



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**



**UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID**



**PLAN DE NEGOCIOS  
CONJUNTO HABITACIONAL SANTALUZ**

**XIMENA ALEXANDRA TORO ESPINOSA**

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de:

**MASTER EN DIRECCION DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS E**

**INMOBILIARIAS**

**M.D.I.**

Quito, Septiembre 2010.



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO Y  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID**

**APROBACION DE TESIS**

**PLAN DE NEGOCIOS CONJUNTO HABITACIONAL SANTALUZ**

**LCDA XIMENA ALEXANDRA TORO ESPINOSA**

**Fernando Romo P. ....**  
**Director MDI - USFQ**  
**Miembro del Comité de Tesis**

**Javier de Cárdenas, ....**  
**Director MDI, Madrid, UPM**  
**Miembro del Comité de Tesis**

**Jaime Rubio, ....**  
**Director MDI, Madrid, UPM**  
**Miembro del Comité de Tesis**

**Xavier Castellanos E. ....**  
**Director de Tesis**  
**Miembro del Comité de Tesis**

**Víctor Viteri PhD. ....**  
**Decano del Colegio de Postgrados**

**Quito, Septiembre del 2010**

**© Derechos de Autor**

**XIMENA ALEXANDRA TORO ESPINOSA**

**2010**

## **Agradecimiento**

---

*Agradezco a mi familia por el gran apoyo, comprensión y cariño brindado en cada proyecto de mi vida.*

*Agradezco a mis compañeros por los momentos compartidos y la amistad formada a lo largo de esta maestría.*

*Agradezco a Grupo Baluarte por su tiempo, confianza e información entregada para la realización de mi tesis.*

## **ABSTRACT**

The real state project "Conjunto Habitacional Santaluz" is conformed by 19 houses. Its location, 20 minutes southeast from Quito's downtown, at Conocoto Valley brings a great benefit to the costumer. This zone has several avenues access, complete services, and great weather. These characteristics make this area show up like a privileged place for many; people value the opportunity to live in a house between nature plus more near the city.

Grupo Baluarte has promoted similar projects in the area for the last 5 years. The constant growing demand for living units in this area has turn out to be a good opportunity for us to keep developing projects around. Experience and deep research market studies has given us a great understanding of costumer needs which are reflected in the characteristics of the house and the project. The project is competitive compared to projects in the same area.

The financial analysis shows that the project turns out on revenues for the investors.

The project has been analyzed deeply trough out this business plan and it results to be a viable and attractive project.





## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>1</b>
<b>1 CAPÍTULO: ANÁLISIS MACROECONÓMICO .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Variables Económicas.....</b>	<b>4</b>
1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB) .....	4
1.2.2 Inflación .....	6
1.2.3 Salarios .....	7
1.2.4 Remesas.....	8
<b>1.3 Sector Inmobiliario .....</b>	<b>9</b>
1.3.2 Financiamiento .....	12
1.3.3 Tasas de Interés .....	13
1.3.4 Demanda habitacional .....	15
<b>1.4 Conclusiones .....</b>	<b>17</b>
<b>2 CAPÍTULO: INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Introducción .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 LA DEMANDA.....</b>	<b>19</b>
2.2.1 Localización del proyecto.....	19
<b>2.3 CARACTERÍSTICAS DEL SEGMENTO.....</b>	<b>21</b>
2.3.1 Nivel Socioeconómico .....	21
2.3.2 Demanda Potencial Calificada .....	21
2.3.3 Principales Características de la Demanda de Vivienda .....	24
2.3.4 Perfil del Segmento Objetivo.....	28
<b>2.4 LA COMPETENCIA.....</b>	<b>29</b>
2.4.1 La zona y su confirmación .....	29
2.4.2 Características de la Competencia .....	31
<b>2.5 Conclusiones .....</b>	<b>47</b>
<b>3 CAPÍTULO: COMPONENTE TÉCNICO - ARQUITECTÓNICO</b>	<b>48</b>
3.1.1 Descripción de la localización .....	48
3.1.2 Análisis de accesibilidad .....	50
3.1.3 Potenciales de la ubicación del terreno. ....	51



3.1.4	Características del Terreno .....	54
3.1.5	Dotación de servicios e infraestructura .....	63
3.1.6	Análisis del Proyecto .....	63
3.1.7	Conclusiones: .....	82
<b>4</b>	<b>CAPÍTULO: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>83</b>
<b>4.1</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>83</b>
<b>4.2</b>	<b>Objetivos Comerciales .....</b>	<b>83</b>
<b>4.3</b>	<b>Plan de Marketing .....</b>	<b>83</b>
4.3.1	Posicionamiento .....	84
4.3.2	Precio .....	85
4.3.3	Esquema de Financiamiento .....	87
4.3.4	Cronograma Valorado de Ventas .....	88
4.3.5	Estrategia de Promoción y Ventas .....	88
<b>4.4</b>	<b>La Empresa .....</b>	<b>94</b>
<b>4.5</b>	<b>Conclusiones: .....</b>	<b>96</b>
<b>5</b>	<b>CAPÍTULO: ANÁLISIS DE COSTOS .....</b>	<b>97</b>
<b>5.1</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>97</b>
<b>5.2</b>	<b>Costo Total del Proyecto .....</b>	<b>97</b>
<b>5.3</b>	<b>Costos Directos .....</b>	<b>99</b>
<b>5.4</b>	<b>Costos Indirectos .....</b>	<b>101</b>
5.4.2	Fases del Proyecto .....	105
<b>5.5</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>109</b>
<b>6</b>	<b>CAPÍTULO: ESTRATEGIA FINANCIERA .....</b>	<b>110</b>
<b>6.1</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>110</b>
<b>6.2</b>	<b>ANÁLISIS ESTÁTICO .....</b>	<b>110</b>
<b>6.3</b>	<b>ANÁLISIS DINÁMICO .....</b>	<b>111</b>
6.3.1	Justificación de la Tasa de Descuento .....	111
6.3.2	Ingresos .....	113
6.3.3	Egresos .....	116
6.3.4	Flujo de Caja .....	118
6.3.5	Análisis del Valor Actual Neto Puro .....	120
6.3.6	Análisis de Sensibilidad .....	120



6.3.7	Análisis del Valor Actual Neto del Flujo con Financiamiento ..	124
<b>6.4</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>128</b>
<b>7</b>	<b>CAPITULO: ASPECTO LEGAL .....</b>	<b>129</b>
<b>7.1</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>129</b>
<b>7.1</b>	<b>Fase de Ejecución.....</b>	<b>129</b>
7.1.1	Aprobación de Planos.....	130
7.1.2	Permisos para la construcción .....	131
<b>7.2</b>	<b>Fase de Cierre y Entrega .....</b>	<b>131</b>
7.2.1	Permiso de habitabilidad y devolución del fondo de garantía.	133
<b>7.3</b>	<b>Resumen del Estado de los Documentos Legales.....</b>	<b>133</b>
<b>7.4</b>	<b>Conclusiones .....</b>	<b>134</b>
<b>8</b>	<b>CAPITULO GERENCIA DE PROYECTO .....</b>	<b>135</b>
<b>8.1</b>	<b>Introducción .....</b>	<b>135</b>
<b>8.2</b>	<b>Acta de Constitución .....</b>	<b>135</b>
8.2.1	Objetivos del Proyecto: .....	135
8.2.2	Descripción del Producto .....	136
8.2.3	Alcance del Proyecto.....	136
8.2.4	Organizaciones Involucradas en el Desarrollo del Proyecto...	139
8.2.5	Estimación de esfuerzo, duración y costos del proyecto. ....	141
<b>8.3</b>	<b>Gestión del Plan de Trabajo .....</b>	<b>142</b>
8.3.1	Entregables Producidos en cada Fase .....	142
8.3.2	Estructura de Desglose de Trabajo .....	143
8.3.3	Cronograma .....	145
8.3.4	Hitos .....	145
8.3.5	Riesgos y limites del proyecto.....	145
8.3.6	Gestión de Política de Cambios.....	146
8.3.7	Gestión de Polémicas.....	146
<b>8.4</b>	<b>Gestión de la Comunicación .....</b>	<b>147</b>
<b>8.5</b>	<b>Gestión de la Calidad.....</b>	<b>148</b>
<b>9</b>	<b>CAPITULO: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>149</b>
<b>10</b>	<b>FUENTES CONSULTADAS .....</b>	<b>153</b>



