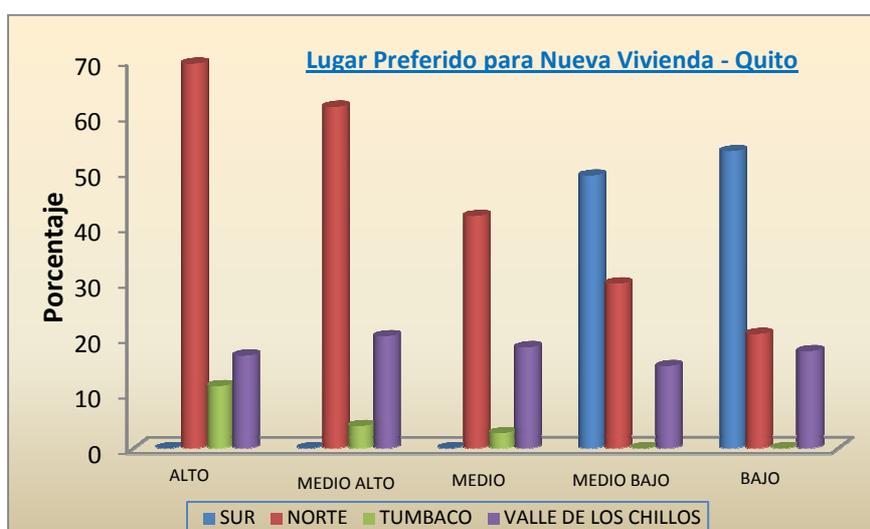
CUADRO 3.9. Sectores Preferidos de vivienda en Pichincha

SECTORES PREFERIDOS DE VIVIENDA				
NIVEL/SECTOR	SUR	NORTE	TUMBACO	V. DE LOS CHILLOS
ALTO	0.00	69.40	11.20	16.70
MEDIO ALTO	0.00	61.60	4.00	20.20
MEDIO	0.00	41.90	2.70	18.20
MEDIO BAJO	49.20	29.70	0.00	14.80
BAJO	53.60	20.60	0.00	17.50

FUENTE: Gridcon

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

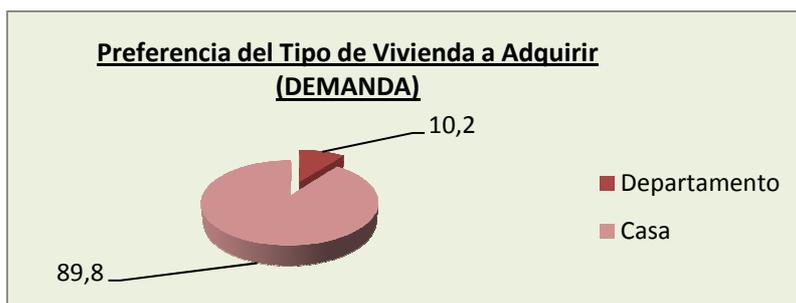
GRÁFICO 3.15. Lugares preferidos para nueva vivienda



FUENTE: Gridcon

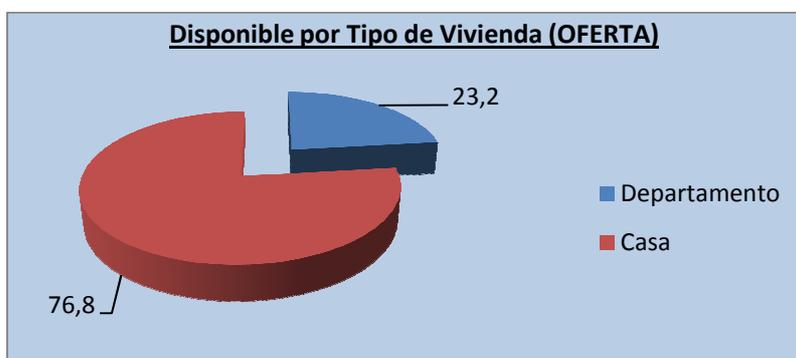
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 3.16. Demanda de Vivienda - Quito



FUENTE: Gridcon
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 3.17. Oferta Disponible por tipo de vivienda - Quito



FUENTE: Gridcon
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.2. DATOS DE DEMANDA INMOBILIARIA

La **Demanda Potencial Calificada Total (D.P.C.T.)** en la ciudad de Quito representa 24.154 hogares para el espectro de tiempo de 3 años, cifra que incluye a los interesados en adquirir vivienda al contado (7.208) y a crédito (16.946).

D.P.C.T. clasificada por rango de precios

El comportamiento se asemeja a una curva en forma de campana, con un importante volumen en los rangos de precio bajo y una tendencia asintótica para el intervalo superior. Su mayor tamaño se encuentra concentrado en los

rangos de precio entre USD 17.501 y USD 35.500, donde se concentra la mayor demanda por vivienda. El 80% de los hogares demandantes de vivienda lo hacen para viviendas de menos de USD 35.500. En los niveles de precio superiores a los USD 120.000 la demanda por vivienda es baja.¹³

GRÁFICO 3.18. Demanda por rango de precios - Quito



FUENTE: Gridcon

Nota: No se considera demanda con Bono de Vivienda en rangos hasta US\$8,000.

GRÁFICO 3.19. Demanda potencial calificada - Quito



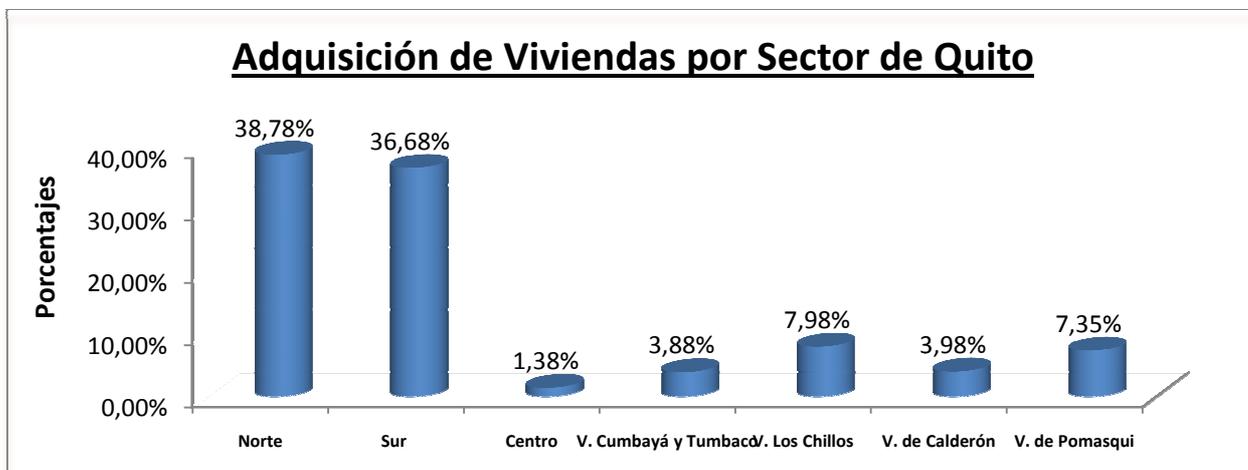
FUENTE: Gridcon

La Absorción se entiende como la adquisición de vivienda. De las nuevas investigaciones realizadas, se desprende que la absorción actual para la ciudad

¹³ Gridcon Consultores

de Quito es de 602 unidades por mes, siendo los sectores norte y sur de la ciudad los de mayor absorción, tal como se ilustra en la siguiente gráfica:

GRÁFICO 3.20. Adquisición de viviendas por sector



FUENTE: Gridcon
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.2.1. MIGRACIÓN

La fuerte ola migratoria registrada en los últimos años y la generada en épocas anteriores ha provocado un aumento en los ingresos por dólares al país (más de 1,5 millones de dólares), como una fuente importante de recursos que ha fortalecido la demanda para el sector inmobiliario en los últimos años. La primera “ola migratoria” cuyo origen se generó mayoritariamente de la sierra ecuatoriana y parte de la costa, tuvo como destino final predominantemente los Estados Unidos.

3.5.2.2. CAMBIO MIGRATORIO INTERURBANO

En los últimos años se ha acrecentado la migración habitacional entre y hacia sectores aledaños al casco urbano de la ciudad de Quito, con preferencia hacia los 4 valles (en menor cantidad a Pomasqui). La respuesta de los constructores hacia los altos costos de la tierra en la capital en la última mitad de la década anterior, la preferencia hacia vivienda unifamiliar (casas) y la

búsqueda de alternativas para una mayor calidad de vida, originaron un crecimiento explosivo de la oferta hacia los valles, preferencialmente Calderón y los Chillos en primera instancia, para luego extenderse a Tumbaco - Cumbayá y Pomasqui.

3.5.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL COMPRADOR

Cada día los potenciales compradores de vivienda adquieren un mayor poder de negociación frente al vendedor inmobiliario, en virtud de una oferta más amplia y variada, mayor información, alternativas en fuentes de financiamiento y de recursos económicos, mayores niveles de información por nuevos medios de promoción, ferias y eventos, mayor inversión en publicidad, agresivas estrategias comerciales de los constructores, en su deseo de capturar una mayor tajada del mercado. El efecto es que el comprador tiene mayores elementos de juicio para evaluar su próxima compra, puede seleccionar y además imponer, si así lo podemos decir, unas condiciones de precio, plazo y beneficios adicionales, mayores que los que podía obtener años atrás.

3.5.3.1. MAYORES FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL COMPRADOR

El comprador de vivienda en los últimos años, cuenta con más variadas fuentes de información, que le permiten realizar un mejor análisis y evaluación, y tomar una mejor decisión con un mayor rendimiento de su inversión, al adquirir la nueva vivienda. El aumento de medios de información escrita, particularmente revistas especializadas, como el caso del Portal Inmobiliario, entre otras; eventos como el Gran Salón de la Vivienda y su Financiamiento, ferias internacionales, congresos, simposios, cursos, seminarios y el uso de internet, facilitan el proceso de selección y decisión de compra, beneficiando ampliamente al comprador.

3.5.4. PERFIL DEL CLIENTE

3.5.4.1. GRUPOS OBJETIVOS

En la actualidad se concibe que el éxito de una empresa está en satisfacer plenamente a los clientes, ellos son la razón principal de la supervivencia y buen funcionamiento de cualquier empresa, y para lograr que ellos se sientan a gusto y por ende se consiga una respuesta favorable que redunde en beneficios para la compañía, se debe ofrecer productos de excelente calidad, adecuada promoción y precios competitivos.

Los grupos objetivos que se han identificado como potenciales compradores de una vivienda de clase media-alta y alta en la ciudad de Quito, son los siguientes:

CUADRO 3.10. Grupos Objetivos

GRUPOS OBJETIVOS	
TIPO	RANGO EDAD
Familias	25-60 años
Personas solteras o divorciadas (cargos ejecutivos)	25-50 años
Parejas con Nido vacío (jubiladas)	55-70 años
Inversionistas nacionales	25-60 años
Inversionistas extranjeros	25-60 años

FUENTE: Gridcon

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.4.2. NIVEL ECONÓMICO Y PRECIOS

De acuerdo a la composición técnica y nivel de precios, el nivel económico de las personas que componen los distintos grupos objetivos para el proyecto Fiorano Plaza son de un segmento medio alto y alto. Esto implica que el comprador para buscar fuentes de financiamiento y pagar cuotas mensuales o periódicas, debe tener ingresos familiares mayores a \$ 2900,00.

Para respaldar este concepto a continuación se detallan los precios de los departamentos del edificio Fiorano Plaza. El precio de venta promedio del

metro cuadrado está en un valor de **\$ 1200,00**; acorde a la zona donde se desarrolla el proyecto. El precio de los departamentos varía desde \$ 64000 hasta \$ 123000. Estos precios se encuentran dentro de los valores promedio (algo más bajos), para departamentos similares en proyectos ubicados en la zona.

Los hogares de NSE medio típico preferirían que su vivienda tenga un área en un rango de 101 a 120 m². Los hogares de NSE medio alto preferirían que su vivienda tenga un área en un rango de 136 a 150 m².

CUADRO 3.11. Preferencia

PREFERENCIA TÍPICAS		
NIVEL/SECTOR	AREA (m ²)	VALOR \$
MEDIO ALTO	136-150	81000-100000
MEDIO	101-120	66000-80000

FUENTE: Gridcon e Investigación realizada
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Número de dormitorios promedio: es el número promedio requerido por el NSE medio típico y medio alto en su nueva vivienda. El 63% de estos NSE requiere viviendas de tres dormitorios.

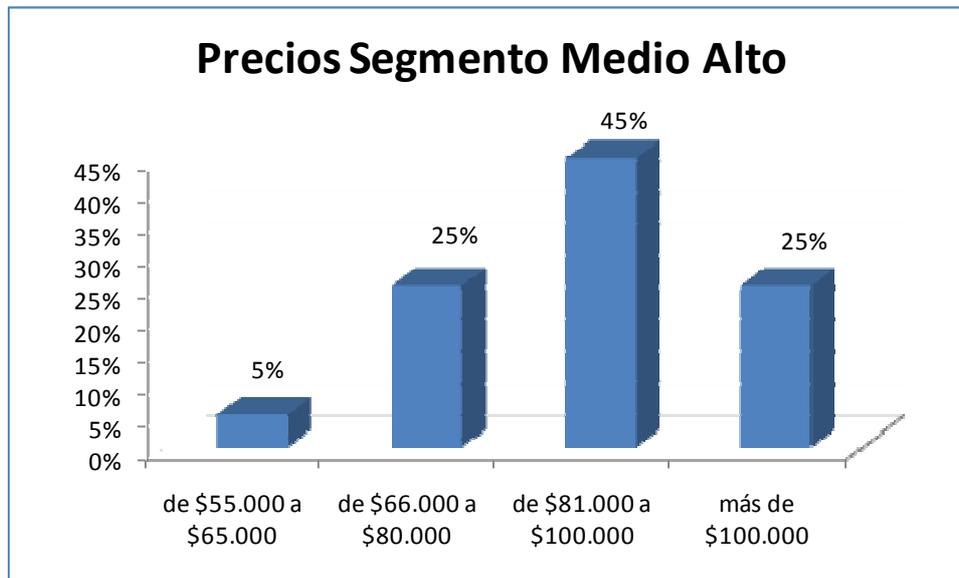
Número de baños promedio: El promedio de baños requerido por el NSE medio típico y medio alto es de 2 baños, también un pronunciado que se requeriría un promedio de 3 baños.

Número de estacionamientos promedio: El 70% de las personas requieren dos estacionamientos en su vivienda y el 40% prefieren al costado de la vivienda.

Precios: El 45% del NSE medio típico prefieren adquirir una vivienda cuyos precios estén en rangos de \$ 66.000 hasta \$80.000.

El 45% del NSE medio alto prefieren adquirir una vivienda cuyos precios estén en rangos de \$ 81.000 hasta \$100.00.

GRÁFICO 3.21. Precios segmento medio alto



FUENTE: Gridcon

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.4.3. EDAD Y CICLO DE VIDA

El rango de edad del grupo objetivo se ha definido como de 25 años en adelante, ya que corresponde a la edad mínima requerida para poder aplicar a un crédito hipotecario. Este rango incluye personas de todos los ciclos de vida familiar: temprano, medio y avanzado (solteros, recién casados, divorciados, familias con hijos, familias con “nido vacío”).

3.5.4.4. CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE

Para determinar la capacidad de pago del cliente, a continuación se presenta un cálculo en la manera que las entidades bancarias lo determinan, ajustado a los precios del proyecto:

CUADRO 3.12. Valor de cuota e ingresos requeridos

VALOR DE CUOTA E INGRESOS REQUERIDOS									
CARACTERÍSTICAS VIVIENDA			FINANCIAMIENTO						
UNIDAD	AREA (en m2)	COSTO	10% RESERVA	30% EN CUOTAS	60% CREDITO HIPOTECARIO	PLAZO (en años)	FACTOR CUOTA	VALOR CUOTA	INGRESOS REQUERIDOS
Suite	66.00	\$ 54,000.00	\$ 5,400.00	\$ 16,200.00	\$ 32,400.00	3	0.03345	\$ 1,083.78	\$ 3,386.81
						5	0.02249	\$ 728.68	\$ 2,277.11
						10	0.01463	\$ 474.01	\$ 1,481.29
2 Dormitorios	109.00	\$ 84,500.00	\$ 8,450.00	\$ 25,350.00	\$ 50,700.00	3	0.03345	\$ 1,695.92	\$ 5,299.73
						5	0.02249	\$ 1,140.24	\$ 3,563.26
						10	0.01463	\$ 741.74	\$ 2,317.94
3 Dormitorios	130.00	\$ 107,500.00	\$ 10,750.00	\$ 32,250.00	\$ 64,500.00	3	0.03345	\$ 2,157.53	\$ 6,742.27
						5	0.02249	\$ 1,450.61	\$ 4,533.14
						10	0.01463	\$ 943.64	\$ 2,948.86

FUENTE: BANCO DE GUAYAQUIL
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.4.5. CLIENTE – PREFERENCIAS

A partir de un muestreo realizado a personas que componen el grupo objetivo para este proyecto, hemos podido identificar las siguientes características, que inciden al momento de realizar una compra:

Las determinantes que influyen al momento de realizar la compra son las siguientes (en orden de importancia):

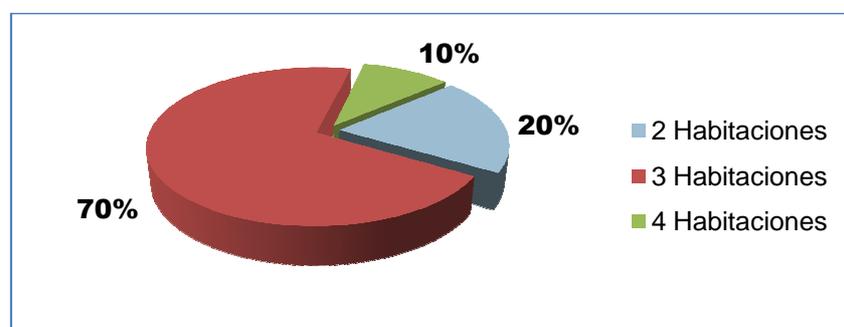
- Ubicación
- Presupuesto – Precios
- Diseño
- Vista
- Servicios

En términos de preferencia, los espacios considerados como de mayor importancia al realizar la compra de un departamento, se distribuyen de la siguiente manera (en orden de importancia):

- Dormitorios y Cocina
- Áreas Sociales
- Servicios complementarios: estacionamientos, ascensor, guardianía, etc.

Los requerimientos en términos de número de habitaciones por unidad, se distribuyen de la siguiente manera:

GRÁFICO 3.22. Preferencias por número de dormitorios



ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.4.6. DETALLE PERFIL DEL CLIENTE

Sobre la base del análisis anterior, hemos llegado a identificar los siguientes grupos objetivos y perfil del cliente:

CUADRO 3.13. Grupos objetivos y perfil del cliente

PERFIL DEL POTENCIAL COMPRADOR	
CARACTERÍSTICAS	% ACEPTACION
EDAD	30-55 AÑOS
NÚMERO DE MIEMBROS PROMEDIO	4
GASTOS EN ALIMENTACIÓN	700
GASTOS EN EDUCACIÓN	600
GASTOS EN TRANSPORTE	250
GASTOS EN DIVERSIÓN	200
CAPACIDAD DE AHORRO	750
INGRESO PROMEDIO	2.500 – 3.500 USD
AUTO PARTICULAR	85%
TV CABLE	60%
CELULAR	90%
INTERNET	67%
EMPLEADA DOMÉSTICA	60%
CUENTA CORRIENTE	85%
CUENTA DE AHORROS	75%
TARJETA DE CRÉDITO	92%
PÓLIZAS DE ACUMULACIÓN	48%

FUENTE: Gridcon e Investigación realizada

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

3.5.5. PROMOCIÓN

A partir del año 1995 los constructores han aumentado sustancialmente la inversión publicitaria y el bombardeo promocional en apoyo a la venta de proyectos inmobiliarios, mediante la utilización de medios tradicionales a pesar de sus altos costos; sin embargo, los constructores tienen muy buenos resultados con la aplicación de acciones de mercadeo directo integral, mediante una estrategia racional de mezcla de medios publicitarios entre los tradicionales y las revistas especializadas en oferta inmobiliaria, correo directo, mailing, vallas, señalización, correo electrónico, páginas web, distribución de hojas volantes, telemercadeo, presentaciones a grupos especiales, cócteles y ferias, entre otros; lo que ha requerido de una mayor creatividad y competitividad de las áreas de mercadeo y ventas de los equipos comerciales. Los antiguos y nuevos constructores que han ingresado al negocio, han recurrido a conseguir vendedores propios lo que aumenta la presión competitiva en el sector, genera competencia para las inmobiliarias y elimina para estos constructores la posibilidad de aprovechar economías de escala y aumentar la rotación de ventas, si utilizarán el canal adecuado y normal de comercialización de proyectos a través de los equipos de ventas especializados de las inmobiliarias.

La promoción del edificio Fiorano Plaza, se realiza utilizando varios medios como:

- Promoción en Ferias inmobiliarias y de la construcción
- Vendedores inmobiliarios
- Empresas inmobiliarias
- Publicidad en revistas especializadas en oferta inmobiliaria
- Correo directo, correo electrónico (mailing)
- Vallas, señalización
- Distribución de hojas volantes (flyers)
- Telemercadeo
- Presentaciones a grupos especiales, cócteles

3.5.6. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de venta utilizados por MC Constructores son:

- Oficina de ventas de MC Constructores, ubicada en la Av. República del Salvador y Portugal, Ed. Cariari II
- Inmobiliaria Centauro
- 1 Vendedor inmobiliario contratado
- Publicidad en medios impresos como: la Revista Portal Inmobiliario, Periódicos, Valla publicitaria, Internet y correo electrónico.
- Promoción en el Salón de la Vivienda, realizado del 21 al 30 de mayo, en el centro de Exposiciones Quito.

3.5.7. ESQUEMA DE VENTAS:

El cliente reserva con el 10%, 20% durante la construcción del proyecto y el 70% con financiamiento bancario.