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1-1 PIB DEL ECUADOR.....	5
GRÁFICO 1-2 PROYECCIÓN DEL PIB .....	6
GRÁFICO 1-3 INFLACIÓN .....	7
GRÁFICO 1-4 EVOLUCIÓN DE REMESAS .....	8
GRÁFICO 1-5 TASA DE INTERÉS ACTIVA .....	14
GRÁFICO 1-6 EVOLUCIÓN DE LAS TASAS ACTIVAS Y PASIVAS .....	15
GRÁFICO 2-1 MERCADO POTENCIAL INMOBILIARIO .....	22
GRÁFICO 2-2 DEMANDA POTENCIAL POR NSE .....	23
GRÁFICO 2-3 DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA .....	24
GRÁFICO 2-4 PREFERENCIA POR TIPO DE VIVIENDA .....	24
GRÁFICO 2-5 PREFERENCIA POR VIVIR EN EL VALLE.....	25
GRÁFICO 2-6 PREFERENCIA DEL SECTOR POR NSE.....	26
GRÁFICO 2-7 TAMAÑO PREFERENCIAL DE LA VIVIENDA .....	26
GRÁFICO 2-8 TIPO DE EMPLAZAMIENTO PREFERIDO .....	27
GRÁFICO 2-9 NÚMERO DE DORMITORIOS .....	28
GRÁFICO 2-10 PERFIL DEL SEGMENTO DE MERCADO.....	29
GRÁFICO 2-11 IMÁGENES DE LA COMPETENCIA .....	33
GRÁFICO 2-12 VENTAS MENSUALES.....	37
GRÁFICO 2-13 RESUMEN DE LA COMPETENCIA .....	42
GRÁFICO 3-1 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA .....	62
GRÁFICO 4-1 ATRIBUTOS DE LA VIVIENDA .....	84
GRÁFICO 5-1 COSTOS TOTALES.....	97
GRÁFICO 5-2 ESTRUCTURA DE LOS COSTOS TOTALES .....	98
GRÁFICO 5-3 ESTRUCTURA COSTOS DIRECTOS .....	100
GRÁFICO 5-4 ESTRUCTURA DE COSTOS OBRA NEGRA.....	100
GRÁFICO 5-5 ESTRUCTURA DE COSTOS DE ACABADOS.....	101
GRÁFICO 5-6 ESTRUCTURA COSTOS INDIRECTOS.....	103
GRÁFICO 6-1 INGRESOS .....	116
GRÁFICO 6-2 EGRESOS.....	117
GRÁFICO 6-3 FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS ACUMULADOS.....	119
GRÁFICO 6-4 FLUJO PARCIAL Y ACUMULADO .....	119
GRÁFICO 6-5 FLUJO DE CAJA .....	119
GRÁFICO 6-6 SENSIBILIDAD A LA VELOCIDAD DE VENTAS .....	121
GRÁFICO 6-7 SENSIBILIDAD AL COSTO .....	122
GRÁFICO 6-8 SENSIBILIDAD AL PRECIO DE VENTA .....	123
GRÁFICO 6-9 FLUJO APALANCADO PARCIAL Y ACUMULADO .....	126
GRÁFICO 6-10 FLUJO DE CAJA CON APALANCAMIENTO.....	126





## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 2-1 UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	33
ILUSTRACIÓN 3-1 UBICACIÓN GENERAL.....	48
ILUSTRACIÓN 3-2 UBICACIÓN .....	49
ILUSTRACIÓN 3-3 ACCESIBILIDAD .....	50
ILUSTRACIÓN 3-4 LINDEROS DEL TERRENO.....	54
ILUSTRACIÓN 3-5 INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANO.....	58
ILUSTRACIÓN 3-6 IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO .....	64
ILUSTRACIÓN 3-7 CORTE LATERAL ARQUITECTÓNICO .....	70
ILUSTRACIÓN 3-8 PLANTA BAJA .....	71
ILUSTRACIÓN 3-9 AMBIENTE SOCIAL .....	72
ILUSTRACIÓN 3-10 PLANTA ALTA .....	73
ILUSTRACIÓN 3-11 FACHADA .....	74
ILUSTRACIÓN 3-12 AMBIENTE SOCIAL DE LA VIVIENDA .....	75
ILUSTRACIÓN 4-1 LOGOTIPO DEL PROYECTO .....	88
ILUSTRACIÓN 4-2 FOLLETO .....	89
ILUSTRACIÓN 4-3 SITIO WEB .....	90
ILUSTRACIÓN 4-4 LOGO DE LA EMPRESA .....	94

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

FOTO 1 SECTOR RESIDENCIAL .....	30
FOTO 2 PROYECTO LEGANES II .....	43
FOTO 3 PROYECTO ARQUEZ DEL VALLE .....	44
FOTO 4 PROYECTO SAMARA IV .....	45
FOTO 5 PROYECTO SANTALUZ.....	46
FOTO 6 FOTO DEL SECTOR EN VÍA GUANGOPOLO Y 11VA TRANSVERSAL .....	51
FOTO 7 COMERCIO EN EL SECTOR .....	51
FOTO 8 CENTRO COMERCIAL TRIÁNGULO.....	53
FOTO 9 UNIDAD DE MEDIO AMBIENTE .....	54
FOTO 10 TERRENO .....	55
FOTO 11 VISTA .....	56
FOTO 12 VALLA INFORMATIVA .....	76
FOTO 13 FASE DE CONSTRUCCIÓN.....	77
FOTO 14 VALLA PUBLICITARIA.....	91
FOTO 15 SALA DE VENTAS EN LA OBRA.....	92
FOTO 16 CASA MODELO EN CONSTRUCCIÓN.....	93
FOTO 17 STAND EN LA FERIA DE LA CONSTRUCCIÓN .....	93



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1-1 PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA .....	11
TABLA 1-2 DÉFICIT DE VIVIENDA EN EL ECUADOR .....	16
TABLA 1-3 CONCLUSIÓN DE INDICADORES MACROECONÓMICOS .....	17
TABLA 2-2 MAPA DE QUITO .....	20
TABLA 2-2 ESTADO Y UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA .....	34
TABLA 2-3 PRECIO POR M2 DE LA COMPETENCIA .....	34
TABLA 2-4 PRECIO PROMEDIO POR M2 .....	35
TABLA 2-5 VELOCIDAD DE VENTAS .....	36
TABLA 2-6 TIPOS DE ACABADOS .....	38
TABLA 2-7 ACCESIBILIDAD AL TRANSPORTE PÚBLICO .....	39
TABLA 2-8 ÁREAS DE RECREACIÓN .....	40
TABLA 2-9 ESTRUCTURA DEL PAGO .....	41
TABLA 2-10 RESUMEN DE LA COMPETENCIA .....	42
TABLA 3-1 CERCANÍA A SITIOS DE INTERÉS .....	52
TABLA 3-2 ANÁLISIS COMPARATIVO DE ÁREAS .....	60
TABLA 3-3 APROVECHAMIENTO DEL TERRENO .....	61
TABLA 3-4 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA .....	62
TABLA 3-5 ÁREA DE LOS BLOQUES .....	64
TABLA 3-6 ÁREA DE LAS VIVIENDAS .....	66
TABLA 3-7 PARQUEADEROS ADICIONALES .....	67
TABLA 3-8 ESPECIFICACIONES DE MATERIALES Y ACABADOS .....	78
TABLA 4-1 PRECIOS DE VENTA DIFERENCIADOS .....	85
TABLA 4-2 PRECIOS DE VENTA .....	86
TABLA 4-3 CRONOGRAMA VALORADO DE VENTAS .....	88
TABLA 5-1 COSTOS DIRECTOS .....	99
TABLA 5-2 COSTOS INDIRECTOS .....	102
TABLA 5-3 MÉTODO RESIDUAL .....	104
TABLA 6-1 MARGEN DE RENTABILIDAD ESTÁTICA .....	111
TABLA 6-2 TASA DE DESCUENTO - MÉTODO CAPM .....	113
TABLA 6-3 PLAN DE VENTAS .....	115
TABLA 6-4 SENSIBILIDAD A LA VELOCIDAD DE VENTAS .....	121
TABLA 7-1 DOCUMENTOS PARA LA APROBACIÓN DE PLANOS .....	130
TABLA 7-2 DOCUMENTACIÓN PARA EL PERMISO DE CONSTRUCCIÓN .....	131
TABLA 7-3 DOCUMENTACIÓN PARA FASE FINAL DEL PROYECTO .....	132
TABLA 7-4 DOCUMENTACIÓN PARA DECLARACIÓN DE PROPIEDAD HORIZONTAL .....	132
TABLA 7-5 RESUMEN DE TRÁMITES LEGALES .....	133
TABLA 8-1 CRONOGRAMA FASES DEL PROYECTO .....	139
TABLA 8-2 INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO .....	141
TABLA 8-3 EDT POR ETAPAS - PROYECTO SANTALUZ .....	144



## RESUMEN EJECUTIVO

Santaluz es un conjunto residencial de 19 casas ubicado en el Valle de los Chillos, a 20 minutos del intercambiador “El Trébol” que conecta el norte y sur de Quito con los valles. Una zona residencial de alto crecimiento que se extiende al noroeste como una extensión de la Lotización La Armenia y cuenta con facilidades como son locales comerciales, centros comerciales, planteles educativos y redes viales importantes a 10 minutos.