La empresa constructora tiene varias formas de pago como:

- Compras al contado 10% de descuento
- Compras en planos 5% de descuento
- 30% de entrada y el 70% con financiamiento bancario (convenio con el Banco del Pichincha, crédito hipotecario de 5 a 8 años).

3.6. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado indica que existe una demanda consistente de vivienda en Quito, y sobre todo de proyectos como Fiorano Plaza, que está dirigido a un target socio económico medio-alto y alto
- El proyecto Fiorano Plaza, se ubica en uno de los mejores sectores residenciales y comerciales de la capital. Por lo tanto cuenta con todos los servicios varios tales como: bancos, centros comerciales, parques y centros de recreación, centros religiosos, entidades públicas, restaurantes, vías de comunicación, etc.

- El presente estudio indica que existe una gran oferta de proyectos con características similares en el sector de La Carolina, por lo que deben haber factores que marquen diferencias y añadan valor agregado al producto.
- De acuerdo al punto anterior, para poder competir en un mercado de oferta y demanda similar y muy competitiva, el área, precio y servicios adicionales de venta se han enmarcado dentro de parámetros que lograrán la aceptación de los clientes.
- El proyecto Fiorano Plaza, tiene como mercado objetivo un nivel socio económico medio alto y alto, el perfil de los clientes potenciales es: *familias de 3 a 5 miembros, personas solteras o divorciadas, parejas con nido vacío, cuya edad fluctúa entre 25 a 60 años, cuya actividad económica puede ser: ejecutivos de mandos medios y altos, independientes con negocios medianos ya establecidos, inversionistas nacionales o extranjeros, con ingresos de \$2.500 en adelante.*
- Las características de los departamentos, que prefiere el segmento al cual va dirigido el proyecto son: *2 y 3 dormitorios, con uno o dos estacionamientos, servicios como: guardiana 24 horas, áreas comunales, ascensor, internet, tv satelital, etc. El precio de los mismos debe fluctuar entre \$80.000 y \$100.000.*
- Sobre la política de precios: Las primeras ventas se promocionarán con un precio especial: *compras al contado 10% de descuento, compras en planos 5% de descuento. También se ofrecen facilidades de crédito directo: 30% de entrada y 70% a 12 meses; o con financiamiento bancario a través de un crédito hipotecario con un plazo máximo de 8 años.*
- El estudio de mercado ha demostrado que el proyecto es competitivo y se puede comercializar, tanto por sus características programáticas - técnicas, servicios complementarios, cómo también por sus rangos de precios.

ANALISIS Y COMPOSICION TECNICA

4. ANÁLISIS Y COMPOSICIÓN TÉCNICA

ASPECTOS GENERALES

Análisis del Terreno.

El terreno se encuentra localizado en la parroquia de Ñaquito, en el sector del Batán Bajo.

El terreno tiene forma rectangular y tiene un área de 432 m², el área de construcción es de 361.80 m² y tiene un frente de 16.00 metros. Es un terreno intermedio localizado en la calle La Tierra y Avenida de los Shyris.

CUADRO 4.1 Linderos del Terreno

EDIFICIO FIORANO PLAZA-CUADRO DE LINDEROS		
PUNTO CARDINAL	LONGITUD (m)	LINDERO
NORTE	16	CALLE LA TIERRA
SUR	16	PROPIEDAD PARTICULAR
ESTE	27	PROPIEDAD PARTICULAR
OESTE	27	PROPIEDAD PARTICULAR

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

El terreno se encuentra localizado en el sector comercial y bancario de la ciudad, siendo el sector una zona de crecimiento moderado.

Al encontrarse localizado en una calle transversal (La Tierra), el proyecto que se desarrollará tiene una desventaja con aquellos proyectos que se construyan en la Avenida de los Shyris.

Actualmente en el sector existe gran cantidad de casas de baja altura que originalmente fueron desarrolladas para vivienda y actualmente se han destinado a oficinas.

Informe de Regulación Metropolitana.

A continuación se presenta un resumen del informe de regulación urbana IRM.

CUADRO 4.2 CUADRO resumen de IRM

INFORME DE REGULACION METROPOLITANA (IRM).		
EDIFICIO FIORANO PLAZA		
Número de Predio	19486	No aplica
Clave Catastral	112061100700000000	No aplica
Zonificación	A21(A608-50)	No aplica
Lote Mínimo	600 m ²	2785.83 m ²
Frente mínimo	15 m	16 m
Altura Máxima	24 m (8 pisos)	8 pisos
Retiro Frontal	5 m	Cumple
Retiro Lateral	3 m	Cumple
Retiro Posterior	3 m	Cumple
Retiro Entre bloques	6 m	Cumple
COS Total	400%	Cumple
COS Planta Baja	50%	Cumple

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.1 Ubicación del terreno



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.2 Ubicación del terreno vista área



FUENTE: GOOGLE EARTH
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

Diseño Arquitectónico.

El edificio Fiorano Plaza busca convertirse en ícono en el sector, ya que actualmente la mayoría de edificaciones aledañas son viviendas de 1 o 2 plantas. Los promotores de este edificio tienen como objetivo liderar la construcción de edificios de vivienda en el sector.

Respecto a su configuración, es un edificio de 8 pisos altos y 2 subsuelos. Los subsuelos serán destinados a parqueaderos, la planta baja se utilizará para áreas comunales y 2 departamentos y los pisos altos albergarán departamentos exclusivamente. El edificio tiene una geometría rectangular y muy regular en planta, lo que facilita su estructuración.

El planteamiento y diseño arquitectónico del edificio plantea un partido de distribución interior muy funcional, el cual dispone de ducto para el ascensor y escaleras de acceso a los diferentes niveles, ubicados hacia la parte lateral del edificio a fin de lograr un buen comportamiento estructural y una adecuada circulación vertical y horizontal que facilite los recorridos al interior del mismo.

El proyecto una vez concluido contará con servicios comunales como:

- Salón comunal
- Terraza comunal con área para B.B.Q.
- Sistemas de optimización de energía
- Sistemas automatizados de control y seguridad
- 2 subsuelos de estacionamientos
- Sistemas de gas centralizado
- Alarmas y sistema contra incendios
- Un ascensor marca Mitsubishi con capacidad para 10 personas
- Cisterna , red de agua de cobre
- Grupo eléctrico de emergencia
- Guardianía 24 horas
- Amplias áreas recreativas.

Las fachadas poseen ventanales amplios de manera que la luz natural sea la principal fuente de iluminación durante el día. Los accesos son amplios y permiten la circulación fluida de las personas.

La circulación vertical se la realizará mediante un elevador marca Mitsubishi, de alta velocidad con capacidad para 8 personas.

Las gradas, que se las utilizará eventualmente cuentan con huellas de 30 cm de ancho y contrahuellas de 18 cm, lo cual genera escalones muy funcionales.

IMAGEN 4.3 Modelo 3D. Perspectiva



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

El acceso al edificio se lo puede realizar mediante una escalera revestida de piedra o por una rampa vehicular dirigida hacia los subsuelos.

El edificio cuenta con 2 subsuelos, destinados a parqueaderos y bodegas que corresponderán a cada uno de los departamentos. Adicionalmente se destinarán 3 parqueaderos adicionales para visitas.

IMAGEN 4.3 Modelo 3D. Vista Frontal y Lateral derecha



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.4 Modelo 3D. Vista Frontal



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

Pensando en el confort de los usuarios y propietarios del edificio se diseñó una rampa para minusválidos, misma que permitirá acceder fácilmente al edificio.

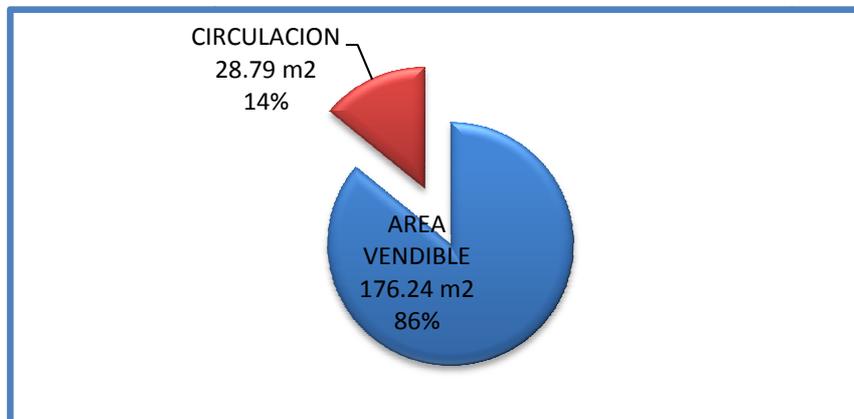
Para genera un ambiente lo más natural posible se proyectó tres jardinerías, localizadas en los exteriores de la planta baja.

Existen 3 pisos tipo diferentes, cada uno de estos niveles tienen áreas totales diferentes, y también se modifica su distribución interna y el número de apartamentos que alberga.

La subdivisión de áreas en los pisos tipo toma en cuenta las áreas de circulación y las áreas netas que saldrán a la venta, de esta manera se ha

determinado que para el piso tipo 1, se venderá 176.24 m² y se tendrá como áreas de circulación 28.79 m². Dando un total de 205.03 m².

GRAFICO 4.1 Distribución de Áreas de Pisos Tipo 2



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

El piso tipo número 1, se localiza en los pisos: segundo, tercero y séptimo; este piso tipo contiene 3 departamentos.

El piso tipo 2 se ubica en los niveles: cuarto, quinto y octavo; este piso contiene dos departamentos.

El piso tipo 3 se ubica en el nivel número 6 y contiene dos departamentos.

En planta baja existen dos departamentos.

CUADRO 4.3 CUADRO de distribución de departamentos

DISTRIBUCION DE DEPARTAMENTOS	
1 DORMITORIO	7
2 DORMITORIOS	8
3 DORMITORIOS	4

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

comunales, en su parte central se localizan los accesos, también se incluye un parqueadero de visitas.

IMAGEN 4.6 Modelo 3D. Planta Baja



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

En los pisos superiores del edificio, se localizarán departamentos de dos y de 3 dormitorios, con áreas que varían entre 53.13 m² y 112.72 m².

CUADRO de áreas generales.

Se presenta a continuación el cuadro de áreas con la distribución para cada uno de los pisos del edificio:

CUADRO 4.4 CUADRO de áreas

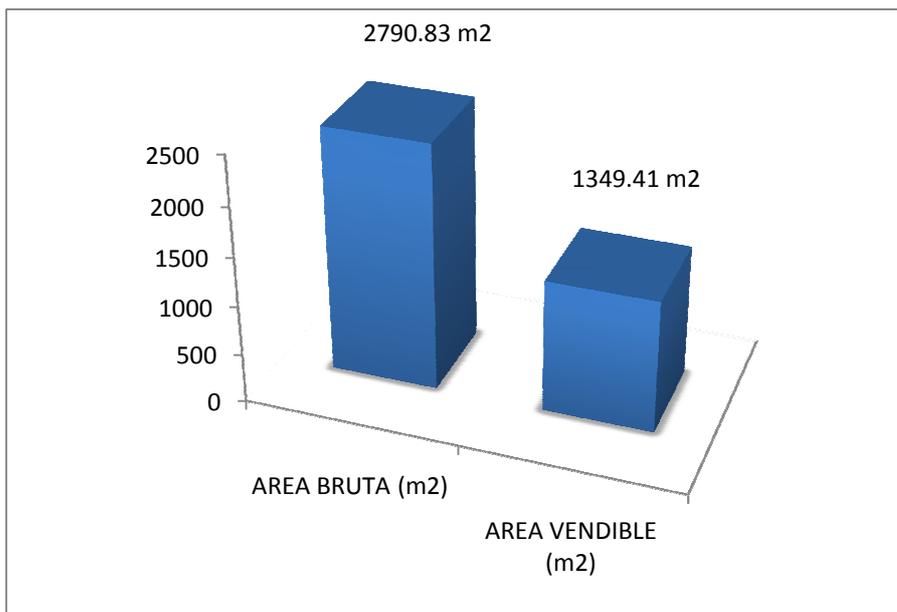
EDIFICIO FIORANO PLAZA-CUADRO DE AREAS				
DEPARTAMENTOS		NUMERO	AREA TOTAL (m ²)	OBSERVACIONES
1	PLANTA BAJA	1A	72.88	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
2		1B	65.71	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
3	2DO. PISO	2A	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
4		2B	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
5		2C	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
6	3ER. PISO	3A	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
7		3B	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
8		3C	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
9	4TO. PISO	4A	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
10		4B	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
11	5TO. PISO	5A	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
12		5B	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
13	6TO. PISO	6A	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
14		6B	111.72	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
15	7MO. PISO	7A	62.00	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
16		7B	53.13	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
17		7C	54.33	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
18	8VO. PISO	8A	90.47	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
19		8B	85.77	1 ESTACIONAMIENTO. Y 1 BODEGA
		SUMATORIA	1349.41	

FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

Se debe indicar que existen 3 estacionamientos adicionales, mismos que serán destinados a visitas.

A continuación se muestra gráficos donde se observa la incidencia del área vendible y el área bruta, así como los porcentajes de los diferentes elementos construidos.

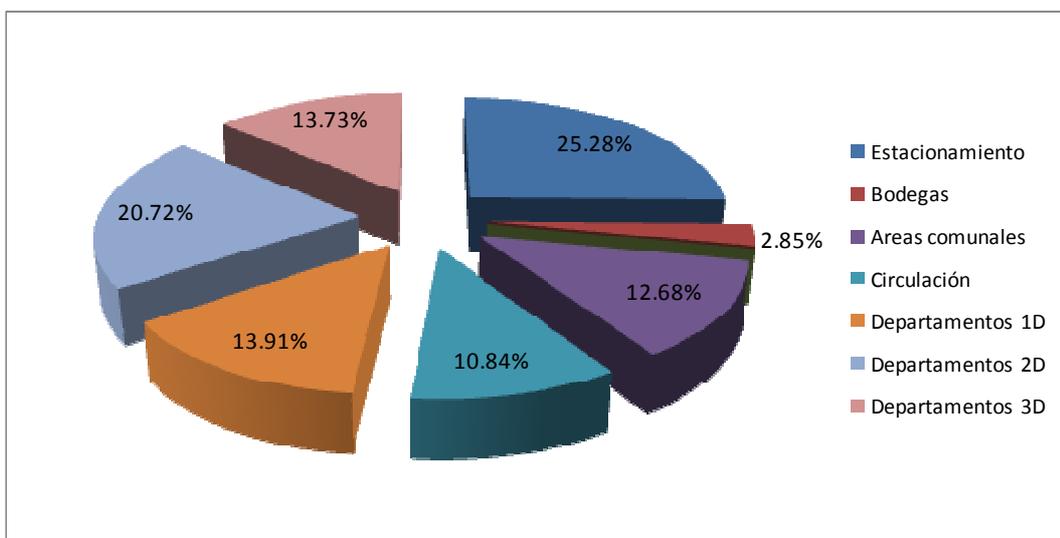
GRAFICO 4.2 Área Bruta comparada con Área Vendible



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

Se observa que el área vendible representa un **48.36%** del área bruta construida. Se puede señalar que el área de subsuelos es igual 866.19 m², totalizando un 31.37% del área bruta.

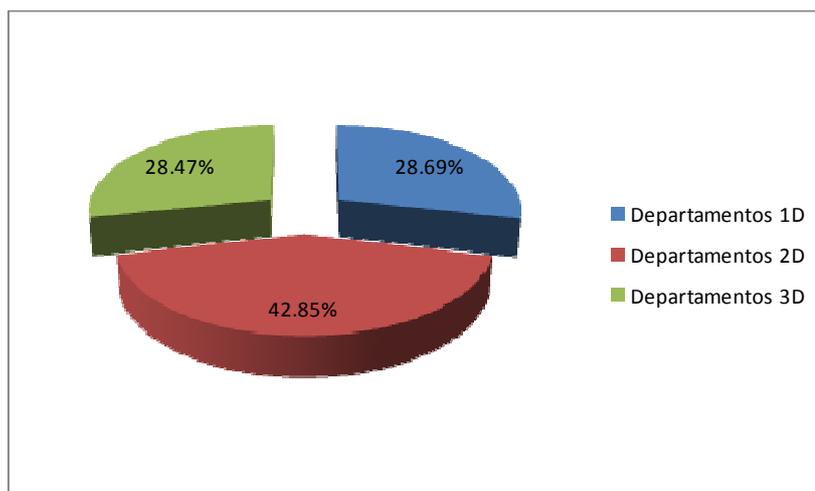
GRAFICO 4.3 Distribución de Áreas en porcentajes



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

Se muestra que las áreas destinadas para estacionamientos representan un 25.28% del área total construida, siendo un componente muy importante.

GRAFICO 4.4 Distribución de Departamentos por tipo



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

El edificio contará con un porcentaje mayor de departamentos de 2 dormitorios (42.85%), para los de 1 dormitorio y de 3 dormitorios prácticamente se ha destinado la misma área.

IMAGEN 4.7 Modelo 3D- Sala



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.8 Modelo 3D- Sala



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.9. Modelo 3D- Comedor y Cocina



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

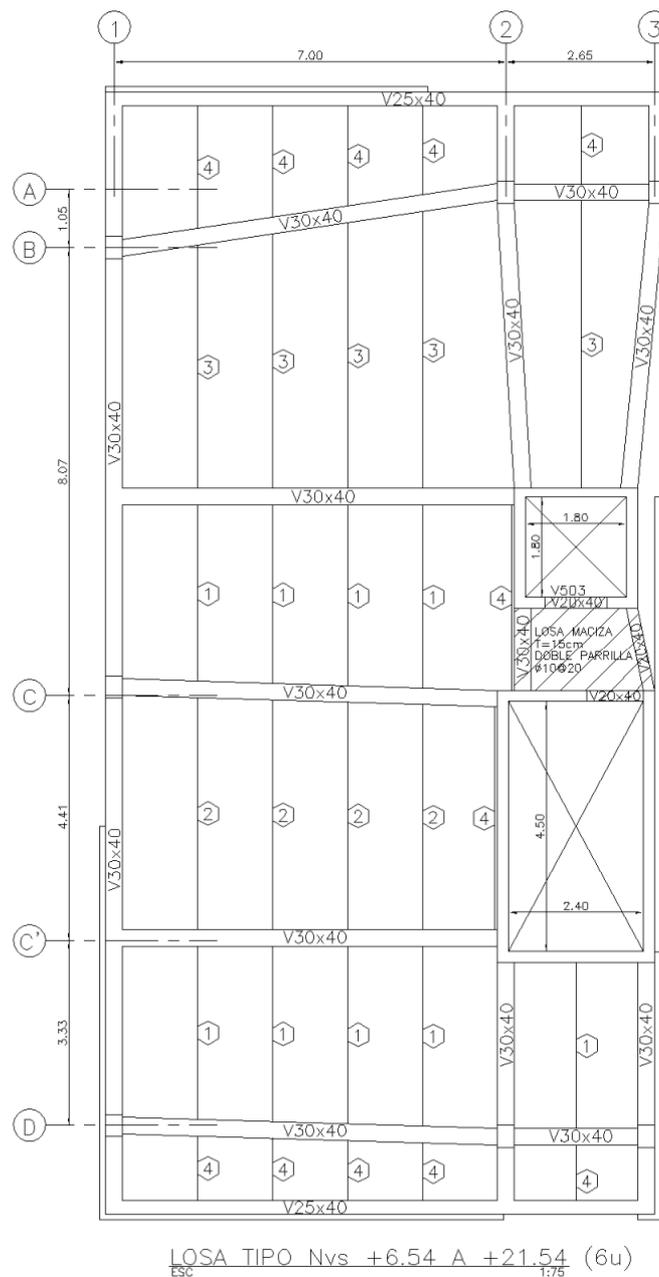
Diseño Estructural.

Los elementos principales del edificio Fiorano Plaza serán construidos con elementos de hormigón armado con una resistencia característica del hormigón a la compresión $f'c=350$ kg/cm². Se ha diseñado con un hormigón de alta resistencia con la finalidad de disminuir las dimensiones de los elementos estructurales.

Las losas serán construidas mediante un panel metálico sobre el que se fundirá una carpeta de hormigón de 5 centímetros de espesor. Estas losas se apoyan sobre un sistema de vigas secundarias tipo "I" de acero. Cuando el hormigón endurezca el sistema de piso trabajará como sección compuesta.

Este sistema estructural permite facilitar el proceso constructivo, aumenta la rapidez de ejecución y genera ambientes más limpios y evita la concentración y acumulación de materiales de construcción.

IMAGEN 4.10. Losa Tipo. Planta Estructural



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

La estructura está compuesta por un sistema estructural dual, que es una combinación de pórticos y muros de corte. Por la ubicación excéntrica de los muros de corte se generarán efectos de torsión durante un movimiento sísmico, por lo que se anticipa un daño importante en elementos estructurales y no estructurales.

Materiales.

Los materiales serán de calidad intermedia. El edificio se construirá con mampostería de bloque alivianado de cemento, los pisos serán construidos con cerámica importada, mientras que las paredes serán de cerámica nacional. En las áreas de acceso se colocará porcelanato. En las áreas de vivienda se usará piso flotante o alfombra. La fachada exterior será recubierta de piedra. El cielo raso será de gypsum de color blanco.

Cronograma de Construcción.

El edificio Fiorano Plaza se construirá durante una sola etapa, y su duración será de 15 meses, y durante los meses octavo al décimo tercero, se realizarán la mayor cantidad de actividades.

El arranque de obra se realizó en enero de 2010 y su finalización está prevista para el mes de marzo de 2011.

Los trabajos se iniciarán con las obras preliminares, que consisten en: derechos, permisos, limpieza y desbroce del terreno, siguiendo con la excavación, construcción de muros anclados, cimentación, cadenas de amarre, columnas, losas de subsuelo, y entrepiso.

Casi de manera paralela al inicio de la obra muerta se empezará con trabajos de instalaciones eléctricas, telefónicas e hidrosanitarias.

Las albañilerías empezarán en el mes número 6, y se realizará actividades de: contrapisos, macillados e impermeabilizaciones, mamposterías y enlucidos.

Y los acabados o terminaciones empezarán en el mes octavo y se prolongarán hasta el final del proyecto. Dentro de este componente se encuentran: colocación de materiales de tipo cerámico, recubrimientos, cielo raso, cornisas, pintura, muebles y carpintería, cerraduras y herrajes, accesorios de baño, carpintería metálica, aluminio y vidrio.

Hay que tomar en cuenta que se realizarán actividades varias como: señálética, limpieza, obras exteriores.

IMAGEN 4.11 Cronograma

CRONOGRAMA																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
GASTOS PRELIMINARES DE OBRA	█															
OBRA GRUESA	█															
ALBAÑILERÍAS						█										
TERMINACIONES									█							
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS		█														
INSTALACIONES ELECTRICAS, TELEFONICAS Y TV		█														
RED CONTRAINCENDIOS									█							
SISTEMAS ELECTROMECANICOS					█											
VARIOS FINAL DE OBRA		█														

FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

PROYECTO Y SU ESTADO ACTUAL

Desde el mes de septiembre del 2009, el proyecto dispone de todos los requerimientos y aprobaciones municipales, además de los respectivos permisos para entrar en fase de construcción. Hasta la fecha ya se ha vendido un 40% del proyecto y la construcción llega a cerca del 50% del mismo. Los trabajos preliminares como la edificación para almacenaje, guardianía y servicios higiénicos están listos y los movimientos de tierra y colocación de valla se han realizado durante dicho mes.

IMAGEN 4.11 Foto de Excavación



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
 FECHA: Junio 2010

IMAGEN 4.12 Foto de Excavación



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.
FECHA: Junio 2010

Conclusiones.

La contribución del proyecto a la zona es de importancia, porque permitirá activar una zona que tradicionalmente ha sido destinada a casas de 2 o 3 pisos. El edificio una vez terminado será el más representativo del sector

El valor arquitectónico más importante será: su acceso y sus fachadas, con amplios ventanales y jardines que adornarán el entorno.

Por su configuración estructural, el edificio en caso de un sismo se verá afectado seriamente, tanto en sus elementos no estructurales como en la propia estructura. Lo que representa un riesgo potencial.

ESTRUCTURA DE COSTOS

5. ESTRUCTURA DE COSTOS.

Estructura proyectada de costos.

Se indica los costos estimados del proyecto.

Costos del proyecto.

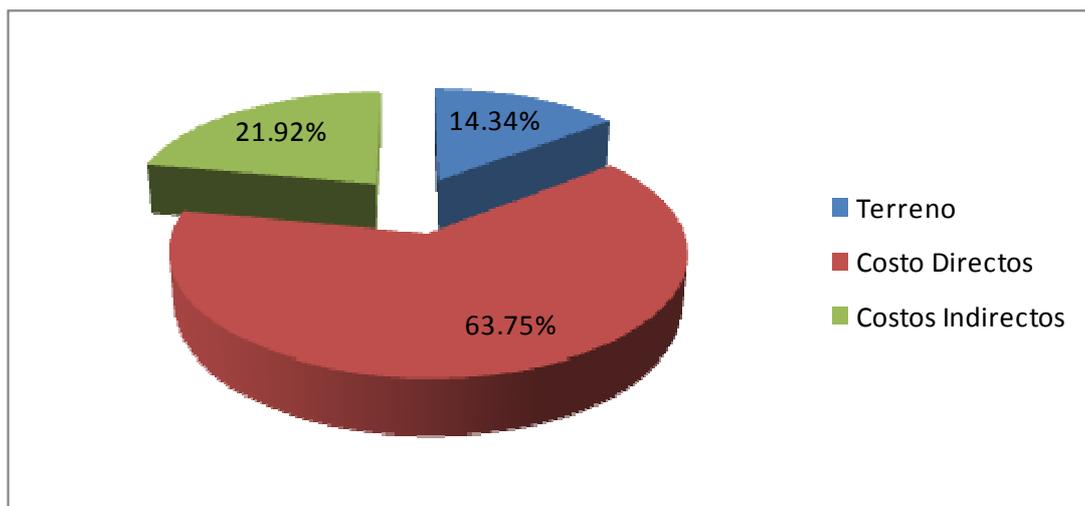
CUADRO 5.1. Presupuesto del Proyecto

PRESUPUESTO DEL PROYECTO				
CODIGO	CONCEPTO	DESCRIPCION	TOTAL (\$)	%
T000	Costo del Terreno	Terreno	200000	14.34%
CD000	Costo Directo	Obra Civil	889387	63.75%
CD001	Costo Indirecto	Estudios y Planificación	52167	3.74%
		Honorarios Ejecución	130757	9.37%
		Ventas y Publicidad	90907	6.52%
		Gastos Legales	8723	0.63%
		Fideicomiso Inmobiliario	20193	1.45%
		Imprevistos	3000	0.22%
CT000	Costo Total		1395134	100%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

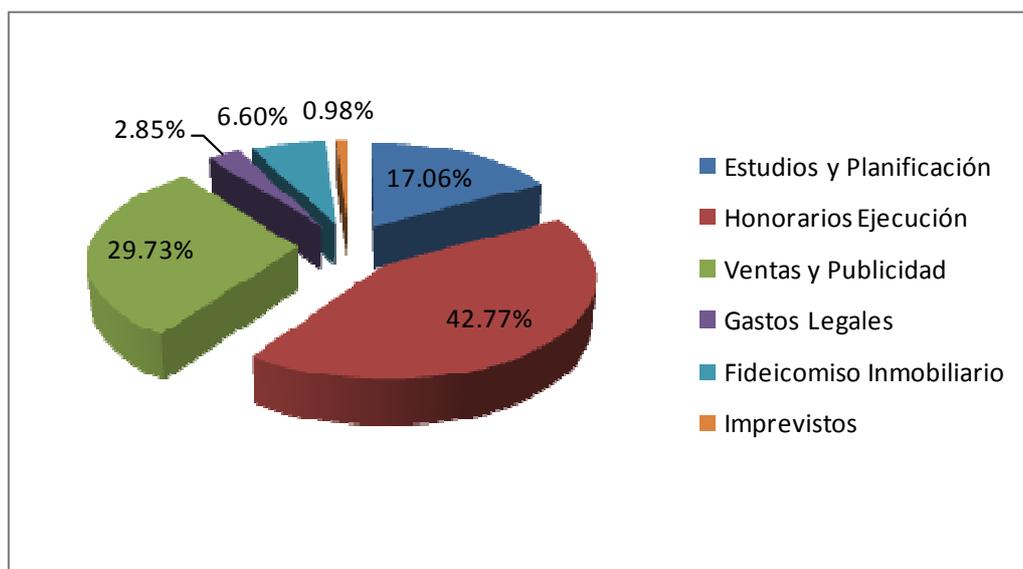
El costo directo representa alrededor del 64%, el terreno el 14% y los costos indirectos el 22%. De los costos indirectos, el más representativo es: honorarios de ejecución, que incluye: administración, gerencia y fiscalización, llegando a un 9%. Las ventas y publicidad llegan casi al 7%, siendo un costo importante.

GRÁFICO 5.1. Porcentajes de Costos Directos, Indirecto, Terreno



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 5.2. Porcentajes de Costos Indirecto



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Los costos de gastos legales llegan a 2.85% y los imprevistos casi al 1%.

Análisis de Costos Directos.

A continuación se realiza un análisis para determinar si efectivamente los costos asumidos son adecuados y representativos para el proyecto.

5.2.1 Incidencia del Terreno.

El terreno es completamente plano y se encuentra ubicado en una calle que posee un solo acceso. El terreno se encuentra ubicado en la calle La Tierra y tiene un área de 432.00 m².

IMAGEN 5.1. Porcentajes de Costos Indirecto



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El precio pactado de venta fue de \$200000.00, valor que dividido para el área, resulta un precio por metro cuadrado de: \$462.96/m².

5.2.2 Datos principales del proyecto.

CUADRO 5.2. Datos generales del Proyecto

DATOS DEL PROYECTO FIORANO PLAZA		
DATOS	DESCRIPCION/VALORES	UNIDAD
Área del Terreno	432	m ²
Ubicación	La Tierra y Av. Shyris	-
Zonificación	A21(A608-50)	-
COS PLANTA BAJA	50	%
COS TOTAL	400	%
Altura	24	m
Subsuelos	2	u
Total Parqueaderos	22 incluye 3 para visitas	u
Costo Directo de Construcción.	659.09	\$/m ²
Costo Indirecto	226.58	% sobre CD
Preciox m2 Depts sector	1162	\$/m ²
Área Vendible departamentos PB	138.59	m ²
Área Vendible en pisos altos	1210.82	m ²
Área en Subsuelos (2)	705.5	m ²
Área Vendible total	1349.41	
Circulaciones	656.41	m ²
Área total de Construcción	2790.83	m ²
Valor de Ventas	1619292	\$
Factor Alfa	Precio del Terreno	Precio m2
12%	\$ 188,161.73	\$ 435.56
14%	\$ 219,522.02	\$ 508.15
Promedio	\$ 203,841.87	\$ 471.86
MARGEN DE CONSTRUCCION		
Valor Total de Ventas	1619292.00	-
Costo Directo Total	889387.00	-
Costo Indirecto	305747.00	-
Costo del Terreno	200000.00	14.34%
Costo Total de Construcción	1395134.00	
Utilidad Esperada	224158.00	16.07%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Analizando el cuadro anterior se observa que el valor máximo al que se debería negociar el terreno sería a \$508.15/m², pero se compró a \$462.96/m², lo cual es adecuado para ejecutar el proyecto inmobiliario.

Los valores alfa (a), asumidos, concuerdan con un terreno localizado en una zona de bastante desarrollo y que cuenta con todos los servicios básicos, que

posee vías de acceso en buen estado y muy cerca del sector bancario y comercial.

El terreno permite construir hasta 2160 m², pero considerando retiros y límites de altura y pisos se llegó a un área de 2085.33 m².

CUADRO 5.3. Área Útil Ocupada

AREA UTIL OCUPADA		
AREA UTIL PERMITIDA (m ²)	2160.00	400%
AREA UTIL OCUPADA (m ²)	2085.33	96.54%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El costo del terreno es aceptable, no el mejor, pero se ha realizado un buen negocio al adquirir el terreno en el precio pactado.

CUADRO 5.4. Costo del terreno

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD
Área del terreno	m ²	432
Costo Total del Terreno	\$	200000
Costo del Terreno/m ²	\$/m ²	462.96

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

5.2.3 Costos directos de obra civil.

CUADRO 5.5. Costos Directos

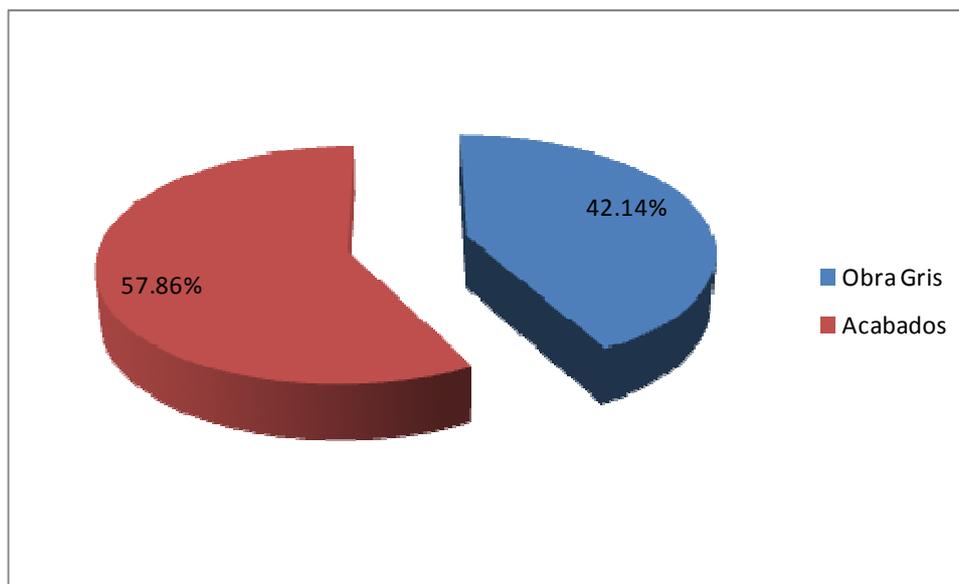
Costos Directos de Obra Civil			
Código	Descripción	Total (\$)	%
1	Gastos Preliminares de Obra	59155.56	6.65%
2	Obra Gruesa	315604.12	35.49%
3	Albañilería	98209.2	11.04%
4	Acabados	190474.09	21.42%
5	Instalaciones Hidrosanitarias	57743.41	6.49%
6	Instalaciones Eléctricas, Tlf, Tv	59793.5	6.72%
7	Red Contraincendios	14593.1	1.64%
8	Sistemas Electromecánicos y Especiales	80796.64	9.08%
9	Varios-Final de Obra	13017.38	1.46%
Total		889387	100.00%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Los costos directos más representativos son: obra gruesa, albañilería, acabados, instalaciones eléctricas, hidrosanitarias.

La relación entre costos de obra gris y acabados se la observa en el gráfico siguiente:

GRÁFICO 5.3. Relación de costos de Obra Gris y Acabados.



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se aprecia que la relación entre acabados y obra gris es de alrededor de 1.37, lo que indica que los acabados son los elementos que mayor incidencia tienen en el costo total.

CUADRO 5.6. Costos por m2 de construcción vendible

Costo por m2 de construcción vendible			
Concepto	Costo Directo (\$)	Área (m ²)	Costo/m ²
Área Total	889387.00	1349.41	659.09

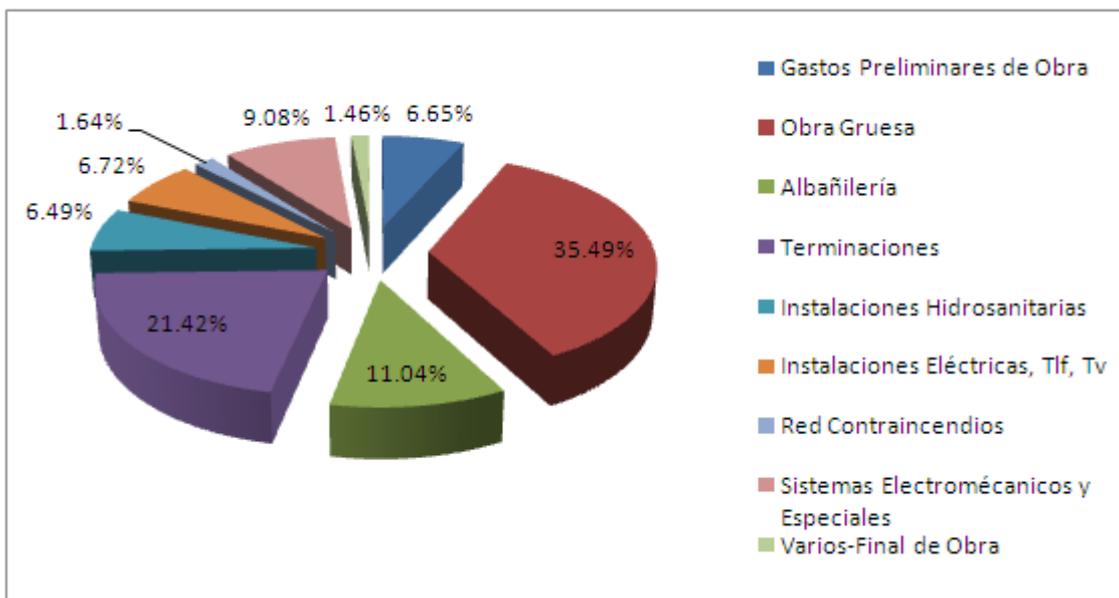
FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El costo por metro cuadrado de construcción es igual a \$ 659.09 por m² vendible, en cambio el costo por m² de construcción total es de \$ 318.68

En el gráfico siguiente se puede analizar el peso de cada uno de los componentes del costo directo con relación al costo directo total.

Las instalaciones hidro sanitarias y eléctricas tienen los porcentajes siguientes: 6.49% y 6.72% respectivamente, siendo valores muy parecidos y representando un peso importante. Los sistemas electromecánicos y especiales tienen un porcentaje importante que llega al 9.08%.

GRÁFICO 5.4. Componentes del Costo Directo en Porcentajes.



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En el cuadro siguiente se presenta la incidencia del costo del terreno y de los costos de obra civil en el total de costos directos, siendo el peso del terreno un valor importante, ya que bordea el 19%.

CUADRO 5.7. Detalle de Costos Directos

COSTOS DIRECTOS DETALLE			
CONCEPTO	DESCRIPCION	TOTAL (\$)	%
Costo del Terreno	Terreno	200000	18.36%
Costo Directo	Obra Civil	889387.00	81.64%
	Total	1089387.00	100.00%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El cuadro siguiente indica el peso de cada uno de los componentes de Obra Gruesa, donde el acero estructural y el hormigón en estructura son los ítems más importantes.

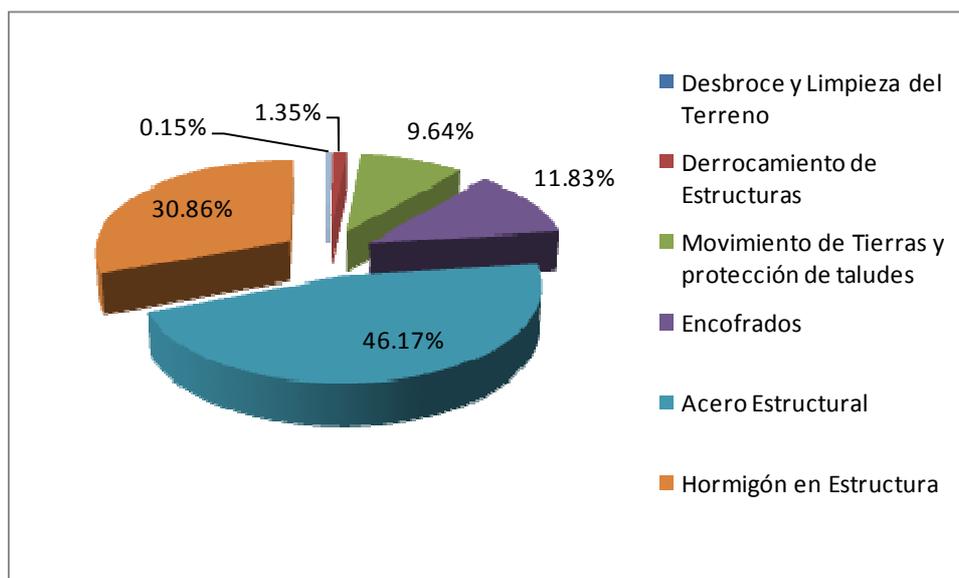
CUADRO 5.8. Desglose de Obra Muerta

Desglose de Obra Gruesa			
Código	Descripción	Total (\$)	%
2.1	Desbroce y Limpieza del Terreno	457.92	0.15%
2.2	Derrocamiento de Estructuras	4269.72	1.35%
2.3	Movimiento de Tierras y protección de taludes	30436.70	9.64%
2.4	Encofrados	37338.20	11.83%
2.5	Acero Estructural	145700.42	46.17%
2.6	Hormigón en Estructura	97401.16	30.86%
Total		315604.12	100.00%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Los rubros más importantes son: Hormigón Armado y Acero Estructural; llegando entre ambos rubros al 77%

GRÁFICO 5.5. Componentes de Obra Muerta



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Costos indirectos.

Los costos indirectos son aquellos que no están asociados directamente a la construcción del edificio, pero que aparecen como consecuencia de la administración, de los estudios de consultoría, de costos de dirección arquitectónica y estructural, costos de ventas y publicidad, gastos legales, fideicomisos, e imprevistos.

CUADRO 5.9. Desglose de Costos Indirectos

Desglose de Costos Indirectos			
Código	Descripción	Total (\$)	%
10.1	Estudios de Especialidades	52167.00	17.06%
10.2	Honorarios de Ejecución	130757.00	42.77%
10.3	Ventas y Publicidad	90907.00	29.73%
10.4	Gastos Legales	8723.00	2.85%
10.5	Fideicomiso Inmobiliario	20193.00	6.60%
10.6	Imprevistos	3000.00	0.98%
Total		305747.00	100.00%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El costo indirecto más representativo es el de Honorarios de ejecución y el de Ventas y Publicidad, por lo que se deberá poner la mayor atención en estos ítems.

En el cuadro siguiente se presenta los porcentajes de los costos indirectos respecto al costo de construcción y al costo total.

CUADRO 5.10. Costos Indirectos respecto a Costo Directo y a Costo Total %

Costos Indirectos Respecto a Costo Directo y Costo Total			
Código	Descripción	% Costo Directo	% Costo Total
10.1	Estudios de Especialidades	5.87%	3.74%
10.2	Honorarios de Ejecución	14.70%	9.37%
10.3	Ventas y Publicidad	10.22%	6.52%
10.4	Gastos Legales	0.98%	0.63%
10.5	Fideicomiso Inmobiliario	2.27%	1.45%
10.6	Imprevistos	0.34%	0.22%
Total		34.38%	21.92%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se indica que: los honorarios de ejecución incluyen: Dirección Técnica, Fiscalización, Administración y Gerencia del proyecto.

Estos rubros son importantes manejarlos adecuadamente, ya que representan un porcentaje importante del costo del proyecto y además de su adecuada implementación, dependerá el éxito del proyecto.

5.3.1 Costos y Honorarios de Ejecución.

Son gastos que se prorratean durante el tiempo de ejecución de la obra y que se aplican mensualmente.

CUADRO 5.11. Honorarios de Ejecución en Porcentajes

Costos Indirectos-Honorarios de Ejecución			
Código	Descripción	Total (\$)	% Costo Total
10.2.1	Administración y Construcción	99624.00	7.14%
10.2.2	Gerencia de Proyecto	17790.00	1.28%
10.2.3	Fiscalización	13343.00	0.96%
Total		130757.00	9.37%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Como se aprecia, honorarios de ejecución es el costo indirecto de mayor incidencia en el proyecto, con un peso del 9.05% del costo total.

Para asegurar el buen desarrollo del proyecto, se ha contratado un fideicomiso, que permitirá administrar de manera eficiente y segura los fondos.

A continuación se indica los valores que se estima, se utilizará por concepto de ventas y publicidad.