El Grupo Baluarte está a cargo de la construcción y promoción del proyecto. La empresa tiene presencia en el mercado inmobiliario ecuatoriano desde hace 5 años, con gran experiencia en proyectos de esta clase.

La propuesta arquitectónica es un diseño moderno. Su fachada cuenta con formas lineales y grandes ventanales, así como colores cálidos que dan amplitud a los ambientes.

Tras realizar un análisis de mercado se estableció que el perfil del cliente es el siguiente:

Ingreso Familiar:	\$2000 - \$2500
Nivel socioeconómico	Medio típico, medio alto
Edad:	Pareja joven de 25 a 40 años
Conformación del hogar	4 a 5 miembros
Educación:	Profesional de 3er Nivel
Estilo de Vida:	Hogares que posean un vehículo



El proyecto se dirige a un estrato de nivel socioeconómico medio típico, medio alto.

El área del proyecto es:

Área Total (m2)	2832,51
Área Útil (m2)	1939,30

El área útil representa el 68% del área total.

En cuanto a la estrategia comercial, la política de precios establecida es la siguiente:

<b>Entrada</b>	30%
<b>Saldo a Financiar</b>	70%

Se proyecta tener 2 meses de preventa, 12 meses durante la construcción y finalmente 3 meses para la recuperación de los ingresos totales.

En cuanto a los costos:

Costo Total del Proyecto	\$ 879750
Costo por m2	\$ 455

Los ingresos del proyecto son dados por las ventas netamente, son los siguientes:

Ingresos Totales	\$ 1,212,100
Precio por m2	\$ 625

El análisis financiero nos permite calcular el flujo de caja de los períodos descontados con una tasa descuento y traerlos al valor presente. La tasa de descuento se obtuvo mediante el Método CAPM, y es del 23%.



Análisis Estático	
Total Ingresos	\$ 1,212,100
Total Egresos	\$ 879,750
Utilidad	\$ 332,350

Margen	27,42%
Rentabilidad	37,77%

De acuerdo a este flujo se obtiene:

VAN	\$167.500
TIR	68,42%

Se determina que se requiere una inversión máxima de \$415.000 dólares en el mes 11 por lo que se propone financiar el proyecto con un crédito bancario de \$250,000 a una tasa de interés del 11%.

El Flujo Apalancado resulta en:

VAN	\$198.514,9
-----	-------------

Con estos resultados se concluye que el proyecto Santaluz es viable desde el punto de vista macroeconómico, de mercado, arquitectónico y financiero; resultando en un porcentaje de rentabilidad aceptada por el Promotor.



# 1 CAPÍTULO: ANÁLISIS MACROECONÓMICO

## 1.1 Introducción

El entorno macroeconómico es determinante para la viabilidad y éxito de un proyecto, pues nos permite identificar cuales son las oportunidades y amenazas a las que nos enfrentamos.

Debido a que el mercado inmobiliario está íntimamente relacionado con el sector de la construcción, realizaremos un análisis del entorno macroeconómico tomando en cuenta los siguientes indicadores:

Producto interno bruto, inflación, nivel de empleo, y el sector financiero en términos de tasas de interés y créditos, todos estos relacionados con el sector de la construcción. Finalmente determinaremos cual es el entorno en el que se desarrollaría nuestro proyecto y si este es viable.

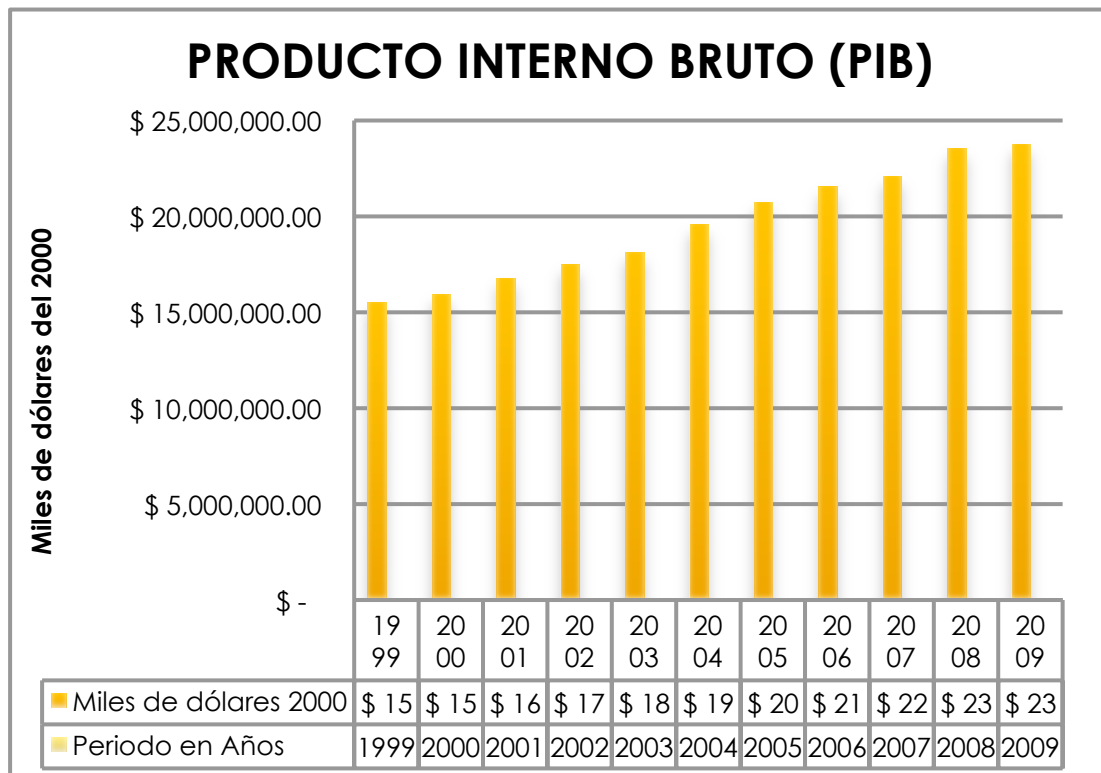
## 1.2 Variables Económicas

### 1.2.1 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB indica el valor de la producción total del país durante un año. Históricamente el PIB tiene una recaída en el final de la década de los noventa, que concluyó con la adopción del dólar estadounidense como moneda oficial. En los últimos años hay un aumento significativo en el PIB, pues siendo 21,250 millones en el 2001 llegó a ser 43,936 millones en el 2007. En el 2008 hubo un repunte en este indicador, sin embargo para el último año registrado, el 2009, el indicador decayó a los 50,000 millones. Esta baja en la producción



interna tuvo incidencia en el desarrollo del mercado inmobiliario. A pesar de esto, se tiene expectativas positivas para este año 2010. En el siguiente gráfico se puede observar el desarrollo histórico del PIB en el Ecuador en los últimos años:



**Gráfico 1-1 PIB del Ecuador**

*Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

Como podemos observar en el cuadro, el crecimiento del PIB a partir del año 1999 es gradual, mientras que en el año 2009 hay un crecimiento mínimo con respecto al 2008. Esta caída en el crecimiento de la economía ecuatoriana se explica por la gran caída que sufrió sector petrolero. Una caída del 4.5% en el precio del petróleo impidió que el gobierno apoye sectores como la fabricación de maquinaria, la industria textil y la industria maderera.



Se espera un repunte en la economía en los próximos años. En el presente año, 2010, se espera tener un crecimiento en el PIB de 6,81%. Las proyecciones de crecimiento para los dos próximos años son entre el 4 y 6%.