CUADRO 5.12. Indirectos por Ventas y Publicidad

Costos Indirectos Ventas y Publicidad			
Código	Descripción	Total (\$)	% Costo Total
10.3.1	Comisiones por Ventas	69559.57	4.99%
10.3.2	Publicidad y Promoción	21348.21	1.53%
Total		90907.78	6.52%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

En términos porcentuales, por concepto de comisiones por ventas, promociones y publicidad, el porcentaje del 6.52%, se considera que se encuentra dentro de los estándares del sector.

5.3.2 Ventas.

Los gastos de ventas son calculados de acuerdo a los ingresos y se distribuyen durante la duración del proyecto. En el cuadro siguiente se observa la cantidad de dinero que ingresará por concepto de las ventas.

CUADRO 5.13. Ingreso Por Ventas

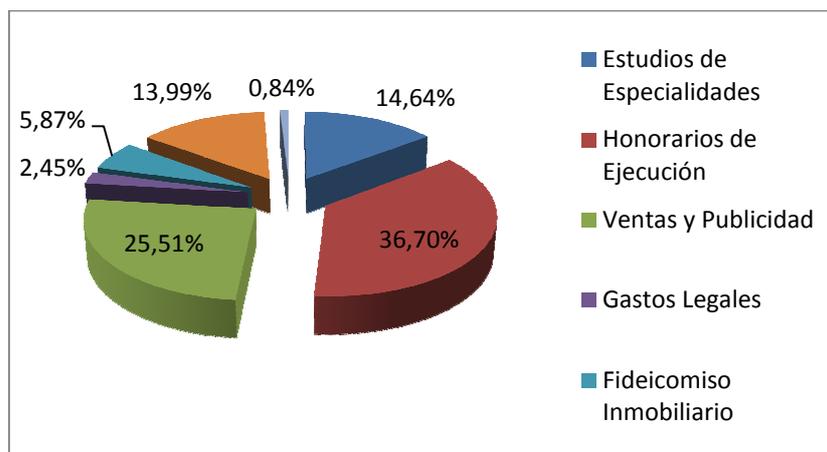
Ingresos por Ventas			
Descripción	Total (\$)	Cantidad (m2)	% Costo Total
Venta de departamentos	1200.00	1349.41	1619292.00
Total			1619292.00

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

5.3.3 Resumen de Costos Indirectos.

Se presenta un gráfico de pastel que permita determinar de manera rápida el peso de cada uno de los componentes del costo indirecto.

GRÁFICO 5.6. Componentes de Costos Indirectos



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Estructura de Costos Totales.

Se muestra un cuadro con la estructura de Costos Totales, donde se observa la incidencia de cada uno de los componentes del costo. Los costos directos son aquellos que tienen el mayor peso.

CUADRO 5.14. Costos del proyecto en Porcentaje

Costos del Proyecto			
Código	Descripción	Total (\$)	%
T000	Terreno	200000	14.34%
CD000	Costo Directos	889387	63.75%
CI000	Costos Indirectos	305747	21.92%
	Total	1395134	100.00%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

5.4.1 Costo por metro cuadrado.

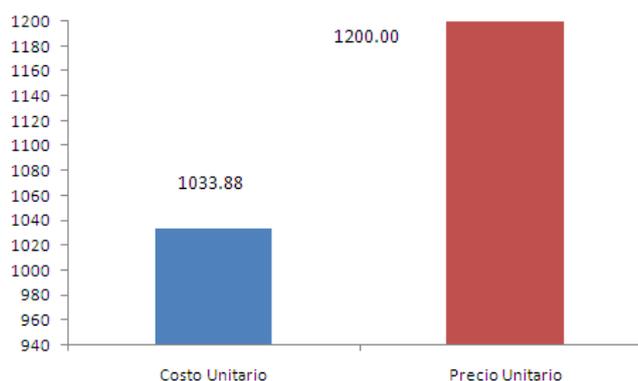
El cuadro siguiente muestra el costo por metro cuadrado en función del área bruta y en función del área neta.

CUADRO 5.15. Costos Totales

PRESUPUESTO DEL PROYECTO				
CODIGO	CONCEPTO	DESCRIPCION	TOTAL (\$)	%
T000	Costo del Terreno	Terreno	200000	14.34%
CD000	Costo Directo	Obra Civil	889387	63.75%
CD001	Costo Indirecto		305747	21.92%
CT000	Costo Total		1395134	100%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

A continuación se presenta un gráfico de barras donde se presenta el precio y el costo de venta por metro cuadrado de construcción.

GRÁFICO 5.7. Comparativo de Costo y Precio Unitario por m².

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Existe un margen de ganancia o de utilidad de \$166.12 por metro cuadrado, lo que representa una utilidad del **16.07% anual y de 23.72 por el proyecto**, que es un margen aceptable; cumpliendo el objetivo de fortalecer el nombre de la empresa y dar impulso a la misma hacia la generación de proyectos más grandes e importantes.

Hay que analizar que un margen de utilidad bajo implica un riesgo, porque pueden presentarse eventualidades que modifiquen el escenario económico, generando factores sorpresa que pondrían en riesgo el margen de utilidad proyectado.

5.4.2 Utilidad proyectado.

CUADRO 5.16. CUADRO de Resultados

CUADRO DE RESULTADOS				
INGRESOS				
Descripción	Precio/m2 (\$)	Cantidad (m2)	%	Total
Venta de departamentos	1200.00	1349.41	100.00%	1619292.00
Total de Ingresos				1619292.00
EGRESOS				
Descripción	Precio/m2 (\$)	Cantidad (m2)		Total
Terreno	456.62	438	14.34%	200000.00
Costos Directos	318.73	2790.83	63.75%	889387.90
Costos Indirectos	109.55	2790.83	21.92%	305746.10
Total de Egresos				1395134.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS				224158.00
MARGEN (UTILIDAD/COSTOS) ANUAL				16.07%
MARGEN (UTILIDAD/COSTOS) DEL PROYECTO 16 MESES				23.71%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El proyecto cuenta con un margen de utilidad estático del 16.07%, y una utilidad de \$224158, que son independientes de las duraciones y flujos de caja del proyecto

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

6. ESTRATEGIAS DE MERCADEO

6.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

6.1.1. CONCEPTO Y NOMBRE

El concepto general del proyecto busca enfatizar su ubicación estratégica, que le da un valor agregado de exclusividad, comodidad, alta plusvalía; que se trata de remarcar con el nombre **Fiorano Plaza**.

Fiorano está en idioma italiano y proviene del nombre de un autódromo privado, propiedad de la Escudería italiana Ferrari, para pruebas y desarrollo de sus automóviles de producción y de carreras, está localizado cerca de la ciudad italiana de Maranello. Se ha tomado como costumbre en la capital en los sectores de más exclusividad (Rep. Del Salvador, La Carolina, Condado, González Suárez, Ponciano), poner nombres europeos a proyectos inmobiliarios como: Capri, Argentum, Florencia, Nautilus, Renazzo Plaza, etc.

Con esto se trata de posicionar el producto en las mentes de los demandantes potenciales, que como ya se explicó están en un target o segmento medio-alto y alto.

6.1.2. DISEÑO DE LOGOTIPO

Luego de haber establecido el nombre y concepto del proyecto, se diseñó un logotipo que refleje de manera adecuada la arquitectura propuesta para el mismo.

6.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

6.2.1. VÍAS DE PROMOCIÓN

A partir del año 1995 los constructores han aumentado sustancialmente la inversión publicitaria y el bombardeo promocional en apoyo a la venta de proyectos inmobiliarios, mediante la utilización de medios tradicionales a pesar de sus altos costos; sin embargo, los constructores tienen muy buenos resultados con la aplicación de acciones de mercadeo directo integral, mediante una estrategia racional de mezcla de medios publicitarios entre los tradicionales y las revistas especializadas en oferta inmobiliaria,

correo directo, mailing, vallas, señalización, correo electrónico, páginas web, distribución de hojas volantes, tele mercadeo, presentaciones a grupos especiales, cócteles y ferias, entre otros; lo que ha requerido de una mayor creatividad y competitividad de las áreas de mercadeo y ventas de los equipos comerciales.¹⁴

Los antiguos y nuevos constructores que han ingresado al negocio, han recurrido a conseguir vendedores propios lo que aumenta la presión competitiva en el sector, genera competencia para las inmobiliarias y elimina para estos constructores la posibilidad de aprovechar economías de escala y aumentar la rotación de ventas, si utilizarán el canal adecuado y normal de comercialización de proyectos a través de los equipos de ventas especializados de las inmobiliarias.

Las herramientas que han sido consideradas para promocionar el proyecto a lo largo de su duración, son las siguientes:

Promoción en Ferias Inmobiliarias y de la Construcción, como el Salón de la Vivienda, organizado por el Colegio de Ingenieros Civiles de Pichincha y realizado del 21 al 30 de mayo en el Centro de Exposiciones Quito.

Publicidad colocada en la obra, tipo valla publicitaria, donde se muestra la información de contacto del proyecto y características generales.

Un folleto publicitario tipo díptico que presente de manera clara, las ventajas y características principales del proyecto Fiorano Plaza.

Publicidad en revistas especializadas en oferta inmobiliaria, como: el Portal Inmobiliario, Inmobilia, Un Balcón para la Construcción.

Anuncios clasificados en la prensa escrita de mayor circulación de Quito y a nivel nacional.

Envío de correo directo y de correos electrónicos (mailing), introduciendo el proyecto a personas seleccionadas (familiares, amistades, ejecutivos, empleados públicos y privados, referidos de clientes actuales y antiguos); y permite que el cliente envíe su información de contacto para poder ser atendido.

Tele mercadeo a las personas seleccionadas del punto anterior.

Publicidad a través de regalos con logotipos de la empresa y del proyecto.

¹⁴ Estudio Mensual de Opinión Empresarial, enero 2010.

Exposición a grupos especiales, por ejemplo a través de cócteles y presentaciones.

Distribución de hojas volantes (flyers).

El calendario de promoción establecido por M.C. Constructores, se presenta a continuación:

CUADRO 6.1. Estrategias de Promoción

	TIPOS DE PROMOCIÓN	DURACIÓN	INICIO	FIN
1	PLAN DE PROMOCIÓN	365 días	ene-10	dic-10
2	PROMOCION EN FERIAS INMOBILIARIAS	10 días	21/05/2010	30/05/2010
3	VALLA PUBLICITARIA	10 meses	ene-10	oct-10
4	FOLLETO TIPO DÍPTICO	4 meses	feb-10	jun-10
5	PUBL. REVISTA PORTAL INMOBILIARIO	4 meses	feb-10	jun-10
6	ANUNCIOS CLASIFICADOS PRENSA	1 mes	abr-10	abr-10
7	ENVIO DE CORREO ELECTRÓNICO	3 meses	feb-10	abr-10
8	TELEMERCADEO	15 días	01/03/2010	15/03/2010
9	REGALOS	8 meses	feb-10	sep-10
10	CÓCTELES	1 día	15/03/2010	15/03/2010
11	DISTRIBUCIÓN DE FLYERS	2 meses	feb-10	mar-10

FUENTE: MC Constructores

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

CUADRO 6.2. Calendario de Promoción

CALENDARIO DE PROMOCIÓN DEL PROYECTO FIORANO PLAZA													
PERIODO (MES)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
TIPOS DE PROMOCIÓN													
1 PLAN DE PROMOCIÓN													
2 PROMOCIÓN EN FERIAS INMOBILIARIAS													
3 VALLA PUBLICITARIA													
4 FOLLETO TIPO DÍPTICO													
5 PUBL. REVISTA PORTAL INMOBILIARIO													
6 ANUNCIOS CLASIFICADOS PRENSA													
7 ENVIO DE CORREO ELECTRÓNICO													
8 TELEMERCADEO													
9 REGALOS													
10 CÓCTELES													
11 DISTRIBUCIÓN DE FLYERS													

FUENTE: MC Constructores

ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

6.2.2. PROMOCIÓN VÍA CORREO ELECTRÓNICO

La promoción de un proyecto vía correo electrónico, es una manera bastante efectiva y de bajo costo para proveer información varia sobre el mismo.

El uso del denominado email marketing es muy utilizado en la actualidad por su facilidad y gran alcance, ya que la gran mayoría de la población sobre los 18 años cuenta con una cuenta de correo electrónico y mucho más al segmento al que va dirigido nuestro proyecto; además no tiene limitación por costos ni por la localización geográfica.

La información que se incluye es lo más clara, interesante y concreta posible: características generales del proyecto, financiamiento, etc.; similar a la de los dípticos publicitarios que se describen a continuación.

6.2.3. FOLLETO PUBLICITARIO – DÍPTICO

El folleto publicitario tiene la finalidad de contar con un documento que resuma las cualidades y unidades del proyecto para los potenciales demandantes y gente que visite la sala de ventas.

Se trata de un documento con cuatro carillas de formato cuadrado que rompe con el esquema tradicional rectangular y enfatiza un diseño especial. Las carillas externas contienen información general del proyecto, mientras que las internas contemplan información técnica y planes de financiamiento. Lastimosamente, no se incluye una planta tipo, la cual facilitaría la lectura y ubicación de las plantas individuales.

IMAGEN 6.1. Díptico

Ubicación:

La Tierra y Av. de los Shyrís



Informes y ventas:

*Av. República del Salvador N34-461
y Portugal Edificio Torre Cariari II,
oficina 1103*

Telefonos: 3330194 / 2242767

MC Cattani
aurizio
Constructores



Lo diseñamos pensando en Ud..... EDIFICIO "FIORANO PLAZA"

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

IMAGEN 6.2. Contraportada Díptico

Vive en paz en un sitio inigualable... 

Características:

- * Suites de 1 dormitorio desde \$ 64192,60
- * Suites de 2 dormitorios desde \$ 73240,00
- * Suites de 3 dormitorios desde \$ 103184,10

Las suites están dotadas de bodegas y parqueaderos.

Financiamiento:

- * Entrada del 30%
- * Financiamiento del 70% a 10 años.

Los financiamientos se realizarán por medio del Banco del Pichincha

ENTREGA DICIEMBRE DEL 2010





FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

6.2.4. VALLA PUBLICITARIA

En la obra del proyecto Fiorano Plaza, en la calle Tierra donde se encuentra ubicado, se ha colocado una gran pancarta con el nombre del proyecto, un Render como también la información de contacto.

IMAGEN 6.3. IMAGEN de Valla Publicitaria



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

6.2.5. EVENTOS DE LANZAMIENTO

Dentro del esquema publicitario se contemplaron dos eventos: El primero es el lanzamiento interno del proyecto con la realización de un Cóctel, dónde se presentó gráficamente con maquetas y proyecciones, a un sinnúmero de invitados y clientes potenciales, en febrero del 2010. Mediante este evento también se hizo entrega del material necesario para poder dar inicio a las ventas, como maquetas, regalos y folletos.

El segundo, fue el ***XIV Gran Salón de la Vivienda y su Financiamiento***, organizado anualmente por el Colegio de Ingenieros Civiles de Pichincha, en el Centro de Exposiciones Quito, donde la constructora ubicó un stand,

para realizar la promoción, preventa y venta del proyecto Fiorano Plaza, a los miles de personas asistentes.

6.3. ESTRATEGIA DE PRECIOS

6.3.1. PRECIOS DE LANZAMIENTO

Los precios establecidos actualmente (al inicio de la construcción) van desde los *US\$ 950,00.- hasta los US\$ 1.213,00.- por m2*, con un promedio de *US\$ 1.150,00* por m2, dependiendo de su área y ubicación en altura. Se intentará que estos precios sean sólo precios introductorios de lanzamiento. Factores como el tiempo, la velocidad de venta, el aumento de costos y otras consideraciones generarán cambios en la estrategia de precios, de ser necesario.

El cuadro de precios de detalle, se muestra a continuación.

Cuadro 6.3. Precios de Departamentos

EDIFICIO FIORANO PLAZA							
CUADRO DE ÁREAS Y PRECIOS							
	DEPTOS	NUMERO	AREA m2	PATIO	AREA TOTAL	PRECIO	OBSERVACIONES
1	DEPTO.	1A	72.88	0.00	72.88	88,000.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
2	DEPTO.	1B	65.71	10.95	76.66	72,561.60	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
3	2DO. PISO	2A	62.00	0.00	62.00	76,247.06	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
4		2B	53.13	0.00	53.13	68,443.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
5		2C	54.33	0.00	54.33	69,763.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
6	3ER. PISO	3A	62.00	0.00	62.00	67,215.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
7		3B	53.13	0.00	53.13	70,036.90	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
8		3C	54.33	0.00	54.33	62,200.10	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
9	4TO. PISO	4A	90.47	0.00	90.47	114,040.50	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
10		4B	85.77	0.00	85.77	108,635.50	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
11	5TO. PISO	5A	90.47	0.00	90.47	114,040.50	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
12		5B	85.77	0.00	85.77	108,635.50	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
13	6TO. PISO	6A	62.00	0.00	62.00	68,382.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
14		6B	111.72	0.00	111.72	123,451.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
15	7MO. PISO	7A	62.00	0.00	62.00	70,570.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
16		7B	53.13	0.00	53.13	59,240.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
17		7C	54.33	0.00	54.33	60,578.00	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
18	8VO. PISO	8A	90.47	0.00	90.47	101,326.40	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA
19		8B	85.77	0.00	85.77	115,925.95	INCLUYE 1 ESTAC. Y 1 BODEGA

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

6.3.2. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Para incentivar las compras, se ha tomado la decisión de incluir productos y/o servicios que den valor agregado a la compra, como por ejemplo:

electrodomésticos, Internet, tv por cable, suscripción a gimnasios, tarjetas de afiliación a supermercados.

6.3.3. ESTRATEGIA DE DESCUENTOS

Los compradores que realicen sus pagos al contado o en plazos cortos, serán beneficiados con un descuento de hasta un 10% sobre el precio de venta. Una compra que pague el 100% del valor del departamento, por ejemplo, inmediatamente recibiría el descuento del 10%. Dichos descuentos pueden ser negociados directamente con el cliente.

Adicionalmente se mantiene abierta la posibilidad de ofrecer descuentos en el futuro como parte de una estrategia de promoción, dependiendo de la demanda y el ritmo de ventas.

El esquema de ventas de la empresa constructora, es el siguiente:

El cliente reserva con el 10%, 20% durante la construcción del proyecto y el 70% con financiamiento bancario.

La empresa constructora tiene varias formas de pago como:

Compras al contado 10% de descuento

Compras en planos 5% de descuento

30% de entrada y 70% a 12 meses

30% de entrada y el 70% con financiamiento bancario (convenio con el Banco del Pichincha, crédito hipotecario de 5 a 8 años).

6.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

6.4.1. MERCADEO DE TERCEROS

La constructora MC Constructores, tiene un convenio con el Banco del Pichincha. En otras ocasiones la empresa MC y el banco han trabajado conjuntamente, el convenio permite acceder a créditos del Banco, a potenciales compradores del proyecto; la institución financiera realiza todo el proceso de análisis de riesgo, verificación de referencias, garantías y cobranzas.

Hay otro convenio con Inmobiliaria La Coruña, para que realice la venta de los departamentos, con una comisión establecida entre las partes,

realizando todo el trabajo de identificación, contacto del cliente, ventas y cobranzas. Esta inmobiliaria tiene la exclusividad de las ventas, esto quiere decir que, además de la empresa constructora, ninguna otra empresa tiene la potestad de vender los departamentos del edificio Fiorano Plaza.

Uno de los beneficios del nexo con Inmobiliaria La Coruña, es que el proyecto será promocionado y comercializado contando con el apoyo, infraestructura, contactos y experiencia de esta inmobiliaria, que puede ser beneficioso al momento de captar la clientela del segmento que se desea captar.

6.5. CONCLUSIONES

Desde la década pasada, las empresas constructoras incrementaron sustancialmente la inversión publicitaria y el bombardeo promocional en apoyo a la venta de proyectos inmobiliarios, debido a los cambios en el mercado inmobiliario nacional, gustos y preferencia de la demanda y a la mayor competencia de oferentes.

Los constructores tienen muy buenos resultados con la aplicación de acciones de mercadeo directo integral, utilizando una estrategia de combinar medios publicitarios entre los tradicionales y las revistas especializadas en oferta inmobiliaria, correo directo, mail marketing, vallas, señalización, páginas web, distribución de hojas volantes (flyers), tele mercadeo, presentaciones a grupos especiales, cócteles y ferias, entre otros; lo que ha requerido de una mayor creatividad y competitividad de las áreas de mercadeo y ventas de los equipos comerciales.

Los constructores han contratado vendedores propios lo que aumenta la presión competitiva en el sector, genera competencia para las inmobiliarias y elimina para estos constructores la posibilidad de aprovechar economías de escala y aumentar la rotación de ventas, si utilizarán el canal adecuado y normal de comercialización de proyectos a través de los equipos de ventas especializados de las inmobiliarias.

Las herramientas consideradas para promocionar el proyecto Fiorano Plaza, que han dado mejor resultado son las siguientes:

La exposición a grupos especiales que se realizó a través del cóctel de lanzamiento.

La promoción en el Salón de la Vivienda, realizado del 21 al 30 de mayo en el Centro de Exposiciones Quito. En la que se hizo publicidad a través de regalos con logotipos de la empresa y del proyecto, folletos tipo díptico y flyers.

Publicidad en la revista de oferta inmobiliaria: el Portal Inmobiliario

La valla publicitaria colocada en la obra.

Envío de correos electrónicos (mailing) y tele mercadeo, a personas seleccionadas (familiares, amistades, ejecutivos, empleados públicos y privados, referidos de clientes actuales y antiguos).

ANALISIS FINANCIERO

7. ANALISIS FINANCIERO

ANALISIS ESTÁTICO.

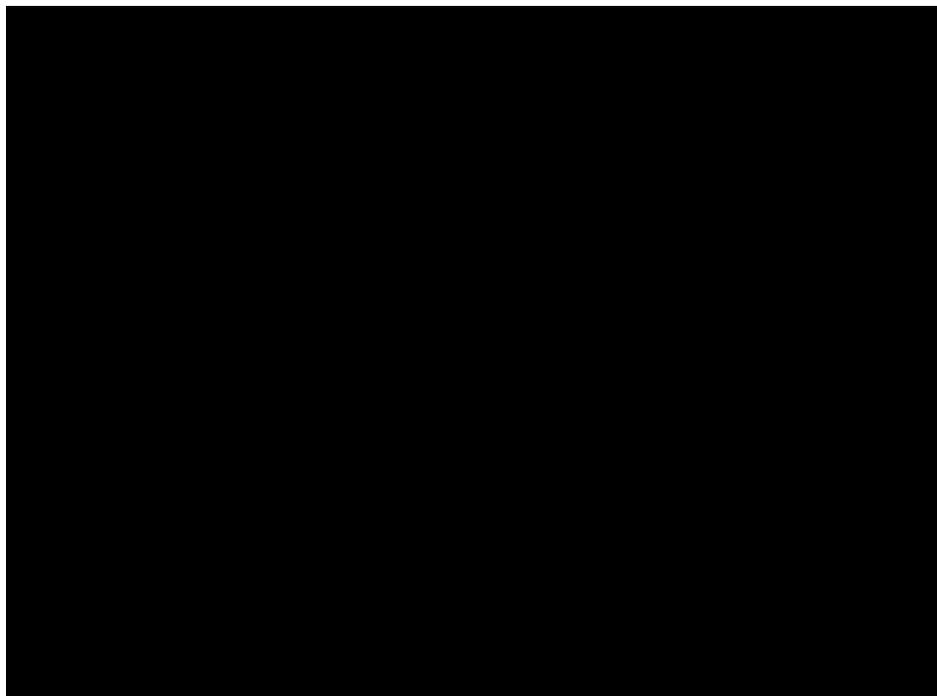
Este análisis se basa en la estructura de costos del proyecto y el valor de las ventas totales, que se muestra en el capítulo número 5.

El cuadro siguiente permite ver los totales de ingresos por ventas y los egresos, sin tomar en cuenta la fecha en la que se han realizado las operaciones.

Con este estudio se desprecia el valor del dinero en el tiempo, solamente permite observar la pérdida o ganancia sin considerar si esta ganancia o pérdida se produce durante pocos meses o años.

Este método produce una idea general, pero es importante señalar que se debe realizar un análisis de tipo dinámico, considerando el valor del dinero en el tiempo, para tener una idea más clara respecto a la factibilidad del proyecto.

CUADRO 7.1. Ingresos y Egresos



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El porcentaje de ganancia es algo bajo, pero se debe a la circunstancia de que el constructor desea ingresar en un medio competitivo, y lo hace diferenciándose en el precio.

Es conveniente observar cual es la incidencia del valor que se debe pagar al Servicio de Rentas Internas por efecto del impuesto a la renta. Este valor actualmente es igual al 25 % de las utilidades.

CUADRO 7.2. Impuesto a la Renta

IMPUESTO A LA RENTA	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 224,158.00
RENTABILIDAD	16.07%
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 56,039.50
UTILIDAD FINAL	\$ 168,118.50
RENTABILIDAD FINAL ANUAL	12.05%
RENTABILIDAD FINAL PROYECTO	17.34%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El cuadro anterior es el resultado de realizar un análisis estático, se recalca que necesariamente se deberá realizar un análisis de tipo dinámico, para ver la real incidencia del dinero en el tiempo.

Análisis de egresos.

Los egresos representan todos los valores gastados durante el transcurso de la obra. Y su incidencia se representa de acuerdo al cronograma valorado, donde se muestra los egresos realizados por cada actividad y el valor que representa cada una de estas.

Dichos egresos o costos se subdividen en costos directos e indirectos. Los costos directos están dados por los gastos que son fácilmente asimilables a la obra propiamente dicha y que constan en el cronograma valorado. Los costos indirectos, que son los más difíciles de valorar y están ligados al desarrollo de la obra, durante los procesos de: planificación, ejecución, todos los gastos administrativos, y varios que se generen durante la vida del proyecto.

Dentro de los desembolsos se encuentra el costo del terreno, mismo que puede ser incluido al inicio o al final de la obra dependiendo del tipo de negociación realizada.

En este proyecto se realizó un acuerdo real de pago del terreno al final del proyecto, ya que pertenece a uno de los socios. Por lo tanto el valor del terreno \$200000.00, se incluye en los flujos al final del proyecto,

El gráfico siguiente presenta un cronograma con los diferentes componentes de los costos y su evolución durante el transcurso de la obra.

CUADRO 7.3.Egresos del Proyecto

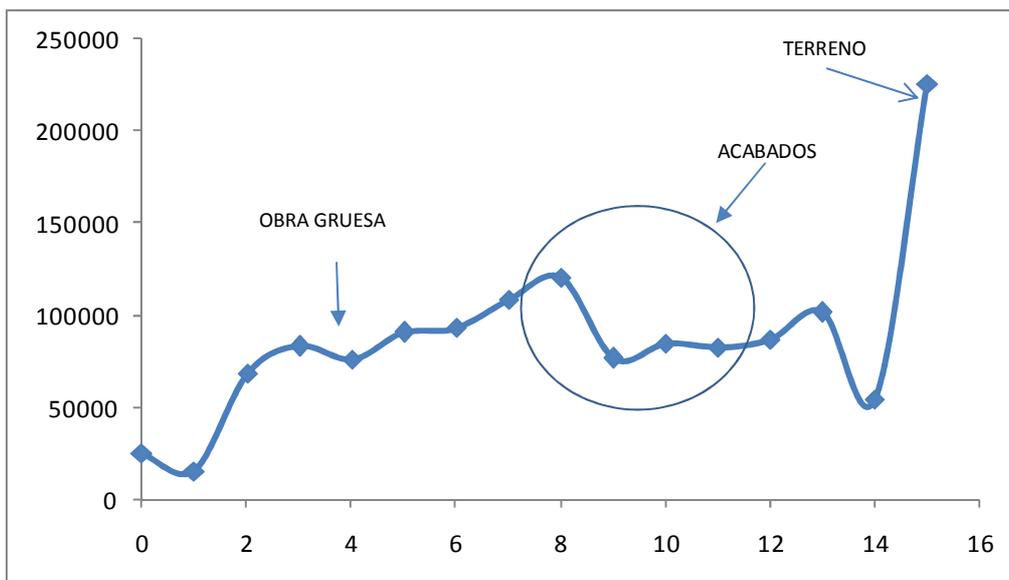
		CUADRO DE EGRESOS DEL PROYECTO															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
		PREINVERSION	CIMENTACION		ESTRUCTURA			MAMPOSTERIA ENLUCIDOS			TERMINACIONES ACABADOS			COBROS			
		EGRESOS-COSTOS DIRECTOS															
GASTOS PRELIMINARES DE OBRA		[Barra azul que cubre los meses 1 a 2]															
OBRA GRUESA		[Barra azul que cubre los meses 1 a 8]															
ALBAÑILERÍAS		[Barra azul que cubre los meses 5 a 13]															
TERMINACIONES		[Barra azul que cubre los meses 8 a 15]															
INSTALACIONES HIDROSANITARIAS		[Barra azul que cubre los meses 2 a 14]															
INSTALACIONES ELECTRICAS, TELEFONICAS Y TV		[Barra azul que cubre los meses 2 a 13]															
RED CONTRA INCENDIOS		[Barra azul que cubre los meses 9 a 13]															
SISTEMAS ELECTROMECHANICOS		[Barra azul que cubre los meses 5 a 13]															
VIARIOS FINAL DE OBRA		[Barra azul que cubre los meses 2 a 16]															
		EGRESOS-COSTOS INDIRECTOS															
ESTUDIOS ESPECIALIDADES		[Barra azul que cubre los meses 1 a 2]															
IMPUESTOS Y GASTOS LEGALES		[Barra azul que cubre los meses 1 a 15]															
HONORARIOS EJECUCION		[Barra azul que cubre los meses 1 a 15]															
COMISIONES Y VENTAS		[Barra azul que cubre los meses 1 a 14]															
PUBLICIDAD		[Barra azul que cubre los meses 1 a 14]															

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El cuadro anterior permite realizar un gráfico que muestra el desarrollo de los egresos durante la vida útil del proyecto.

Se observa que los egresos se mantienen hasta el último mes de duración del proyecto, con gastos varios e indirectos.

GRÁFICO 7.1. Egresos del Proyecto en el Tiempo



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

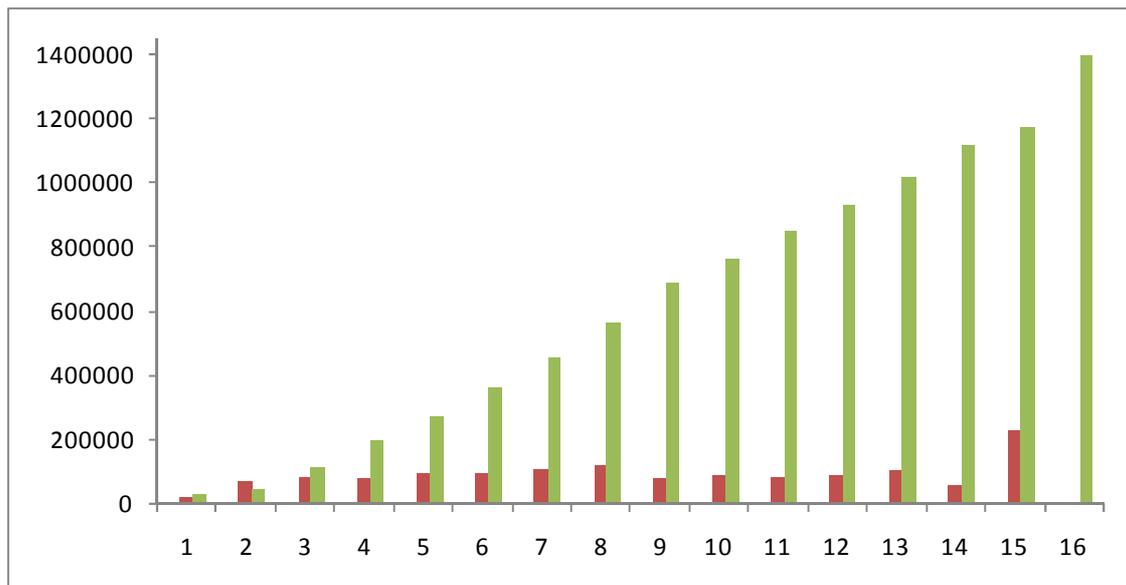
Analizando el gráfico anterior se observa cuales son los valores de inversión requeridos en cada uno de los períodos del proyecto.

Se observa que los valores de inversión más baja se presentan en los dos primeros meses, que corresponde a trabajos preliminares.

Posteriormente se requiere de importantes inversiones para cubrir el costo de la obra gruesa y los acabados y finalmente se tiene un pico por efecto del pago del costo del terreno, que se realiza al final del proyecto.

El gráfico mostrado a continuación muestra en diagramas de barras el desarrollo de los costos parciales y los costos acumulados.

GRÁFICO 7.2. Diagrama de Egresos del Proyecto en el Tiempo



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Observando que se genera una curva típica que se basa en un avance de construcción con tendencia ascendente.

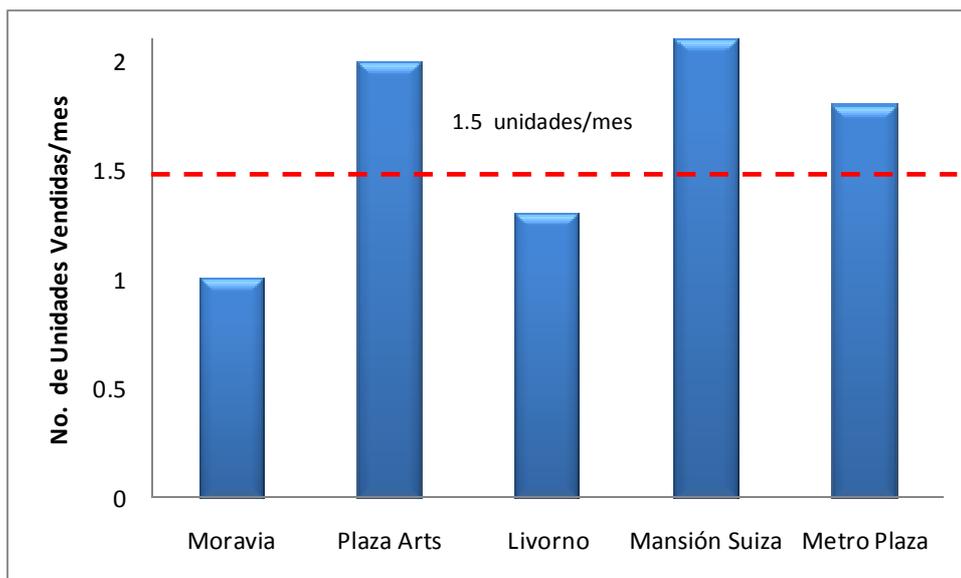
A simple vista se muestra la incidencia del costo del terreno que se paga en el último mes.

Análisis de ingresos.

Maurizio Catanni Constructores no ha definido un plan de ventas, por lo que para ejecutar el presente análisis se ha realizado un modelo supuesto de ventas para establecer el flujo de ingresos mensuales.

La velocidad de ventas se basó en los niveles de absorción obtenidos en el estudio de la competencia que se muestra en el capítulo tres, donde se observa los niveles de absorción para cinco proyectos que se ofertan actualmente en Quito y en sectores destinados a un segmento de mercado similar al que se destina el edificio Fiorano Plaza.

GRÁFICO 7.3.Velocidad de Ventas



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Para un escenario normal de ventas se supone que la velocidad de ventas será de 1.50 unidades de vivienda por mes. Esta consideración se la realizó tomando un promedio de los niveles de absorción de los proyectos mencionados. Se indica que no se ha analizado el proyecto Plaza Milano ya que su velocidad de ventas es de 3.5 unidades por mes, pero al considerarlo, se trataría de un escenario optimista.

El siguiente gráfico presenta la modalidad de cobro de Maurizio Cattani Constructores.

CUADRO 7.4.Modalidad e Pago.

MODELO DE COBRANZAS-MAURIZIO CATTANI	
10%	A LA RESERVA
30%	EN CUOTAS MENSUALES DURANTE LA EJECUCION DE LA OBRA
60%	AL FINAL DE LA OBRA + 30 DIAS

FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 7.4.Cronograma de Ventas

CRONOGRAMA DE VENTAS DEL PROYECTO																
MES DE COBRO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
FASE	PREINVERSION		CIMENTACION		ESTRUCTURA			MAMPOSTERIA ENLUCIDOS			TERMINACIONES ACABADOS			COBROS		
INGRESOS POR VENTAS																
MES DE VENTA																
1																
2																
3																
4																
5																
6																
7																
8																
9																
10																
11																
12																
13																

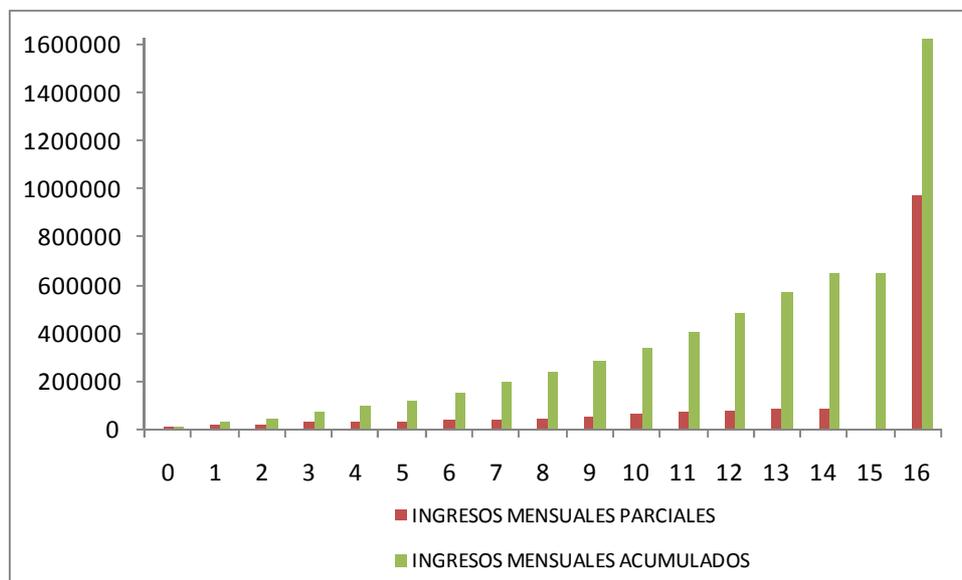
FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

De acuerdo al gráfico anterior, se planea vender todos los departamentos en un lapso de 13 meses, en base al análisis de la competencia indicada anteriormente.

Los cobros en cambio se realizarán hasta el mes 16, un mes después de terminada la construcción, de acuerdo a la modalidad de pago de Maurizio Catanni Constructores.

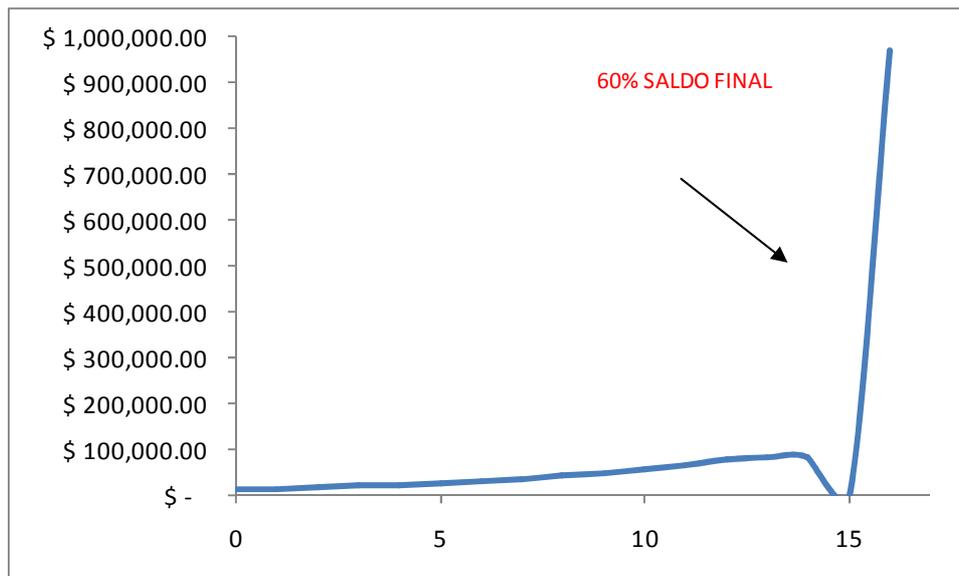
Se muestra en los siguientes gráficos la distribución de los ingresos proyectados a lo largo de la duración del proyecto.

GRÁFICO 7.5.Ingresos Parciales y Acumulados



FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 7.6. Ingresos por Ventas en el Tiempo



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

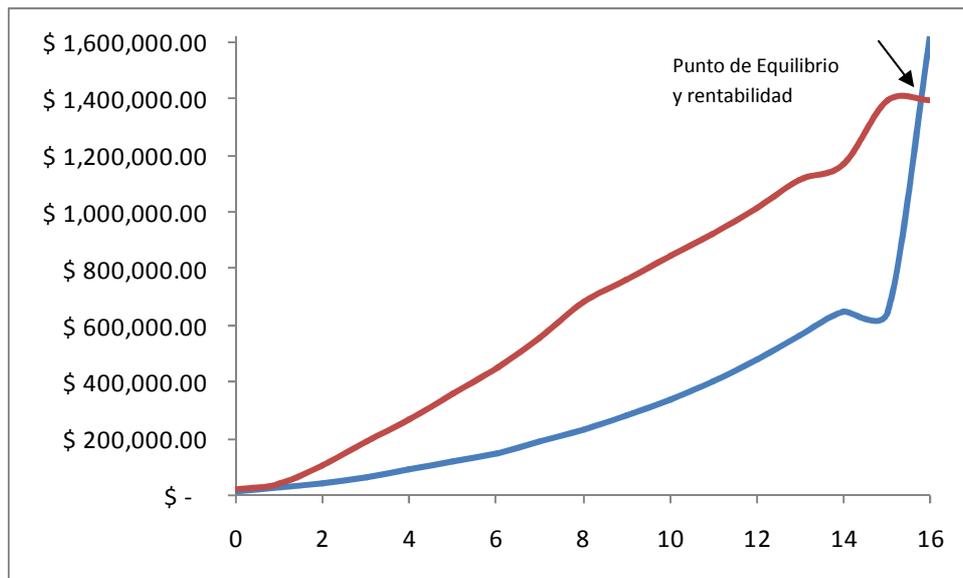
Observando los gráficos, se puede ver que los ingresos del proyecto progresan de manera creciente pero con una pendiente muy baja. De la misma manera se observa que los ingresos son bastante bajos excepto en el mes 17, donde existe un pico, por efecto del cobro del saldo, que corresponde al 60%.

Esta situación afecta de manera importante a los saldos del proyecto como se observará más adelante.

Análisis de saldos-Flujo de caja.

Un aspecto que debe considerarse en este estudio es: el análisis de la inversión en el tiempo de duración del proyecto, estableciendo la relación que existe entre los ingresos y los egresos acumulados y los saldos restantes.

GRÁFICO 7.7. Ingresos y Gastos en el Tiempo

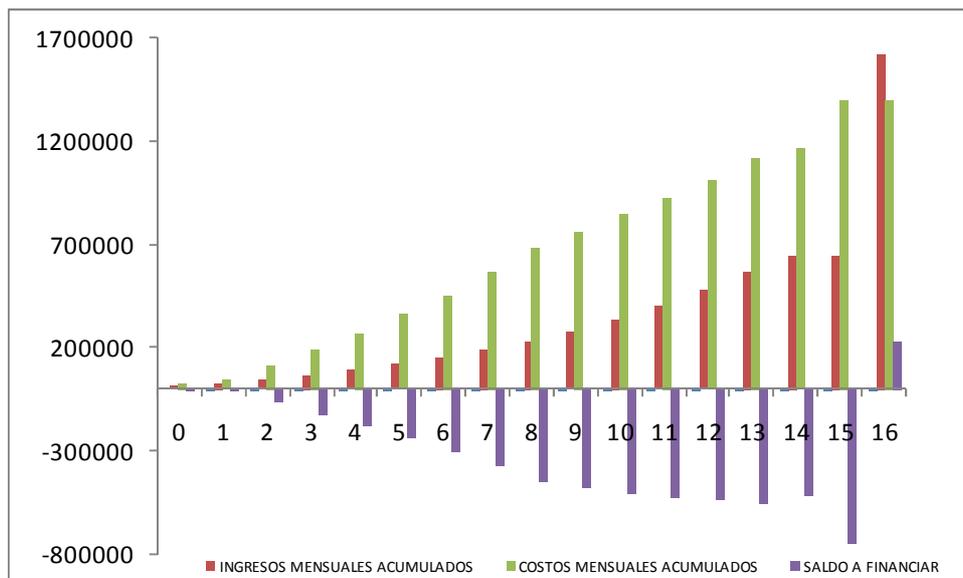


FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se observa que los gastos superan a los ingresos durante todo el proyecto, los ingresos cruzan a los gastos en el mes 16, y es el período en el cual el proyecto se establece como rentable.