Variables	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Macroeconómicas</b>					
Crecimiento PIB (%)	0.98%	6.81%	5.27%	4.25%	2.05%
PIB no petrolero (%)	1.42%	7.67%	6.00%	4.96%	2.42%
PIB petrolero (%)	-4.88%	1.30%	1.31%	0.23%	-0.16%
PIB en millones de dólares	\$51,386	\$56,964	\$62,265	\$67,490	\$72,038

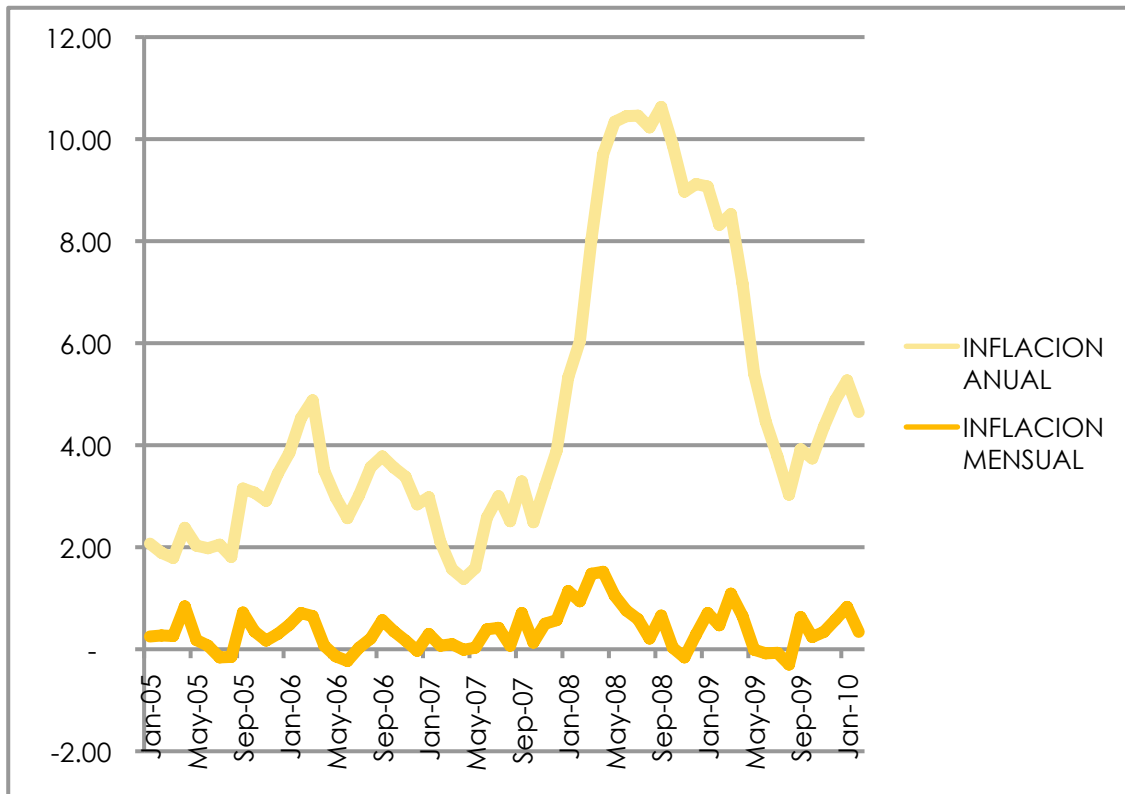
**Gráfico 1-2 Proyección del PIB**

*Fuente: Quantum, 2009.  
Elaboración: Ximena Toro*

### 1.2.2 Inflación

Históricamente, la inflación en el Ecuador es muy alta y llega a su pico en el año 2000. A partir de la dolarización, la inflación ha ido disminuyendo progresivamente hasta llegar al 3,5% en promedio en los últimos años. La excepción de este comportamiento se dio durante el año 2008 y el primer semestre del 2009, cuando la inflación anual alcanzó cerca del 11%. El aumento de la inflación en estos años se vio influenciado por la crisis financiera que se vivía en Estados Unidos, que afectó a su moneda y por ende al Ecuador que tiene al dólar como moneda oficial.





**Gráfico 1-3 Inflación**

Fuente: INEC

Elaborado por: Ximena Toro E.

Sin embargo, la tasa de inflación cerró el año con 4.2% en el último mes del 2009. La tasa de inflación mensual para este año se espera que se mantenga alrededor del 4%, situación que en este primer semestre del año, se ha cumplido.

### 1.2.3 Salarios

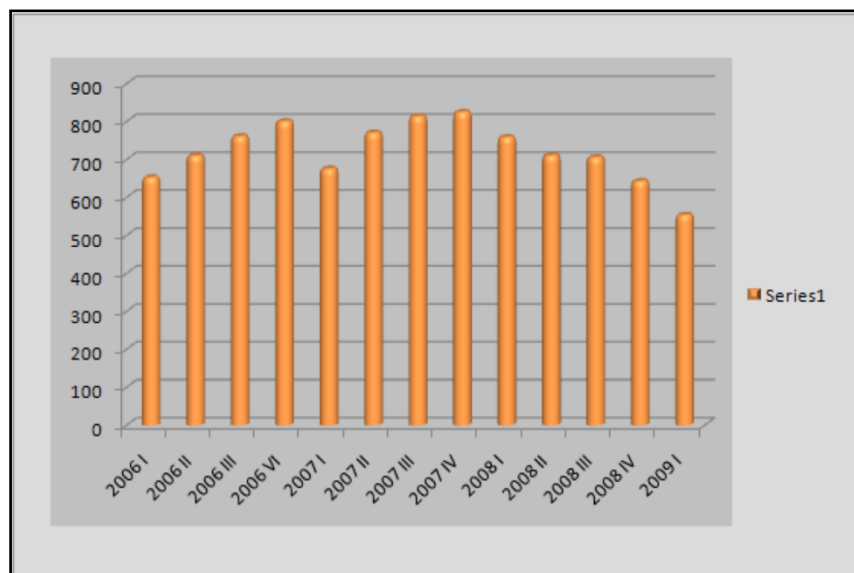
El incremento en los salarios anunciado por el Gobierno Nacional preocupa al sector de la construcción. El decaimiento de la economía ya ha provocado una disminución de puestos de trabajo en este sector. Un incremento de sueldos de los empleados, va a provocar las empresas procuren trabajar con menos colaboradores pues el impacto en costo de mano de obra es significativo. Es así que, el



encarecimiento de la mano de obra, tomando en cuenta un salario mínimo de US\$ 320 mensuales, se estima que provocará un aumento en el costo de las viviendas de interés social en un 14% y de sectores medios y altos en un 18%. Este cambio de precios también podría afectar a los hogares que necesitan adquirir una vivienda, reduciendo la cantidad de construcción de viviendas, lo que termina afectando al empleo del sector y de sectores relacionados.

### 1.2.4 Remesas

Hay factores importantes que han variado y han afectado la capacidad adquisitiva de la población ecuatoriana como son las remesas de los migrantes y las exportaciones.



**Gráfico 1-4 Evolución de Remesas**

*Fuente: BCE  
Elaborado por: Ximena Toro*

El disminuido ingreso de remesas de los migrantes, ha sido otro de los frenos de la construcción este año. De acuerdo al Banco Central



del Ecuador (BCE), en junio de 2007 se registró un ingreso de \$826 millones, en enero de 2008 este rubro descendió a \$760 millones y en el mismo mes de 2009 cayó a \$555 millones. Este es un ingreso que no parece tener una recuperación próxima, pues la situación laboral a nivel internacional para los migrantes ilegales, que es el caso de la mayoría de ecuatorianos en el mundo, es desfavorable.

### 1.3 Sector Inmobiliario

El sector de la construcción es uno de los más representativos en el Ecuador.

La participación del PIB de la construcción ha venido creciendo de una manera constante desde el año 2000 con \$1127 millones de dólares, manteniéndose en el año 2007 en \$1865 millones y finalmente alcanzando los \$2124 millones de dólares en este año de acuerdo a la información proporcionada por el INEC. El índice general de metros cuadrados construidos creció de 166 en el 2000 a 350 en el 2006, en términos absolutos, de acuerdo al informe del INEC.

El sector de la construcción es considerado motor dinamizador de la economía, puesto que genera encadenamientos con gran parte de las ramas industriales y comerciales del país, creando así, numerosas plazas de trabajo en esta actividad directamente como en otras relacionadas a ella. En la actualidad se generan más de 250 mil empleos directos, y por cada plaza de trabajo en la construcción se producen dos, en los otros sectores productivos.

El análisis de factores del ambiente socio-económico del Ecuador que se desarrollará en el presente documento nos permitirá determinar las



amenazas y oportunidades en el futuro inmediato para el sector de la construcción y la actividad inmobiliaria del país.

### **1.3.1.1 El PIB y el Sector de la Construcción**

El sector de la construcción es una industria importante para la economía del país debido principalmente a que emplea mano de obra no calificada, constituyendo este sector un camino para erradicar la pobreza en el país.

Las principales actividades que componen el Producto Interno Bruto son: Otros servicios , Comercio al por mayor y por menor e Industrias manufactureras que en el año 2009, representaron el 15.87%, 14.75%, y 14.30% respectivamente.



<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>					
<b>Miles de dólares</b>					
<b>Actividad</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>Variación 2008-2009</b>
A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	2.473.370	2.543.410	10,51%	10,70%	0,19%
B. Explotación de minas y canteras	2.345.098	2.239.583	9,97%	9,43%	-0,54%
C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	3.341.102	3.397.681	14,20%	14,30%	0,10%
D. Suministro de electricidad y agua	225.073	237.452	0,96%	1,00%	0,04%
E. Construcción y obras públicas	2.123.902	2.102.663	9,03%	8,85%	-0,18%
F. Comercio al por mayor y al por menor	3.454.900	3.504.700	14,68%	14,75%	0,07%
G. Transporte y almacenamiento	1.728.525	1.776.924	7,35%	7,48%	0,13%
H. Servicios de Intermediación financiera	530.784	540.338	2,26%	2,27%	0,01%
I. Otros servicios	3.808.932	3.770.843	16,19%	15,87%	-0,32%
J. Servicios gubernamentales	1.164.987	1.194.112	4,95%	5,03%	0,08%
K. Servicio doméstico	30.164	30.164	0,13%	0,13%	0,00%
Ser. de intermediación financiera medidos indirectamente	-696.879	-658.982	-2,96%	-2,77%	0,19%
Otros elementos del PIB	2.999.575	3.081.247	12,75%	12,97%	0,22%
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>23.529.533</b>	<b>23.760.134</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	

**Tabla 1-1 PIB por Actividad Económica**

Fuente: BCE

Elaborado por: Ximena Toro

El Producto Interno Bruto de la Construcción representó el 8,85% en el último año. Comparando la cifra con el año anterior, notamos que no hay crecimiento sino una disminución mínima del 0.18% en su participación debido a la crisis inmobiliaria ocurrida en el país. Para el año presente se tienen expectativas positivas debido a las políticas



favorables de crédito y financiamiento por parte de entidades bancarias y el gobierno.

### 1.3.2 Financiamiento

La actividad del sector se redujo en un 30% durante el primer semestre del presente año con respecto al del 2008, de acuerdo a la Cámara de la Construcción de Quito.

Las restricciones crediticias del sector financiero privado, que se han reducido en un 50%, son la principal razón para que muchos proyectos inmobiliarios se hayan paralizado, pues hay que tomar en cuenta que la banca privada maneja cerca del 80% de los créditos hipotecarios.

A inicios del año, los bancos realizaron algunos cambios mínimos en los términos de monto, tasa y plazo en los préstamos hipotecarios; cambios que han incidido, aunque mínimamente, en el sector inmobiliario. "Si anteriormente se financiaba el 70% de la inversión de una vivienda o de un proyecto, ahora es el 65%. Y, si antes era 10 años de plazo, en algunas instituciones lo han reducido a siete u ocho años, aproximadamente", declaró presidente de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, César Robalino. Sin embargo, esta situación esta cambiando. Con la compra de 100 millones de dólares, por parte del IESS, de la cartera hipotecaria a la banca privada, los 77,5 millones desembolsados por esta institución a sus afiliados en préstamos hipotecarios y el retorno de 1.200 millones de dólares de la banca privada al país mejorará la liquidez para la concesión de créditos. Varios bancos ya están realizando préstamos hipotecarios a plazos que van hasta 15 años y requieren una entrada del 30% del



valor de la vivienda, términos crediticios que los bancos tenían años anteriores.

En Quito, el número de proyectos iniciados en este año ha sido menor al de años anteriores. En el 2007 se iniciaron 100 proyectos mientras que este año se han iniciado 71. Así mismo, el porcentaje de proyectos detenidos en estos años han sido de 1,6% y 6,6% respectivamente, lo que significa que 53 proyectos están detenidos en la ciudad de Quito.

La dificultad para adquirir vivienda se refleja en la disminución de las ventas del sector inmobiliario. Durante el periodo de octubre 2008 a febrero 2009, se vendieron 2,942 viviendas mientras que en el periodo anterior, de mayo a septiembre 2008, se vendieron 4,448 viviendas nuevas.

El sector se ha visto dinamizado por la entrega de créditos del IESS. Esta institución hasta el momento ha entregado 4 246 créditos que ascienden a \$140,3 millones de dólares. Sin embargo, si bien los créditos generados por el IESS han creado que la demanda por vivienda de estrato medio-bajo y bajo incrementa, es necesario que los créditos por parte de la banca privada se reactiven pues así mismo, hay proyectos de otra índole que necesitan ser desarrollados.

### **1.3.3 Tasas de Interés**

Actualmente la tasa de interés fluctúa en el 9,02% con variaciones mínimas entre las entidades bancarias.



## VARIACIÓN TASA DE INTERÉS

Junio- 30-2010	9.02%
Mayo-31- 2010	9.11%
Abril-30- 2010	9.12%
Marzo-31- 2010	9.21%
Febrero-28- 2010	9.10%
Enero-31- 2010	9.13%
Diciembre- 31-2009	9.19%
Noviembre- 30-2009	9.19%
Octubre-31- 2009	9.19%
Septiembre- 30-2009	9.15%
Agosto-31- 2009	9.15%
Julio-31- 2009	9.22%
Junio-30- 2009	9.24%
Mayo-31- 2009	9.26%
Abril-30- 2009	9.24%
Marzo-31- 2009	9.24%
Febrero-28- 2009	9.21%
Febrero-28- 2009	9.21%
Enero-31- 2009	9.16%

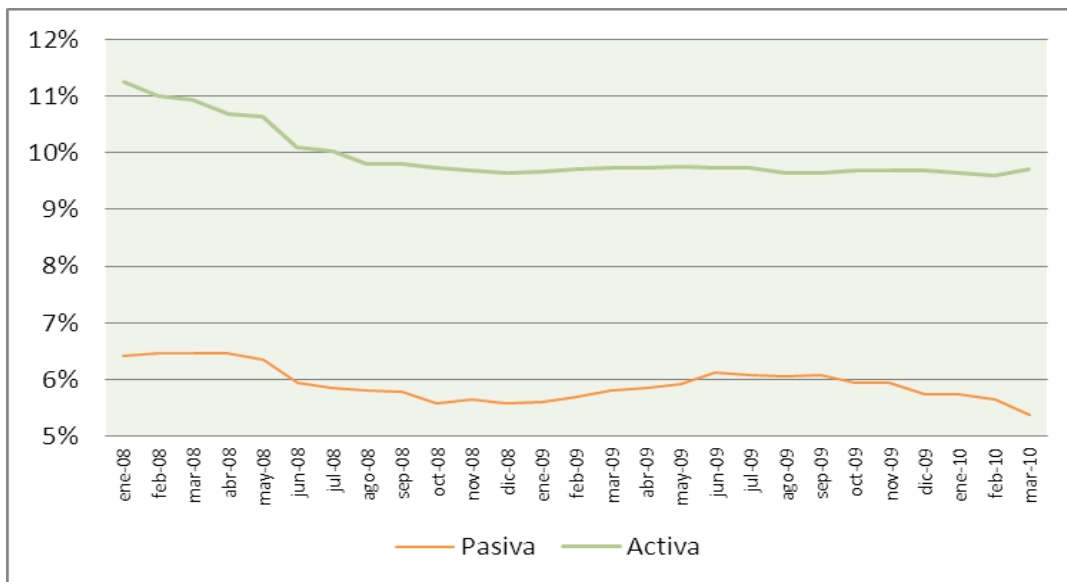
### Gráfico 1-5 Tasa de Interés Activa

Fuente: BCE  
Elaborado por: Ximena Toro E.





Observando la evolución de la tasa de interés pasiva y activa desde el año 2008 se pueden determinar una reducción de la tasa de interés, producto de políticas gubernamentales.



**Gráfico 1-6 Evolución de las tasas activas y pasivas**

Fuente: BCE

Elaborado por: Ximena Toro E.

En el Ecuador, las tasas de interés son relativamente altas en comparación con otros países. Sin embargo, hay una tendencia a que las tasas de interés bajen debido a la liquidez que posee el sistema bancario en la actualidad lo que promovería la obtención de financiamiento.

### 1.3.4 Demanda habitacional

La demanda habitacional está en constante crecimiento. En la actualidad, el sector de la vivienda cuenta con \$899 millones de déficit para suplir la necesidad de vivienda de 4 millones de personas.