La gráfica de los ingresos y gastos acumulados y el saldo a financiar, presenta la necesidad de financiar el proyecto, caso contrario, no existirá un flujo de caja positivo durante casi todo el desarrollo del proyecto.

GRÁFICO 7.8. Ingresos y Gastos Acumulados



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Financiamiento e inversión.

7.5.1 Aportes de los socios.

El proyecto Edificio Fiorano Plaza es un proyecto que será financiado en un porcentaje importante por los dos socios principales.

CUADRO 7.5. Cuadro de Financiamiento.

CUADRO DE FINANCIAMIENTO/INVERSIONISTAS		
INVERSIÓN TOTAL		\$ 1,395,134.00
SOCIO	% INVERSIÓN TOTAL	APORTE
M. CATTANI CONSTRUCTORES	14%	\$ 190,000.00
SOCIO 1	39%	\$ 540,000.00
TOTAL FINANCIAMIENTO		52% \$ 730,000.00

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

El aporte de los inversionistas llega a un 52% del costo total del proyecto, y el porcentaje restante se financiará mediante la venta de los departamentos.

Este modelo tiene su riesgo, ya que los promotores confían que las ventas se cumplan de acuerdo a sus expectativas, en caso contrario deberán financiar todo el proyecto, para que el edificio sea terminado en el plazo establecido.

La utilidad aproximada que los inversionistas esperan ganar al invertir en el proyecto del edificio Fiorano Plaza, se muestra en el gráfico siguiente:

Del gráfico se puede apreciar que la rentabilidad aproximada sobre la inversión se encuentra en un 22%, correspondiente a los 15 meses de duración del proyecto. Resultando en una rentabilidad anualizada de alrededor del 16%.

Es una rentabilidad importante para los inversionistas, obviamente mayor a tasa pasiva que pagan los bancos, que fluctúan entre el 5% y el 7%.

CUADRO 7.6. Rentabilidad de los Accionistas

PROYECCIÓN RENTABILIDAD ACCIONISTAS					
SOCIO	APORTE (US \$)	PORCENTAJE	UTILIDAD ESPERADA	RENTABILIDAD (16 Meses)	RENTABILIDAD ANUALIZADA
M. CATTANI CONSTRUCTORES	\$ 190,000.00	26%	\$ 41,643.84	22%	16%
SOCIO 1	\$ 540,000.00	74%	\$ 118,356.16	22%	16%
TOTAL	\$ 730,000.00	100%	\$ 160,000.00	22%	16%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

7.5.2 Financiamiento con apalancamiento.

Considerando que el aporte de los socios llega cubrir solo un 52% del total de los gastos que se generarán durante el proyecto, es necesario realizar un estudio considerando el apalancamiento bancario, que permita cubrir los desembolsos importantes, de tal manera que se evite generar un flujo de caja negativo.

La banca privada actualmente financia proyectos inmobiliarios con tasas que fluctúan entre el 12 y el 14%.

Análisis e indicadores dinámicos.

Los modelos de tipo dinámico sirven para determinar la rentabilidad del proyecto, usando la interacción de ingresos y gastos realizados en cada uno de los períodos propios durante la duración del proyecto.

Por tal razón se requiere calcular la tasa de descuento para descontar los flujos del proyecto.

7.6.1 Tasa de descuento.

La tasa de descuento o tipo de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.

La tasa de descuento es una medida de la rentabilidad, que toma en consideración la inmovilización del capital invertido en un activo que tiene riesgo cero, y retribuye a la pérdida generada por la inflación.

La tasa de descuento determina la rentabilidad mínima esperada para invertir en un negocio y tiene alguna relación respecto a variables macro económicas como: el riesgo país.

En este proyecto se usará una tasa de descuento del 16%, en razón de que es la rentabilidad esperada por el grupo de inversionistas que invertirán en el edificio Plaza Fiorano.

7.6.2 Perfil Financiero del proyecto puro.

En base a los ingresos y egresos realizados durante la vida útil del proyecto, se muestra el resultado de la evaluación del proyecto puro (sin considerar apalancamiento).

CUADRO 7.7. Evaluación Flujo de Caja del Proyecto Puro

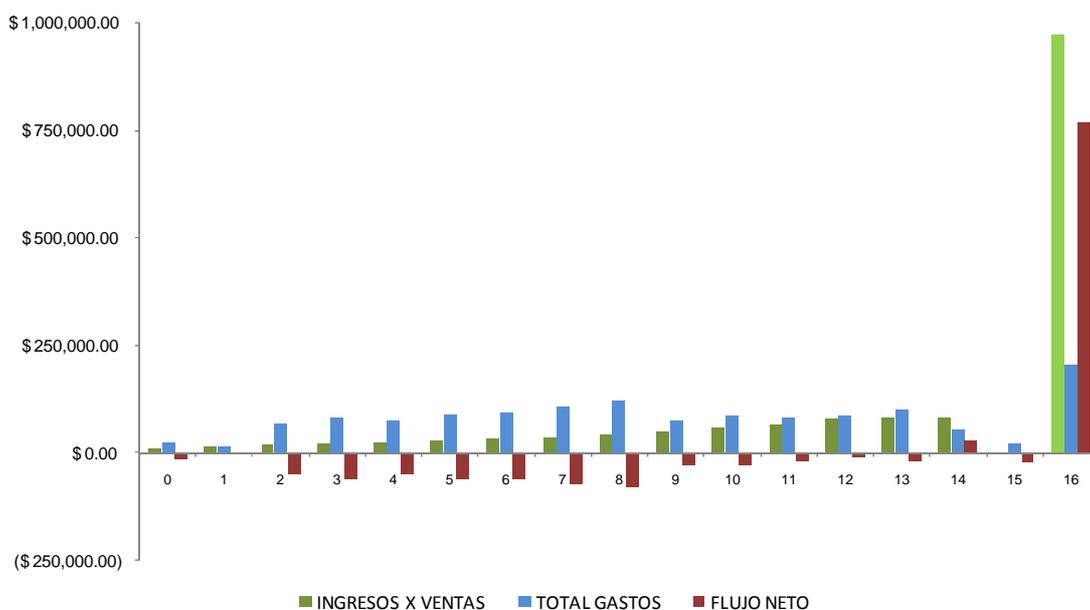
EVALUACIÓN FLUJO DE CAJA - PROYECTO PURO	
INDICADOR	VALOR
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	\$ 1,395,134.00
VENTAS TOTALES	\$ 1,619,292.00
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 224,158.00
TASA DE DESCUENTO	16%
VAN	\$ 118,854.13
TIR	N/D
MARGEN DE RENTABILIDAD ANUAL (Utilidad / Ingresos)	13.84%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO ANUAL (Utilidad / COSTO)	16.07%
MARGEN DE RENTABILIDAD PROYECTO (Utilidad / Ingresos)	20.14%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO PROYECTO (Utilidad / COSTO)	23.71%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se puede observar en el cuadro anterior que para una tasa de descuento del 16%, se obtiene un VAN (Valor Actual Neto) de alrededor de \$119000.00, que es el retorno que se obtiene al día de hoy, si se invierte en el proyecto.

En este caso la inversión resulta ser viable. La TIR (tasa interna de retorno), no es representativa como medida de valoración del proyecto, porque existen varios cambios de signo en los distintos periodos del proyecto.

GRÁFICO 7.9. Ingresos, Gastos, Flujo Neto del Proyecto Puro



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

De acuerdo a los supuestos financieros, los inversionistas llegan a financiar el proyecto solamente hasta los meses 6-7.

7.6.3 Perfil financiero del proyecto apalancado.

Con el objetivo de evitar un flujo de caja negativo, se ha realizado un modelo del proyecto considerando un apalancamiento, asumiendo un crédito otorgado por una institución privada (Banco del Pichincha). Se considera que se requiere un crédito de \$555000.00, mismo que será distribuido a lo largo del proyecto de acuerdo a las necesidades, de manera que no se incurra en costos financieros innecesarios.

En el gráfico siguiente se observa los resultados de la evaluación del proyecto apalancado y el perfil financiero resultante. En este modelo se ha utilizado la misma tasa de descuento del 16%.

CUADRO 7.8. Evaluación Flujo de Caja del Proyecto Apalancado

FLUJO DE CAJA - PROYECTO APALANCADO	
INDICADOR	
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	\$ 1,491,904.83
INGRESOS TOTALES	\$ 1,619,292.00
MARGEN DE UTILIDAD	\$ 127,387.16
TASA DE DESCUENTO	16%
VAN	\$ 155,943.41
TIR	N/D
MARGEN DE RENTABILIDAD (Utilidad / Ingresos)	7.87%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO (Utilidad / COSTO)	8.54%
MARGEN DE RENTABILIDAD PROYECTO (Utilidad / Ingresos)	11.02%
RENTABILIDAD SOBRE COSTO PROYECTO (Utilidad / COSTO)	12.01%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

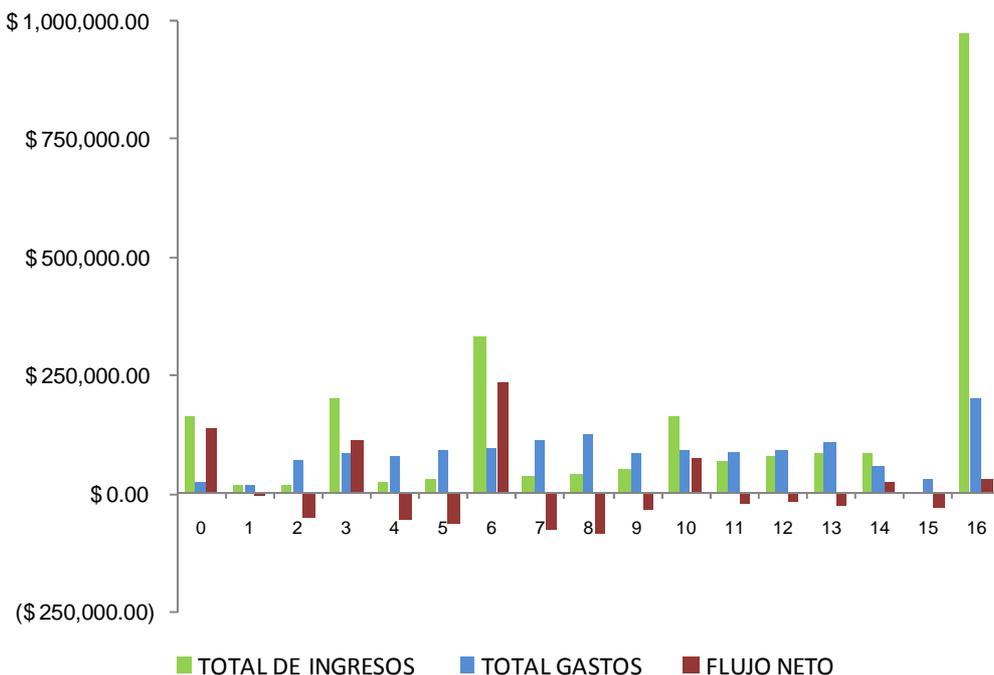
La utilidad en el proyecto con apalancamiento disminuye, ya que se debe pagar el costo del dinero, se debe anotar que la inversión es menor. El costo total del proyecto apalancado es mayor que el del proyecto puro.

El VAN del proyecto apalancado disminuye en alrededor de \$10000.00, porque se considera que es conveniente apalancar el proyecto.

El margen de rentabilidad en el proyecto apalancado disminuye en alrededor de 6%, y la rentabilidad sobre el costo disminuye en 7.50%.

El gráfico siguiente muestra: los totales de ingresos, gastos y el flujo neto.

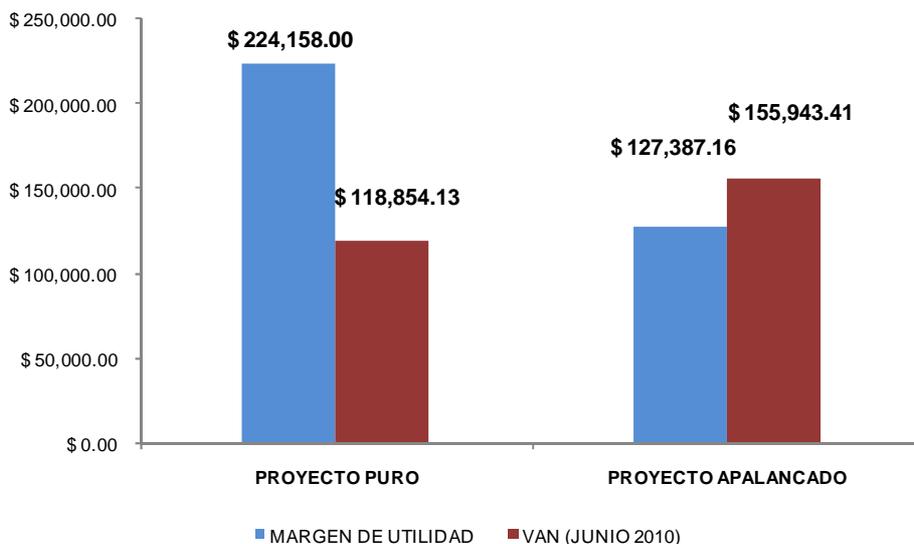
GRÁFICO 7.10. Ingresos, Gastos, Flujo Neto del Proyecto Apalancado



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se presenta el comparativo entre los proyectos puro y apalancado, observándose que el margen de utilidad en el proyecto apalancado disminuye en alrededor de \$97000.00, pero todavía se tiene una utilidad de \$127392.00, y con la ventaja de tener flujos positivos durante todo el proyecto.

GRÁFICO 7.11. Indicadores Proyecto Puro y Proyecto Apalancado



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Análisis de sensibilidades.

A continuación se realizará los análisis de sensibilidad del flujo de caja del proyecto puro, respecto a las principales variables que podrían afectar los ingresos y egresos del proyecto.

En este estudio se ha realizado modelos financieros considerando a variación de las siguientes variables independientes:

Costos del Proyecto.

Precio de Venta.

Velocidad de Ventas.

Tiempo de ejecución de la obra.

7.7.1 Variación de Costos del Proyecto.

Se analiza la variación del VAN y la TIR, en escenarios que suben o bajan los costos del proyecto.

CUADRO 7.9. Análisis de Sensibilidad a la variación de Costos

SENSIBILIDAD A LA VARIACIÓN DE COSTOS DEL PROYECTO				
% VARIACIÓN DE COSTOS	VAN	TIR	UTILIDAD	% VARIACIÓN (VAN)
-10%	\$ 242,859.03	5.98%	\$ 363,676.81	104.33
-8%	\$ 218,058.92	5.45%	\$ 335,774.13	83.46
-6%	\$ 193,258.82	4.94%	\$ 307,871.45	62.60
-4%	\$ 168,458.72	4.43%	\$ 279,968.78	41.73
-2%	\$ 143,658.62	3.95%	\$ 252,066.10	20.87
0%	\$ 118,858.51	3.47%	\$ 224,163.42	0.00
2%	\$ 94,058.41	3.01%	\$ 196,260.74	-20.87
4%	\$ 69,258.31	2.55%	\$ 168,358.06	-41.73
6%	\$ 44,458.20	2.11%	\$ 140,455.38	-62.60
8%	\$ 19,658.10	1.67%	\$ 112,552.70	-83.46
10%	\$ (5,142.00)	1.25%	\$ 84,650.02	-104.33
12%	\$ (29,942.11)	0.83%	\$ 56,747.34	-125.19

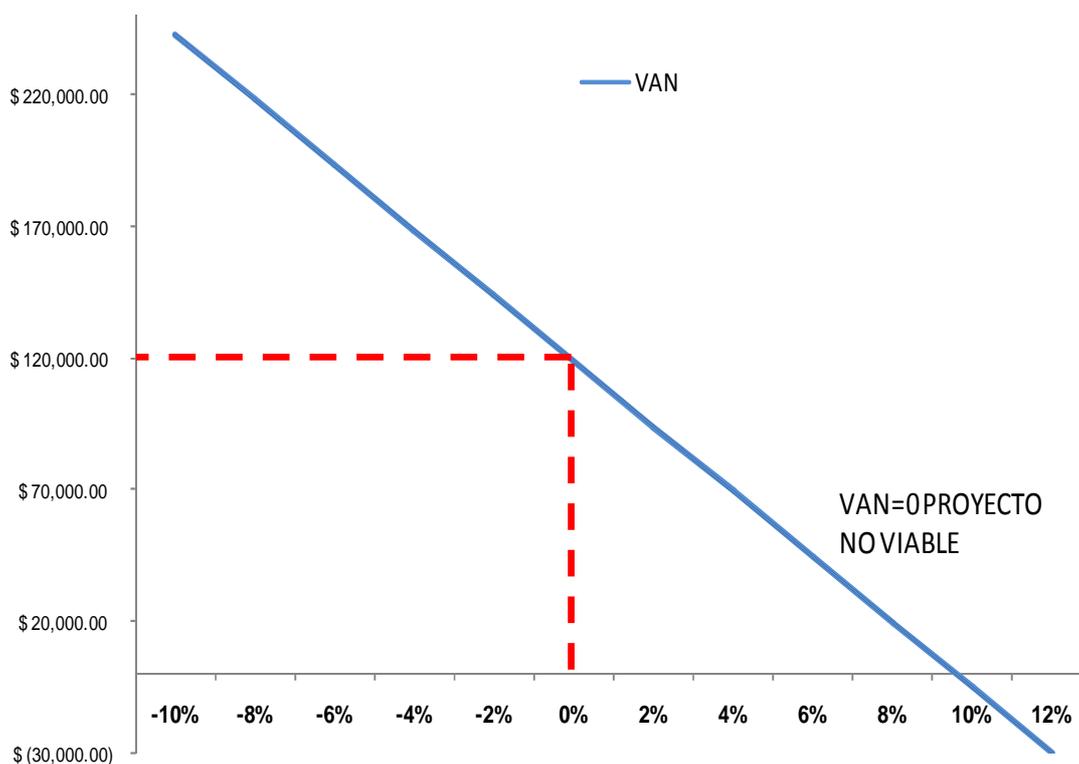
FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Analizando el gráfico de la sensibilidad a la variación de los costos del proyecto, se observa que se presenta una variación de tipo lineal.

Se observa que el VAN se hace cero (0), cuando la variación de los costos del proyecto son de +9.585%, en este caso el proyecto ya no es viable. Se puede señalar que el proyecto no es demasiado sensible a una variación de costos.

Adicionalmente se muestra que por cada por ciento que se incrementa en el costo del proyecto, el VAN disminuye en \$12400.05.

GRÁFICO 7.12. VAN. Variación de Costos del proyecto



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

La utilidad es mayor obviamente cuando mayor es la disminución de precios.

En el gráfico siguiente se muestra el comportamiento de la TIR, cuando se varían los costos del proyecto. A menor costo, mayor es la TIR.