DÉFICIT DE VIVIENDA EN EL ECUADOR		
	2007	2009
Urbana	574	729
Rural	57	170
<b>TOTAL</b>	<b>631</b>	<b>899</b>

**Tabla 1-2 Déficit de Vivienda en el Ecuador**

*Fuente: PND, Vivienda  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

De acuerdo a la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Viviendas del Ecuador (APIVE), durante el primer semestre de 2008, unas 10 personas accedieron a una vivienda, mientras que en el mismo período del presente año solo 6 personas han podido hacerlo. Este déficit es mayoritariamente de vivienda para los estratos sociales bajos.

La Cámara de la Construcción de Quito, ha señalado que existe una demanda de vivienda popular del 75%, unidades de hasta \$35.000 dólares. Esta es una oportunidad, pues nos lleva a buscar incrementar la construcción de viviendas para este sector de la población con lo cual se generaría más empleo y producción. Los constructores no suelen invertir en proyectos para este mercado; sin embargo, debido a la alta demanda, muchos de ellos están evaluando la posibilidad de realizar vivienda popular.



## 1.4 Conclusiones

Los indicadores económicos nos permiten determinar el estado de la economía de nuestro país.

Indicador	Dato Actual (miles de dólares)	Tendencia
PIB	52,000,000	Creciente Impacto positivo
PIB de la Construcción	9,40%	Creciente Impacto Positivo
Inflación	4,30%	Mantiene Impacto Neutral
Remesas	555000	Decreciente Impacto Negativo Leve
Tasa de Interés	10,94%	Mantiene Impacto Neutral

**Tabla 1-3 Conclusión de Indicadores Macroeconómicos**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Con respecto al sector financiero, la economía se ha visto afectada por los altos índices de inflación en la construcción en los últimos años, tanto en la oferta de bienes como en la de servicios. Esto ha influido en el comportamiento de los consumidores haciendo que destinen una menor cantidad de sus ingresos a los bienes inmuebles.

A pesar de esta tendencia, se estima que el sector inmobiliario se reactive por los fondos que el gobierno está direccionado hacia esta actividad económica por medio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, Banco de la Vivienda y Banco del Pacifico.



Después de analizar el entorno macroeconómico en el que se desarrollará nuestro proyecto tenemos que la tendencia en general es positiva y el proyecto viable.



## **2 CAPÍTULO: INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **2.1 Introducción**

El análisis de mercado que está relacionado con nuestro proyecto es fundamental para evaluar el éxito del mismo.

A partir de la investigación de mercados analizaremos elementos de la demanda como son las características del producto, las necesidades de los clientes potenciales y definiremos el perfil del segmento objetivo. Así mismo, mediante un análisis de la competencia determinaremos los proyectos con los que nuestro producto será comparado. Finalmente, determinaremos si nuestro producto se ajusta a las necesidades demandadas, nuestro segmento objetivo y la posición de Santaluz frente a nuestros competidores; información que será determinante para la toma de decisiones.

Para cumplir con este propósito se utilizará información secundaria como son estudios de mercado realizados por empresas especializadas en el sector inmobiliario: Gridcon y Marketwarch, además de la investigación primaria realizada.

### **2.2 LA DEMANDA**

#### **2.2.1 Localización del proyecto**

El Conjunto Residencial Santaluz se encuentra localizado en la 11va Transversal de la Vía a Guangopolo que parte del Punte 3 de la Autopista General Rumiñahui en el Valle de los Chillos.

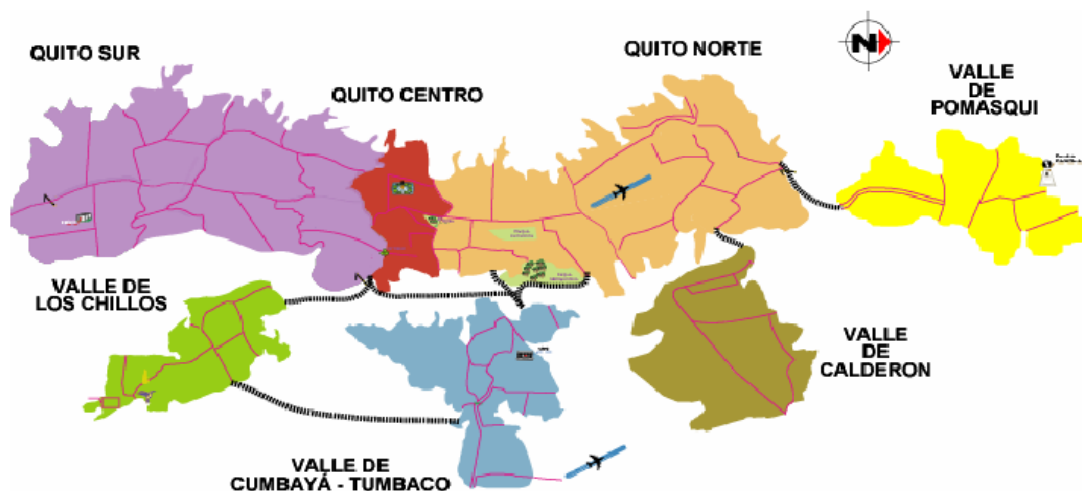


El Valle de los Chillos se ha consolidado como un sector de alto crecimiento en los últimos años. Entre uno de los principales barrios de este valle, se encuentra La Armenia, ubicada a la altura del Puente 8 de la Autopista General Rumiñahui, sector residencial que en esencia se dirige a un nivel socioeconómico medio-alto.

Hay una alta tendencia a poblar las zonas aledañas de la misma pues el sector cuenta con todas las facilidades de servicios en sus alrededores como son: centros comerciales, locales comerciales, planteles educativos y clubes deportivos. El proyecto Santaluz esta ubicado a 5 minutos de este sector, presentándose como una extensión del mismo y de todos sus beneficios.

Uno de los principales beneficios en cuanto a la ubicación del proyecto se refiere, es su cercanía con el Valle de Cumbayá-Tumbaco, y el Sur de Quito. El Valle de los Chillos se considera un aspiracional para la gente especialmente del Sur de Quito.

**Tabla 2-1 Mapa de Quito**



*Fuente y Elaboración: GRIDCON*



## **2.3 CARACTERISTICAS DEL SEGMENTO**

Se analizarán la demanda de los productos inmobiliarios en cuanto a factores demográficos, económicos, y de intención de compra con el fin de determinar la demanda potencial de nuestro proyecto.

### **2.3.1 Nivel Socioeconómico**

En el Valle de los Chillos en los sectores aledaños al proyecto como son: San Rafael, Capelo y La Armenia, tenemos habitantes de nivel socioeconómico medio alto y alto.

Dentro del sector que se encuentra nuestro proyecto se ha determinado que el nivel socioeconómico al que se dirige es hogares de nivel socioeconómico medio típico y medio alto con un nivel de ingresos familiares mensuales entre \$2.000 y \$2.500, quienes tienen una capacidad de ahorro del 60% y son capaces de pagar las cuotas mensuales calculadas para este tipo de vivienda.

### **2.3.2 Demanda Potencial Calificada**

De acuerdo al más reciente estudio de la vivienda realizado por Gridcon, tomando en cuenta un promedio de 4,3 personas por hogar, tenemos la siguiente información acerca del mercado:



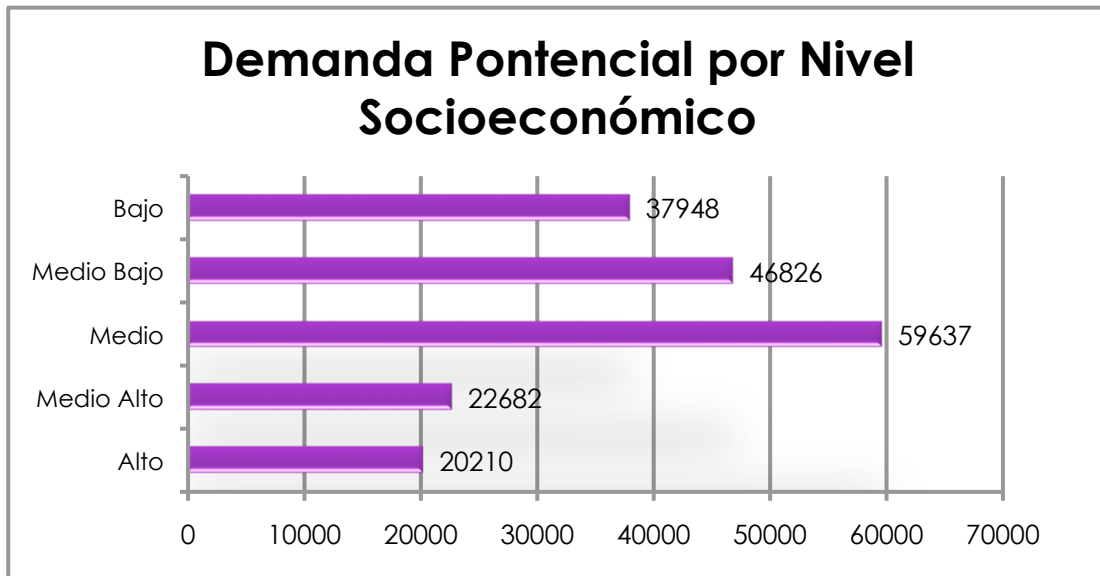
**Gráfico 2-1 Mercado Potencial Inmobiliario**

*Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro*

Este estudio fue realizado en el 2007, por lo que la información pertinente para nuestro proyecto sería la demanda potencial que pensaba adquirir la vivienda en un lapso de 2 a 3 años, equivalente a 100,207 hogares, la cual se convierte en la demanda actual.