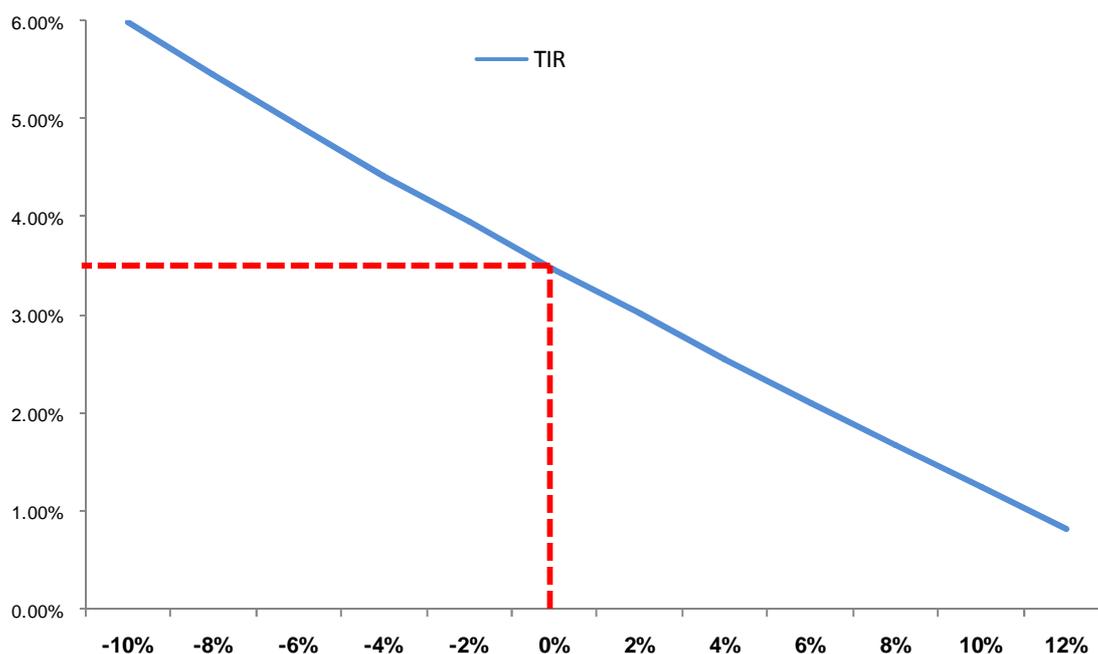
La ec. de la recta es: $Y = -1240005.15 X + 118858.52$

VAN=0, a partir de un incremento en el 9.585%, el proyecto deja de ser rentable

Por cada 1% de incremento en los costos el VAN disminuye en \$12400

Por cada 1% de incremento en los costos el VAN disminuye en un 10.435%

GRÁFICO 7.13.TIR. Variación de Costos del proyecto



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

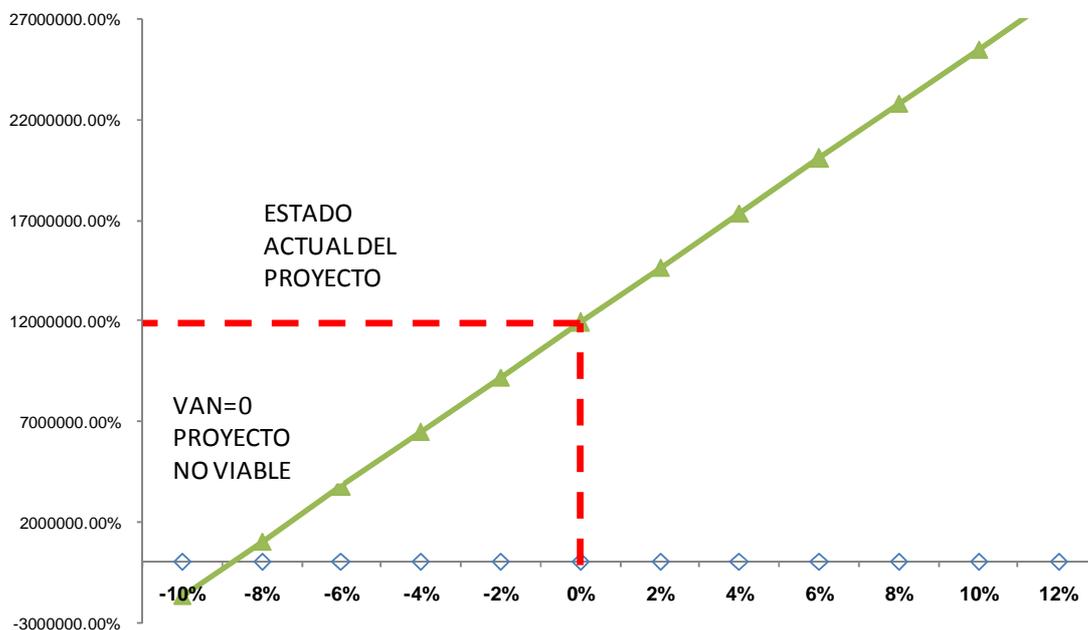
7.7.2 Variación del precio de venta

CUADRO 7.9. Análisis de Sensibilidad a la variación del Precio de Venta

SENSIBILIDAD A LA VARIACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL PROYECTO				
% VARIACIÓN DE COSTOS	VAN	TIR	UTILIDAD	% VARIACIÓN (VAN)
-10%	-17,027.85	1.01%	\$ 62,233.67	-0.14
-8%	10,149.42	1.52%	\$ 94,619.62	0.09
-6%	37,326.69	2.02%	\$ 127,005.57	0.31
-4%	64,503.97	2.51%	\$ 159,391.52	0.54
-2%	91,681.24	3.00%	\$ 191,777.47	0.77
0%	118,858.51	3.47%	\$ 224,163.42	0.00
2.00%	146,035.79	3.94%	\$ 256,549.36	1.23
4.00%	173,213.06	4.40%	\$ 288,935.31	1.46
6.00%	200,390.33	4.85%	\$ 321,321.26	1.69
8.00%	227,567.60	5.30%	\$ 353,707.21	1.91
10.00%	254,744.88	5.74%	\$ 386,093.16	2.14
12.00%	281,922.15	6.17%	\$ 418,479.10	2.37

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

GRÁFICO 7.14. VAN. Variación del Precio de Venta



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

Se observa que el proyecto no es demasiado sensible a la variación en los precios de venta. El proyecto se hace no viable cuando se disminuye precios en un porcentaje igual a 8.75%. Razón por la que se puede manifestar que existe un rango importante para poder jugar con los precios.

7.7.3 Variación en velocidad de ventas

Al variar el parámetro de velocidad de ventas, en la curva se presentan dos pendientes, la primera mayor que la segunda; lo que indica que al aumentar la velocidad de ventas 1 mes permite obtener mejores resultados globales.

Ya que a si se disminuye dos o más meses, se tiene menor pendiente lo que significa que la sensibilidad es menos representativa.

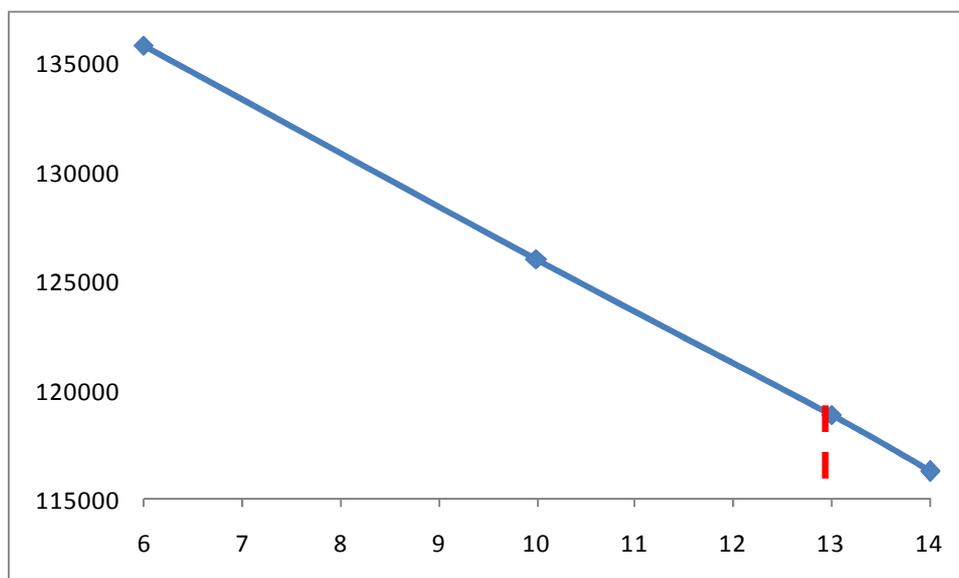
CUADRO 7.10. Análisis de Sensibilidad a la variación de la Velocidad de Ventas

SENSIBILIDAD A LA VARIACIÓN DE LA VELOCIDAD DE VENTAS DEL PROYECTO		
VENTAS (MESES)	VAN	% VARIACIÓN (VAN)
6.00	135,805.09	14.26%
10.00	126,014.61	6.02%
13.00	118,858.51	-
14.00	116,281.34	-2.17%

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

La TIR en cambio en cambio es bastante sensible respecto a la velocidad de ventas del proyecto.

GRÁFICO 7.15. VAN. Variación de la Velocidad de Ventas



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra

ASPECTOS LEGALES

8. REQUERIMIENTOS LEGALES

Uno de los componentes fundamentales dentro de la ejecución de un proyecto inmobiliario es la parte legal. Una asesoría dentro de esta materia es necesaria, de manera que el proyecto cumpla con todas las normativas municipales y cuente con los permisos de ejecución respectivos.

La empresa MC Constructores, por tener ya varios años de experiencia, cuenta con un equipo de trabajo propio y con asesores legales externos, que le permitan cumplir adecuadamente los procedimientos y normativas del Distrito Metropolitano de Quito.

Las exigencias legales detalladas y vinculadas a cada fase del proyecto, se presentan a continuación.

8.1. ADQUISICIÓN DEL TERRENO

En primer término se debe revisar que el terreno no tenga impedimento de compra (hipotecas, gravámenes, impuestos no pagados, derechos y acciones, procesos pendientes, problemas de herencias, traspasos).

Es importante revisar que: el nombre del propietario, coincida en documentos como: escrituras, en el registro de la propiedad y en el IRM, ya que de esta manera se evitará tener una negociación fallida o lo que es peor perder tiempo y dinero.

Para que la transferencia del bien se pueda llevar a cabo, se requiere de la siguiente documentación legal:

Copias de cédula de identidad y papeleta de votación del propietario y su cónyuge

Escritura de la propiedad

Certificado de pago del impuesto predial

Certificado de gravámenes

Registro y pago de alcabalas

A partir de la documentación previa, se puede proceder con la realización del contrato de Compra-Venta en una notaría pública, el cual estipula los plazos y formas de pago.

8.1.1 REQUISITOS ADICIONALES

Constatar que no existan deudas grandes con relación a impuestos prediales, alcabalas, etc.

Es importante hacer un levantamiento de: límites y linderos de la propiedad; y verificar que éstos sean los mismos que los indicados en las escrituras, caso contrario se deberá solicitar que se resuelva este inconveniente con los vecinos, antes de proceder con la negociación.

Una vez finalizada la revisión de documentos y aspectos mencionados anteriormente se puede empezar la negociación. En caso de ponerse de acuerdo en el precio del bien, se pactará: el precio, la forma de pago, multas por retraso de cualquiera de las partes,

El comprador normalmente es quien debe pagar el impuesto a la transferencia de dominio de acuerdo al precio de venta indicado en escrituras.

8.2. FASE DE PLANIFICACIÓN

8.2.1. INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA

El constituye el documento principal ligado al proceso de planificación ya que delinea, de manera determinante, los datos específicos de un predio, tales como:

Clave catastral

Retiros

Altura máxima permitida

Usos del suelo permitidos

Parámetros para urbanizar o lotizar

Área disponible para construir (COS y CUS)

Disponibilidad de servicios básicos

Restricciones y limitaciones

Adicionalmente, el Informe de Regulación Metropolitana es un documento indispensable para realizar la mayoría de trámites municipales, tales como *Registro de Planos y Permiso de Construcción*. Para obtenerlo, hay que acudir directamente al I. Municipio de Quito, con copias de la cédula de identidad del propietario y pago de impuesto predial del terreno.

8.2.2. REGISTRO DEL PROYECTO EN COLEGIOS PROFESIONALES Y OTROS.

Una vez definido el diseño arquitectónico se puede proceder con el registro de planos ante el I. Municipio de Quito. Adicionalmente a la documentación requerida, se deben haber tramitado y cancelado una serie de tasas que se desglosan a continuación:

1*1000 Colegio de Arquitectos (opcional)

1*1000 Colegio de Ingenieros Civiles (opcional)

1*1000 Colegio de Ingenieros Eléctricos (opcional)

1*1000 Cuerpo de Bomberos (Nomenclatura)

1*1000 Centro de Salud

Una vez canceladas estas tasas, se sellan los juegos de planos por cada uno de estos organismos.

8.2.3. APROBACIÓN DE PLANOS EN EL MUNICIPIO.

Se presentará los siguientes documentos en la oficina municipal, para obtener el permiso de aprobación de planos:

Escrituras del inmueble y registro de la propiedad

Solicitud al municipio de parte del dueño del terreno y del profesional responsable del proyecto

Informe de Regulación Metropolitana (IRM)

Documento de pago de impuestos predial del año en curso

Certificado de Hipotecas y Gravámenes del Registrador de la Propiedad actualizado

Consentimiento notariado del 100% de los propietarios en caso de copropiedad si es que existe

Informes de planos aprobados de los proyectos de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica

Memoria de Diseño Estructural técnica, en copia dura y electrónica

Cronograma valorado del proyecto el cual no podrá tener valores menores a los establecidos anualmente por la EMMOP

Planos en detalle de zonas verdes y comunes de acuerdo a requerimiento del NAU

Diez copias de planos impresos y CD que contenga los archivos digitales georeferenciados de acuerdo al sistema WGS84

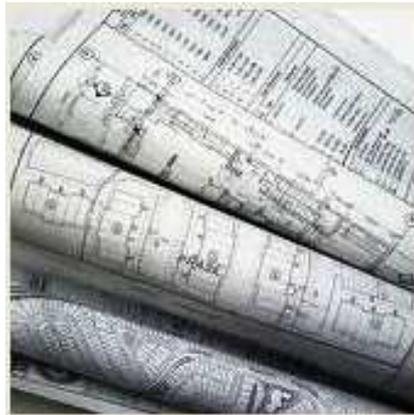
Una vez canceladas estas tasas, se sellan los juegos de planos por cada uno de estos organismos

Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario

Copia del carné profesional y municipal actualizado de los proyectistas

En caso de adosamiento en zonas aisladas, se deberá presentar al Municipio una autorización legalizada de los colindantes.

IMAGEN 8.1. Tasas y sellos municipales



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

Desde finales del 2009, el proyecto Fiorano Plaza, cuenta con todos los estudios técnicos y planos arquitectónicos aprobados por todas las instancias municipales y de las empresas de servicios públicos respectivas.

IMAGEN 8.2. Informe de regulación metropolitana

Informe de Regulación Metropolitana Página 1 de 1

QUITO Distrito Metropolitano		MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DIRECCIÓN METROPOLITANA DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL	
INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA			
Fecha: Martes 30 de Septiembre del 2008 (14:38)		Número: 238054	
1.- Identificación del Propietario *		3.- Esquema de Ubicación del predio	
Número del predio: 19486 Clave Catastral: 1120611007000000000 Cédula de Identidad: 0200067551 Nombre del propietario: CHECA CRUZ EFRAIN			
2.- Identificación del Predio * Parroquia: Ifaquito Barrio / Sector: BATAN BAJO Datos de terreno * Área de terreno: 432,00 m2 Área de construcción: 361,8 m2 Frente: 16,0 m Propiedad horizontal: NO Derechos y acciones: NO			
Calle	Ancho	Referencia	Retiro mts
- TIERRA LA	12.0	LÍNEA DE CERRAMIENTO	5.0
4.- Regulaciones			
Zona	Pisos	Retiros	
Zonificación: A21(A608-50)	Altura: 24 m	Frontal: 5 m	
Lote mínimo: 600 m2	Número de pisos: 8	Lateral: 3 m	
Frente mínimo: 5 m		Posterior: 3 m	
COS-TOTAL: 100 %		Entre Bloques: 6 m	
COS-PB: 50 %			
Forma de Ocupación del Suelo: (A) Aislada			
Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano			
Etapa de incorporación: Etapa 1 (2006 hasta 2010)			
Uso Principal: (M) Múltiple			
5.- Afectaciones			
6.- Observaciones			
CONSULTARA EN LA DIRECCION DE AVIACION CIVIL LA ALTURA MAXIMA DE CONSTRUCCION.			
7.- Notas			
<ul style="list-style-type: none"> - Para urbanizar y/o subdividir deberá solicitar a la EMAAP-Q la provisión de servicios y/o parámetros de diseño - Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros - Este informe tiene una validez de 2 años - Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes - Este informe tiene validez únicamente con sello y firma de responsabilidad - Cualquier alteración lo anulará - Estas áreas de información son responsabilidad de la Dirección de Avalúos y Catastros. Si existe algún error en los datos de identificación del propietario y/o del predio acercarse a la Dirección de Avalúos y Catastros para actualizarlos. 			
Firma Responsable: Ing. Velastegui Fausto (2) ADMINISTRACIÓN ZONA NORTE			

http://172.20.24.20/webim/informeIRM.jsp?numero_predio=19486&clave_lote=1120611007 30/09/2008

NOTARIA TRIGESIMA SEGUNDA DE QUITO
 En fe pública a la Ley Notarial EDOY FE
 que en foto copia que intercedió en su
 al documento que me fue presentado
 en:
 Quito, 10 DIC. 2009

DR. RAMIRO DAVILA SILVA
 NOTARIA TRIGESIMO SEGUNDO DE QUITO

FUENTE: MC Constructores
 ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

8.3. FASE DE EJECUCIÓN

8.3.1. PERMISO DE CONSTRUCCIÓN

Para poder iniciar con la obra civil, se debe tramitar el permiso de construcción. Los requisitos previos son el registro de planos arquitectónicos, cómo también el depósito por Fondo de Garantías, el cual es un fondo monetario

reembolsable al final de la construcción si el proyecto cumple con todos los planteamientos y exigencias técnicas municipales.

Este monto suele ser ingresado a través de una garantía bancaria que permite proteger la liquidez de la operación. Los requerimientos formales del mismo, se detallan a continuación:

- Formulario de aprobación de planos para construcción de edificación;
- Línea de Fábrica actualizada (IRM)
- Informe de aprobación de planos arquitectónicos
- 2 juegos de planos arquitectónicos
- 2 juegos de planos estructurales, eléctricos y sanitarios, respectivamente
- Comprobante de pago 1x1000 a los respectivos colegios profesionales (opcional si se requiere revisión previa)
- Comprobante del pago del Impuesto Predial
- Comprobante del depósito por fondo de garantías
- Escrituras del terreno o promesa compra-venta notariada e inscrita en el Registro de la Propiedad
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario
- Copia de la cédula y del carné profesional y municipal actualizado del proyectista, así como de los ingenieros calculista, eléctrico y sanitario
- Certificado otorgado por la EMAAP que establezcan la dotación de servicios de agua potable y alcantarillado

Actualmente, el proyecto Fiorano Plaza, cuenta con el Permiso de Construcción No.- PC20080000482 de fecha 22 de febrero de 2009.

A lo largo del proceso de construcción se efectuarán tres inspecciones municipales que examinan el fiel seguimiento en obra, tanto de los planteamientos hechos por el proyectista, como de las exigencias y normativas municipales. De ser este el caso, se emitirá el Permiso de Habitabilidad luego de la tercera inspección, documento que constituye la autorización que el Municipio concede para que una construcción entre en uso o servicio.

Adicionalmente, el Permiso de Habitabilidad es el documento habilitante para tramitar la devolución del Fondo de Garantía.

8.4. COMERCIALIZACIÓN DE INMUEBLES

Para poder proceder con la comercialización de los inmuebles, se debe cumplir con una serie de exigencias legales y contractuales, las cuales se describen en detalle a continuación:

8.4.1. DECLARATORIA DE PROPIEDAD HORIZONTAL

La propiedad horizontal, consiste en la individualización legal de las unidades componentes de una edificación

Debido a que el proyecto Fiorano Plaza, es una edificación que alberga unidades de vivienda independientes y que pueden ser enajenados individualmente debe sujetarse a las normas del Régimen de Propiedad Horizontal, a la Ley de Propiedad Horizontal y su reglamento respectivo.

La Declaratoria de Propiedad Horizontal, es un trámite de lo civil que debe ser protocolizado e inscrito en el Registro de la Propiedad, y requiere de la siguiente documentación:

Formulario de Licencia de Declaratoria bajo el Régimen de Propiedad Horizontal con la firma del profesional arquitecto o ingeniero civil constante, reconocida ante notario público

Escritura de adquisición del inmueble inscrita en el Registro de la Propiedad

Certificado de gravámenes actualizado

Acta de Registro original o copia certificada y planos arquitectónicos o Acta de Registro de reconocimiento de edificaciones existentes

Cuadro de alícuotas y áreas comunales que contenga única y específicamente las fracciones correspondientes del total de las áreas de uso privado y susceptibles de individualizarse. A las áreas de uso comunal no se asignará alícuotas, debiendo constar de manera detallada la superficie y el destino.

Original o copia certificada de Planos Arquitectónicos aprobados vigentes o con Permiso de Construcción para el caso de proyectos aprobados antes de la vigencia de la presente Ordenanza

Dado que la Declaratoria pudiera o no ser modificada a lo largo del ciclo del proyecto debido a modificaciones en obra, se tendrá que tramitar una modificatoria a la Declaratoria bajo el Régimen de Propiedad Horizontal, proceso que requiere los siguientes requisitos:

Autorización notariada del 100% de copropietarios; y,
Licencia de Trabajos varios, de haberse tramitado alguna modificación y/o ampliación de hasta 40.00 m2.

8.4.2. CONSTRUCCIONES FUTURAS.

Cuando se ha planificado una construcción por futura, por ejemplo 1 piso adicional para generar un departamento dúplex; sobre el último nivel del edificio. Primero se deberá verificar que: con la ampliación futura no se supere: la altura máxima, el COS y el CUS, indicados en el IRM.

Una vez verificado lo anterior, en la aprobación de planos arquitectónicos deberá constar solo los niveles o pisos que se van a construir durante la primera etapa. Pero el diseño arquitectónico, sanitario, eléctrico y estructural deberá haber contemplado las cargas y solicitudes generadas por la inclusión del piso adicional.

Respecto a la parte legal, se indicará claramente en la minuta de compra venta que el constructor entregará a los propietarios el edificio totalmente terminado hasta el nivel indicado en la aprobación de planos; pero la estructura y las instalaciones (eléctricas, sanitarias, servicios telefónicos y TV cable), permitirán la construcción de un piso adicional a futuro.

Se indicará que quien correrá con los gastos que ocasione esta ampliación será el propietario del departamento dúplex, y que el constructor no se compromete a realizar este trabajo adicional y que no será responsabilidad del constructor la futura construcción.

Una vez que el propietario decida realizar la ampliación, se realizará la aprobación de planos, presentando planos del último piso a construirse únicamente, pero adicionalmente se entregará al Municipio un documento que certifique que la estructura soportará todas las cargas de la edificación con el piso adicional. Esta certificación será emitida por un ingeniero civil especializado en estructuras.

8.4.3. CONTRATOS DE COMPRA-VENTA

Para poder efectuar la transferencia de las unidades de vivienda, deberán realizarse dos tipos de contratos entre los compradores y M.C. Constructores:

Contrato de promesa de compra-venta

Este tipo de contrato se utilizará para efectos de la reserva del bien. Es un documento que se efectúa a través de escritura pública en notaría. Dentro de dicho contrato se establecen las formas y calendarios de pago. Para la ejecución del mismo, se exigirá el pago de la cuota inicial de reserva y una copia de la cédula de ciudadanía del comprador.

Contrato de compra-venta definitivo

Este contrato se realizará una vez terminada la construcción del proyecto. A partir de este documento se efectiviza la transferencia definitiva del dominio del bien al comprador mediante escritura pública y se perfeccionará con su inscripción en el Registro de la Propiedad (Código Civil); para la ejecución de este será necesaria la cancelación de la última cuota (totalidad del valor del bien) y la firma de la Acta de Recepción.

IMAGEN 8.3. Firma de contrato de Compra-Venta



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

8.4.4. LEVANTAMIENTO DE HIPOTECA.

Cuando la propiedad donde se construyó la propiedad ha sido hipotecada y prohibida de enajenar, antes de proceder a la entrega de los títulos de propiedad, es necesario realizar en una Notaría una: Minuta de levantamiento de la hipoteca emitido por el actual beneficiario de la misma.