Dicha demanda potencial esta dividida por nivel socioeconómico de la siguiente manera:

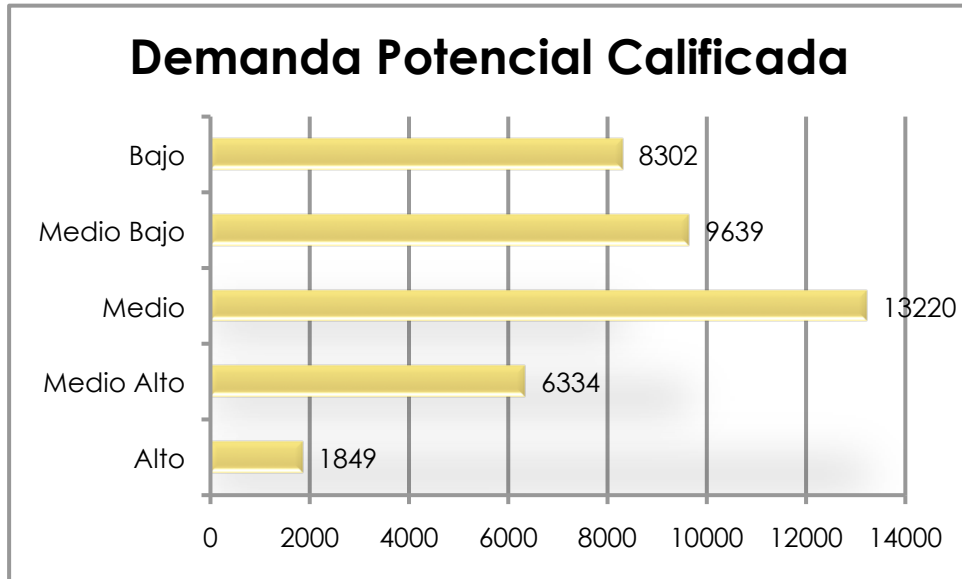




**Gráfico 2-2 Demanda Potencial por NSE**

*Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro*

De estos hogares que presentan interés en adquirir una nueva vivienda, aquellos que además del interés tienen capacidad legal y económica ya sea al contado o a crédito, se determina la *Demanda Potencial Calificada Total*. En Quito existen 39,344 hogares que cumplen con estas características y se dividen por nivel socioeconómico de la siguiente manera:



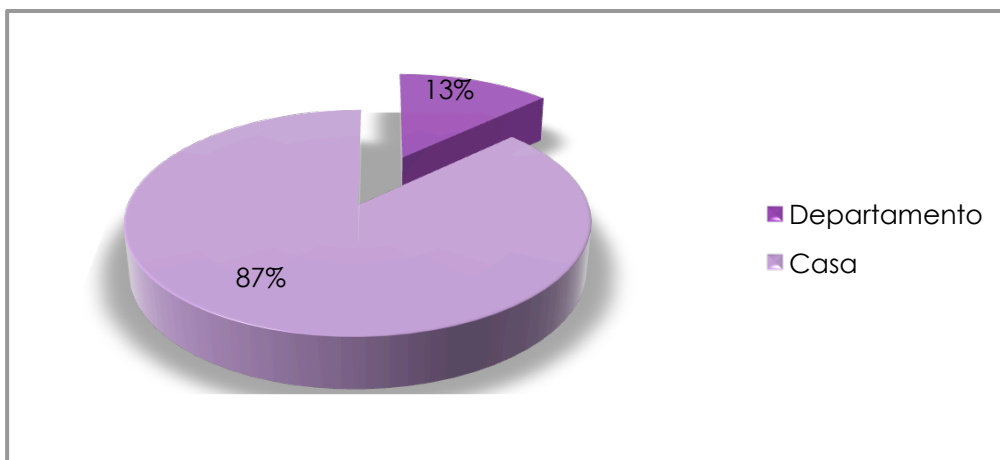
**Gráfico 2-3 Demanda Potencial Calificada**

Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro

Los mayores volúmenes están en los niveles medio, medio bajo y bajo.

### 2.3.3 Principales Características de la Demanda de Vivienda

#### 2.3.3.1 Preferencia por tipo de vivienda



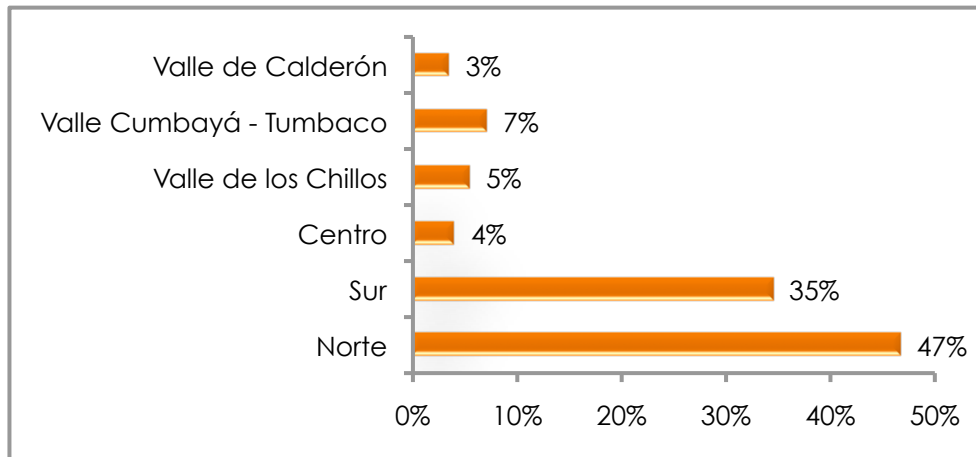
**Gráfico 2-4 Preferencia por Tipo de Vivienda**

Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro



La preferencia de vivir en una casa frente a vivir en un departamento es evidente pues consiste en un 87% de la demanda.

### 2.3.3.2 Preferencia por vivir en el valle



**Gráfico 2-5 Preferencia por vivir en el valle**

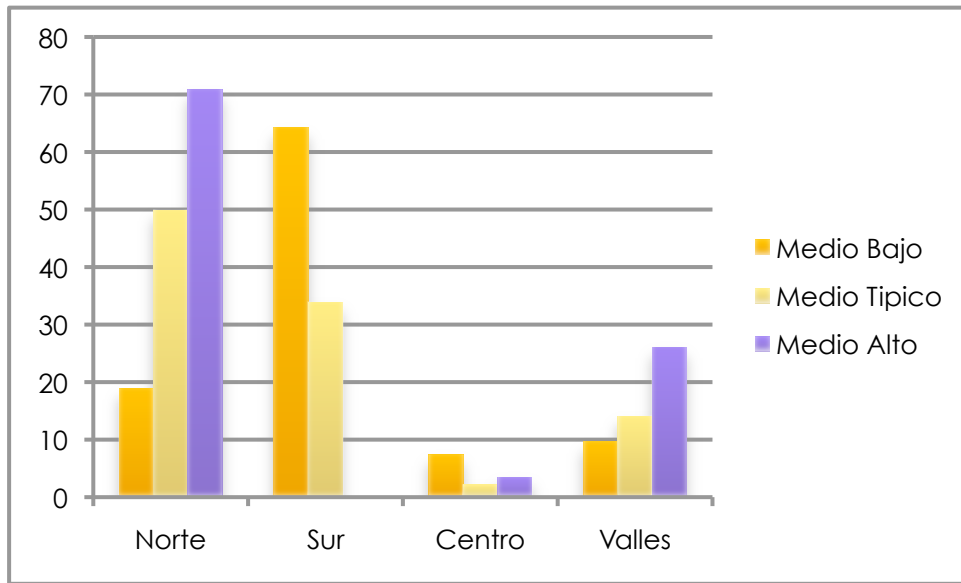
Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro

El 5% de los hogares que desean adquirir una vivienda nueva desearían que esta sea en el Valle de los Chillos. Es una demanda creciente considerando que en el 2005, la gente no lo consideraba una opción.