Este documento puede ser suscrito siempre y cuando se haya cumplido con las obligaciones, deudas o créditos por los que estaba hipotecado el terreno.

Una vez realizada la minuta de levantamiento de la hipoteca, se puede proceder a entregar los títulos de propiedad a cada uno de los compradores de las viviendas.

8.5. PERMISO DE HABITABILIDAD

Permite certificar que el edificio está completamente terminado. Este documento permite ocupar y habitar las viviendas y retirar el Fondo de Garantía.

Se requiere realizar las siguientes actividades para obtener este documento:

Informe de Regulación Metropolitana.

Permiso de Construcción.

Una copia de los planos arquitectónicos aprobados.

8.6. DEVOLUCIÓN DEL FONDO DE GARANTIA

Este trámite permite retirar las garantías bancarias que amparan el fiel cumplimiento de los planos aprobados en el desarrollo de la edificación.

Para obtenerlo se requiere presentar en el Municipio los siguientes documentos.

Solicitud de devolución del fondo de garantía.

Permiso de habitabilidad.

Comprobante de recepción del fondo de garantía.

8.7. CONCLUSIONES

Dada la experiencia y ética de 15 años de la empresa MC Constructores, el proyecto Fiorano Plaza, ha llevado el proceso legal de una manera técnica y responsable.

El presente proyecto, se ha enmarcado dentro de las Leyes, Normas y Reglamentos Locales (Legislación Municipal) y Nacionales, dando en todo momento cumplimiento a ordenanzas, permisos y trámites administrativos de carácter legal.

GERENCIA DEL PROYECTO

9. GERENCIA DEL PROYECTO

Gerencia de proyectos es la disciplina de organizar y administrar los recursos, de forma tal, que un proyecto dado sea terminado completamente dentro de las restricciones de alcance, tiempo y costos planteados a su inicio. Dada la naturaleza única de un proyecto, en contraste con los procesos u operaciones de una organización, administrar un proyecto requiere de una filosofía distinta, así como de habilidades y competencias específicas. La gerencia de proyectos implica el uso del conocimiento, de las habilidades, y de las técnicas para proyectar actividades (que consumen recursos: financieros, humanos, tiempo, materiales, energía, comunicación, entre otros) para resolver requisitos del proyecto y lograr unos objetivos pre-definidos. Se enfoca a la gerencia de proyecto con el uso de los procesos por ejemplo: iniciando, planeando, ejecutándose, controlando, y cerrándose.

Las organizaciones actuales conducen sus estrategias de negocios a través de proyectos con los que aseguran sus resultados y beneficios. La Gerencia de Proyectos es una especialidad que abarca varias áreas de gestión en la parte técnica y administrativa de manejo de proyectos.

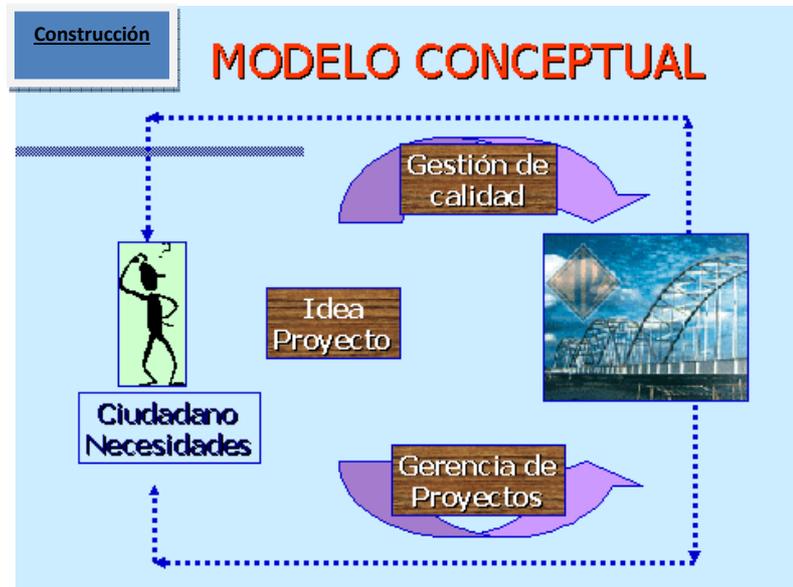
Para este proyecto se considerará la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas en las actividades del proyecto establecidas por el Project Management Institute (PMI).

El PMI es un organismo de Dirección de Proyectos reconocido a nivel mundial y que en la actualidad cuenta con una comunidad de 200.000 profesionales de distintas ramas profesionales.

Las herramientas establecidas por el PMI y su Guía de Fundamentos de la Dirección de Proyectos (Guía PMBOK) permiten a llevar un control organizado de los diferentes procesos que se llevan a cabo durante las distintas fases que componen un proyecto (pre-factibilidad, planificación, ejecución y ventas).

En este capítulo se detallan las áreas del conocimiento en la gerencia de proyectos y procesos cubiertos.

IMAGEN N° 9.1: Muestra un modelo de trabajo, se considera el trabajo sobre dos Guías, primero en la Interpretación de la ISO 9001:2000 para la Construcción, y segundo la Guía Metodológica de Gerencia de Proyectos para la Construcción.



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

- Ciclo de vida de los proyectos

La imagen N° 9.2 muestra esquemáticamente el concepto de ciclo de vida de los proyectos. La figura se aplica a los proyectos de la construcción, donde sus entregables tiene dos ámbitos:

- La obra, que en el caso de la figura se trata de una edificación
- La documentación correspondiente a la obra, este es el llamado el dossier de obra.

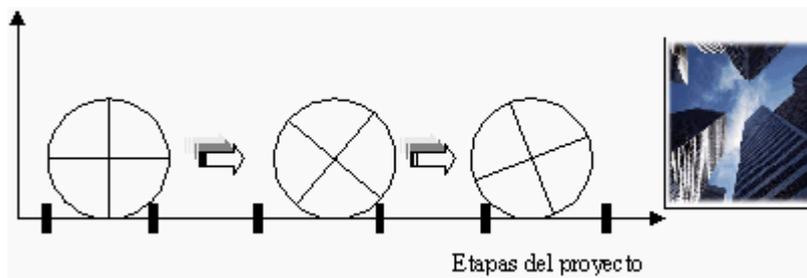
La imagen N° 9.3 muestra la secuencia horizontal de las etapas de los proyectos, el círculo representa cada una de las etapas del proyecto, y su posición desplazada representa cada una de las etapas del ciclo de vida del proyecto hasta llegar a la obtención del producto del proyecto.

IMAGEN N°9.2: ciclo de vida de los proyectos de la construcción.



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

IMAGEN N°9.3: Secuencia de las diversas etapas de los proyectos hasta llegar al producto final del mismo.



FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

9.1. GERENCIA DE LA INTEGRACIÓN DEL PROYECTO

El Área de Gestión de la Integración incluye los procesos y actividades necesarios para identificar, definir, combinar, unificar y coordinar los distintos procesos y actividades de dirección de proyectos.

La integración incluye características de unificación, consolidación, articulación como también acciones de unificación que son cruciales para manejar y concluir el proyecto. Esta área consta de algunos aspectos como lo son:

9.1.1. Desarrollo Del Plan Del Proyecto - Acta De Constitución Del Proyecto

Constituir un proyecto formalmente es la manera más apropiada de autorizar un proyecto. El acta de constitución es el documento que integra y coordina todo el proyecto, esta confiere a un director la potestad de aplicar recursos a las actividades a ser realizadas, dentro de un contexto que delinea y delimita de manera específica, los confines de un proyecto.

Desarrollar el Acta de Constitución del Proyecto, que autoriza formalmente un proyecto, una fase o etapa del mismo.

- Desarrollar el enunciado del alcance del proyecto preliminar, es decir una descripción del alcance del proyecto.
- Desarrollar el plan de gestión del proyecto, aquí se documentará las acciones necesarias para definir, preparar, integrar y coordinar todos los planes de gestión del proyecto.
- Dirigir y gestionar la ejecución del proyecto, ejecutar el trabajo definido en el plan de gestión del proyecto para lograr los requisitos del mismo definidos en el enunciado del alcance.
- Supervisar y controlar el trabajo del proyecto, es decir, supervisar y controlar los procesos requeridos para iniciar, planificar, ejecutar y cerrar un proyecto, a fin de cumplir con los objetivos de rendimiento definidos para el proyecto.
- Control integrado de cambios, aquí se considera el revisar y aprobar todas las solicitudes de cambio, además de controlar los cambios aprobados.
- Cerrar el proyecto, al finalizar todas las actividades de los grupos del proyecto se deberá cerrar formalmente éste o una fase del mismo.

CUADRO 9.1. Acta de constitución del Proyecto

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO	
INFORMACIÓN GENERAL	
Nombre del Proyecto:	Edificio Fiorano Plaza
Nombre del Cliente:	MC Constructores
Fecha de Inicio:	Enero 2010
Preparado por:	Ing. Marcelo Guerra A.
CASO DE NEGOCIO	
Necesidades del Negocio	Nace en base a la oportunidad de utilizar un lote con excelente ubicación en una de las mejores zonas de la ciudad de Quito. Es una respuesta estratégica a la gran demanda inmobiliaria de los estratos socioeconómicos medios y altos de la capital.
Objetivos del Proyecto	Satisfacer las necesidades del mercado objetivo - clientes especiales
	Planificar, construir, promocionar y vender unidades de vivienda de lujo
	Ofrecer productos de calidad real, servicio total y de valor agregado, integrando, bajo un mismo techo los elementos que componen un proyecto inmobiliario.
	Lograr una rentabilidad adecuada y anticipada
DESCRIPCIÓN, ALCANCE, HITOS Y ENTREGABLES	
Descripción	Desarrollar un proyecto adecuado y acorde a su programa y contexto. Al estar ubicado en una de las mejores zonas de la ciudad de Quito. El enfoque de priorizar la arquitectura, funcionalidad, servicios adicionales, sobre el beneficio comercial genera un valor agregado para el cliente y ofrece una calidad de habitabilidad superior a la competencia.

Alcance	Proyecto inmobiliario a ser levantado en el sector norte de la capital, ubicada en la región sierra de nuestro país. La edificación está conformada por ocho niveles y cuenta con dieciocho unidades de vivienda y una oficina. En adición, el edificio alberga dos niveles subterráneos que acogen 22 estacionamientos y 19 bodegas. De acuerdo a su concepción, el proyecto está enfocado a un segmento medio-alto y alto.
Hitos del Proyecto - Ciclo de Vida del Proyecto	Fase de pre-factibilidad (2 meses) Fase de Planificación (5 meses) Fase de Construcción (24 meses) Fase de Ventas (27 meses) Fase de entrega (2 meses)
Entregables Organizacionales	Estudios de factibilidad (planificación y estudios técnicos, presupuestos) Proyectos (arquitectónicos y técnicos) Reportes de avance de obra Reportes de Fiscalización Reportes de Promoción y Ventas (Preventa, Venta y Posventa) Cierre del Proyecto

REVISIONES Y APROBACIONES

Criterios de aprobación	Experiencia en el desarrollo de proyectos de esta magnitud y dirigidos a este mercado.
Responsables de Revisiones y Aprobaciones	Ing. Mauricio Cattani, Director General del Proyecto - MC Construcciones

EQUIPO DEL PROYECTO

Organigrama del Proyecto	
Responsabilidades y Roles	

RECURSOS DEL PROYECTO	
RR.HH.	Estructura empresarial MC Construcciones C.A.: Administración Planificación Construcción Marketing Ventas
Límite de Costos	US \$ 1'900.000,00.-

FUENTE: MC Constructores
ELABORACIÓN: Marcelo Guerra A.

9.1.2. Ejecución del plan del proyecto

Realizar el plan del proyecto, realizando las actividades que se incluye en éste.

9.1.3. Control Integrado de Cambios

Son los cambios que se coordinan a través del proyecto en su totalidad.

9.2. GERENCIA DEL ALCANCE DEL PROYECTO

Consiste en un subconjunto de la gerencia de proyectos que incluye los procesos requeridos para asegurarse de que el proyecto incluya todo el trabajo requerido y solamente trabajo requerido para terminar el proyecto con éxito. Esta área del conocimiento incluye aspectos como:

9.2.1. Iniciación

Autorizar el proyecto o la fase correspondiente.

9.2.2. Planeamiento del Alcance

Desarrollar una declaración escrita del alcance como la base para las decisiones futuras del proyecto.

9.2.3. Definición del Alcance

Subdividir los aspectos deliberables principales del proyecto en componentes más pequeños y manejables.

9.2.4. Verificación del Alcance

Formalización de la aceptación del alcance del proyecto.

9.2.5. Control de Cambio del Alcance

Cambios que controlan al alcance del proyecto.

9.3. GERENCIA DE TIEMPO DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para asegurar la terminación oportuna del proyecto. Esta área del conocimiento incluye aspectos como:

9.3.1. Definición de la actividad

Identificando las actividades específicas que se deben realizar para producir las varias fases del proyecto.

9.3.2. Actividad que ordena

Identificando y documentación de dependencias de la interactividad.

9.3.3. Duración que estima

Estimando el número de los períodos del trabajo que serán necesarios terminar actividades individuales.

9.3.4. Desarrollo del horario

Analizar secuencias de la actividad, duraciones de la actividad, y requisitos de recurso de crear el horario del proyecto.

9.3.5. Control de la actividad del horario:

Cambios que controlan al horario del proyecto.

9.4. GERENCIA DEL COSTO DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para asegurarse de que el proyecto esté terminado dentro del presupuesto aprobado. Consiste en:

9.4.1. Planeamiento del recurso

Determinando qué recursos (humano, equipo, materiales) y qué cantidades de cada uno se deben utilizar para realizar actividades del proyecto.

9.4.2. Costo estimado

Desarrollar una aproximación (estimación) del coste de los recursos necesitó terminar actividades del proyecto.

9.4.3. Control de costo

Cambios que controlan al presupuesto de proyecto.

9.5. GERENCIA DE LA CALIDAD DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para asegurarse de que el proyecto satisfaga las necesidades para las cuales fue emprendido. Consiste en:

9.5.1. Planeamiento de la calidad

Identificando que los estándares de calidad son relevantes al proyecto y a determinar cómo satisfacerlos.

9.5.2. Garantía de calidad

Funcionamiento total de evaluación del proyecto sobre una base regular para proporcionar confianza que el proyecto satisfaga los estándares de calidad relevantes.

9.5.3. Control de calidad

La supervisión de proyecto específico resulta para determinarse si se conforman con estándares e identificar relevantes de calidad maneras de eliminar causas del funcionamiento insatisfactorio.

9.6. GERENCIA DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para hacer el uso más eficaz de la gente implicada con el proyecto. Esta área comprende los aspectos siguientes:

9.6.1. Planeamiento organizacional

Identificando, documentando, y asignando papeles del proyecto, responsabilidades, y relaciones de divulgación.

9.6.2. Adquisición del personal

Conseguir los recursos humanos necesarios para trabajar en el proyecto.

El equipo de trabajo de MC Constructores que trabaja en el proyecto Fiorano Plaza está integrado de la siguiente manera:

Arquitectura: Arq. José Chacón

9.6.3. Desarrollo de la organización del equipo

Habilidades del individuo que se convierten y del grupo para realzar funcionamiento del proyecto.

9.7. GERENCIA DE COMUNICACIONES DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para asegurar la generación oportuna y apropiada, la colección, la difusión, el almacenaje, y la última disposición de la información del proyecto. En esta área existen aspectos importantes como:

9.7.1. Planeamiento de comunicaciones

Determinación de la información y de las necesidades de comunicaciones de los tenedores de apuestas: quién necesita qué información, cuando él la necesitará, y cómo les será dada.

9.7.2. Distribución de la información

Haciendo a la información necesaria, disponible para proyectarla a tenedores de apuestas de una manera oportuna.

9.7.3. Funcionamiento que reportes

Recogiendo y diseminación de la información del funcionamiento. Esto incluye el pronóstico, la divulgación del estado, medida del progreso de proyecto.

9.7.4. Cierres administrativos

Generando, recolectando, y diseminando la información para formalizar la terminación de la fase o del proyecto.

9.8. GERENCIA DE RIESGOS DEL PROYECTO

La gerencia de riesgo es el proceso sistemático de identificar, de analizar y de responder al riesgo del proyecto. Incluye la maximización la probabilidad y las consecuencias de acontecimientos positivos y de reducir al mínimo de la probabilidad y las consecuencias de acontecimientos adversos de proyectar objetivos. En estas áreas se enfocan aspectos como:

9.8.1. Planeamiento de la gerencia de riesgo

Decidiendo cómo acercar y planear a las actividades de la gerencia de riesgo para un proyecto.

9.8.2. Identificación del riesgo

Determinándose qué riesgos pudieron afectar el proyecto y la documentación de sus características.

9.8.3. Análisis cualitativo del riesgo

La ejecución de un análisis cualitativo de riesgos y las condiciones para dar la prioridad afecta los objetivos del proyecto.

9.8.4. Análisis cuantitativo del riesgo

Midiendo la probabilidad y las consecuencias de riesgos y de estimar sus implicaciones para los objetivos del proyecto.

9.8.5. Planeamiento de la respuesta del riesgo:

Procedimientos y técnicas que se convierten para realzar oportunidades y para reducir amenazas del riesgo a los objetivos del proyecto.

9.8.6. Riesgo que se supervisa y se controlan

Supervisando riesgos residuales, identificando los nuevos riesgos que ejecutan planes de la reducción del riesgo, y la evaluación de su eficacia a través del ciclo vital del proyecto.

9.9. GERENCIA DE CONSECUCIÓN DEL PROYECTO

Un subconjunto de la gerencia de proyecto que incluye los procesos requeridos para adquirir mercancías y los servicios para lograr alcance del exterior de la organización de ejecución. Consiste en:

9.9.1. Planeamiento de la consecución

Determinación qué procurar y cuando.

9.9.2. Planeamiento de la solicitud

Documentando requisitos del producto e identificar fuentes potenciales.

9.9.3. Solicitud

Citas, ofertas, ofertas como apropiado.

9.9.4. Elección de la fuente

El elegir entre de vendedores potenciales

9.9.5. Administración del contrato

Manejo de la relación con el vendedor

9.9.6. Liquidación del contrato

La terminación y el establecimiento del contrato, incluyendo la resolución de cualquier conflicto o aspecto contractual.

9.10. CONCLUSIONES GERENCIA DEL PROYECTO

En este capítulo hemos podido identificar las áreas importantes dentro de la elaboración de un proyecto para la inicialización y terminación exitosa del mismo. No cabe duda que cada una de las áreas de la Gerencia de Proyectos, son importantes para lograr éxito del proyecto, pero considero que la más importante o como fundamental de las áreas es la Gerencia del Recurso Humano ya que es este recurso humano es que estará al frente de cada una de las fases de dicho proyecto y depende 100% del profesionalismo y deseos de éxito que cada persona involucrada en el proyecto para la culminación exitosa del mismo.

FUENTES DE CONSULTA

LIBROS

- Robbins/Coulter, ADMINISTRACIÓN, Octava Edición, Pearson Education, México 2005
- Don Hellriegel, Susan Jackson y John Slocum, ADMINISTRACIÓN: UN ENFOQUE BASADO EN COMPETENCIAS, Novena edición, Editorial Thomson
- Charles Lamb, Joseph Hair y Carl McDaniel, MARKETING, Sexta edición, Editorial Thomson
- F. Hesselbein, M. Goldsmith & R. Beckhard, EL LIDER DEL FUTURO,, The Drucker Foundation, Ediciones Deusto 2006
- Michael Porter, ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA, Ediciones Deusto 2006
- Federico Eliscovich, MDI DIRECCIÓN COMERCIAL, USFQ
- Project Management Institute, UNA GUÍA A LOS FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS PMBOK GUIDE, Edición 2000, Editorial Automated Graphic Systems

REVISTAS

- REVISTA ECOS, Ejemplares 2010
- REVISTA GESTIÓN, Ejemplares 2010
- REVISTA CONSTRUCCIÓN, Revista de la Cámara de la Construcción de Quito, Ejemplares 2010
- REVISTA EL PORTAL INMOBILIARIO, Ejemplares Marzo 2010 a Agosto 2010
- REVISTA INMOBILIA, Ejemplares Marzo 2010 a Agosto 2010
- REVISTA UN VALCON PARA LA CONSTRUCCION, Ejemplares Marzo 2010 a Agosto 2010

PUBLICACIONES

- BOLETÍN TÉCNICO MENSUAL C.C.Q., Departamento Técnico de la Cámara de la Construcción de Quito, Ejemplares Enero 2010 a Mayo 2010
- EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO MACROECONOMICO, Banco Central del Ecuador, Dirección General de Estudios
- PROGRAMA DE ENCUESTAS DE COYUNTURA, Banco Central del Ecuador, Núcleo técnico de publicaciones económicas

- INFORMACIÓN ESTADÍSTICA MENSUAL, Banco Central del Ecuador, Dirección General de estudios
- BOLETÍN DE ANÁLISIS TRIMESTRAL DE COMPETITIVIDAD SECTORIAL, Banco Central del Ecuador, Dirección General de estudios
- GUÍA DE TRAMITES, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

PAGINAS WEB

- www.ccquito.org, Cámara de la Construcción de Quito
- www.gridcon.com, Gridcon Consultores
- www.marketingmk.com, Marketing MK
- www.bce.fin.ec, Banco Central del Ecuador
- www.inec.gov.ec, Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos
- www.ccg.org.ec, Cámara de Comercio de Quito
- www.multipropiedades.com, Inmobiliaria de Ecuador

NOTAS Y APUNTES DE CLASES DEL PROGRAMA MDI

- Enrique Ledesma, Gerencia de Proyectos
- Jaime Ocampo, Administración de Empresas
- Federico Eliscovich, Dirección Comercial
- Xavier Castellanos, Análisis y Evaluación de Proyectos
- Roberto Salém, Contabilidad y Análisis Financiero
- Franklin Manguashca, Análisis Económico

OTROS

- Información técnica, financiera, económica del edificio Fiorano Plaza, Ing. Maurizio Cattani.