### 2.3.3.3 Preferencia del Sector por NSE

La preferencia de vivir en determinados sectores es diferente en cada nivel socioeconómico.

De acuerdo al enfoque de nuestro proyecto hemos tomado considerado relevante tomar en cuenta a los niveles medio-alto, medio-típico y medio-bajo.

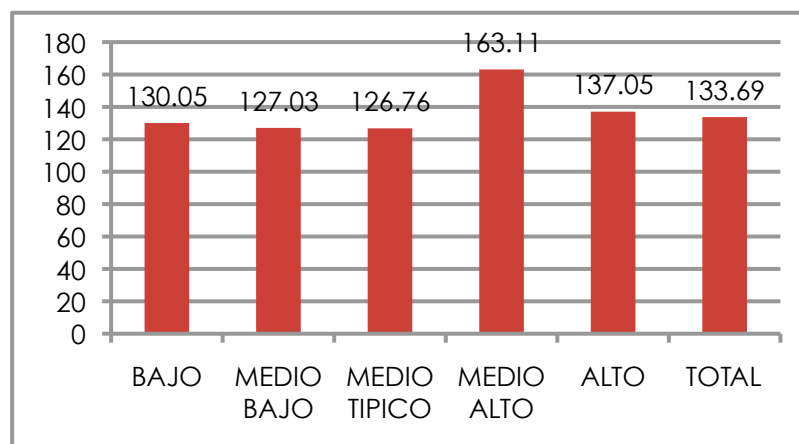


**Gráfico 2-6 Preferencia del Sector por NSE**

Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro

Hay una gran tendencia por vivir en el norte por parte de los sectores medio típico y medio bajo mientras que el sector medio bajo prefiere el sur. La preferencia por vivir en los valles tiene mayor acogida en la población de nivel socioeconómico medio típico y medio alto.

**2.3.3.4 Tamaño de la vivienda (Promedio de m2)**



**Gráfico 2-7 Tamaño preferencial de la vivienda**

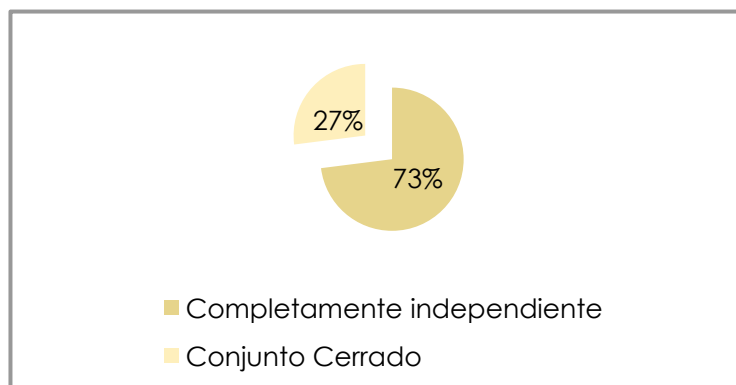
Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro



El tamaño de la vivienda que demanda el nivel socio económico medio típico es de 126,76 m<sup>2</sup>. El tamaño de las viviendas que el proyecto Santaluz ofrece es de 102m<sup>2</sup> en promedio. A pesar de ser un poco menor a lo requerido por el mercado, es un tamaño razonable considerando que siempre el consumidor buscará una casa más grande sin embargo el limitante será el precio del bien.

### 2.3.3.5 Tipo de emplazamiento preferido

La gente tiene preferencia por tener una vivienda completamente independiente (73%) en lugar de vivir en un conjunto cerrado (27%).



**Gráfico 2-8 Tipo de Emplazamiento Preferido**

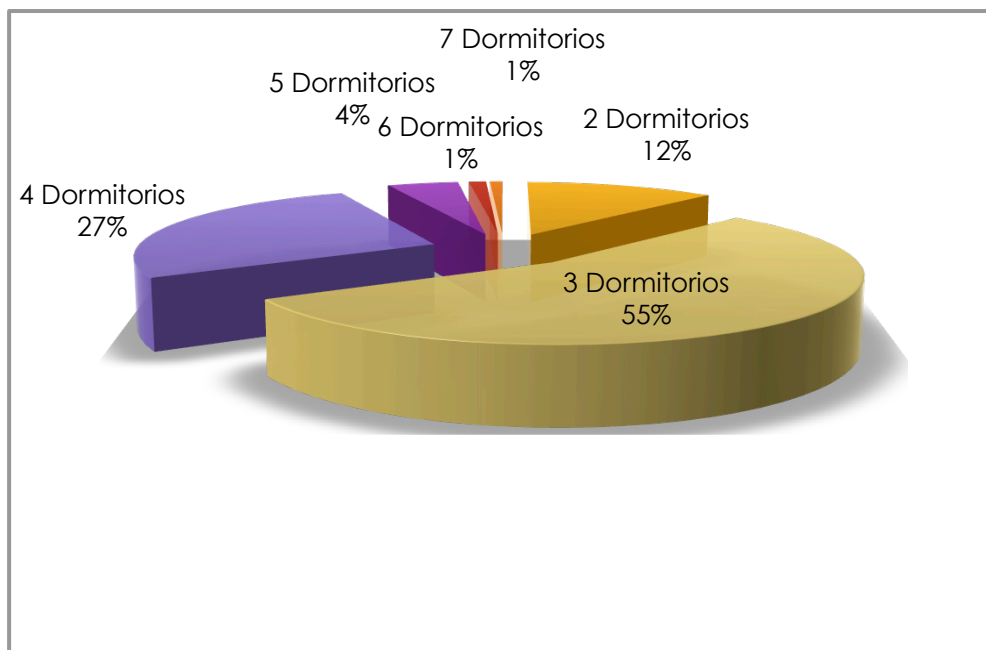
*Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro*

Tomando en cuenta la preferencia de vivir en una vivienda independiente, se ha diseñado la construcción de las casas con amplios espacios verdes que disminuyen la concentración de los habitantes brindando mayor privacidad.



### 2.3.3.6 Número de Dormitorios

El estudio registra que los hogares quiteños buscan viviendas desde 2 dormitorios (12%) hasta 7 dormitorios (1%). La mayoría busca viviendas de 3 dormitorios (55%) y de 4 dormitorios (27%).



**Gráfico 2-9 Número de Dormitorios**

*Fuente: Estudio de Vivienda, Gridcon 2007  
Elaborado por: Ximena Toro*

La demanda más alta es la de viviendas de 3 dormitorios. El producto está diseñado acorde a estas necesidades pues las casas poseen el dormitorio master y 2 dormitorios.

### 2.3.4 Perfil del Segmento Objetivo

Después del análisis del mercado, se ha determinado el perfil del cliente entorno a las siguientes características:



**Gráfico 2-10 Perfil del Segmento de Mercado**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

## 2.4 LA COMPETENCIA

### 2.4.1 La zona y su confirmación

La zona es residencial mayoritariamente. Es una zona en crecimiento que se está consolidado en el Valle de los Chillos. Hay varios proyectos inmobiliarios que se están desarrollando, consolidándose así este como uno de los sectores residenciales de mayor crecimiento en la zona. En cuanto al comercio, están establecidos comerciantes pequeños propios del sector.



**Foto 1 Sector Residencial**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Este sector se convierte en una extensión de la Lotización La Armenia que tanta importancia ha tomado en este valle en los últimos años. El sector donde está ubicado el proyecto se presenta como un proyecto asequible que brinda los mismas ventajas de la ubicación para quienes aspiran vivir en la Armenia.

La ventaja que presenta esta zona es la ubicación estratégica pues por la conexión de vías se conecta rápidamente a San Rafael, Guangopolo, Tumbaco y Quito por la Vía General Rumiñahui.





### 2.4.2 Características de la Competencia

Los proyectos que se encuentran dentro del sector serán analizados en base a las siguientes características:

- Precio m<sup>2</sup>
- Localización
- Áreas de recreación
- Tamaño del proyecto
- Velocidad de ventas
- Accesibilidad para transporte público



Los proyectos analizados en la zona son los siguientes:

<p><b>Pueblo Blanco del Valle</b></p> 	<p><b>Álamo 2</b></p> 
<p><b>Samara IV</b></p> 	<p><b>Arquez del Valle</b></p> 
<p><b>Leganes 2</b></p> 	<p><b>Conjunto Bélgica</b></p> 



**Gráfico 2-11 Imágenes de la competencia**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

### 2.4.2.1 Ubicación y Estado de los proyectos



**Ilustración 2-1 Ubicación de la Competencia**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*





#	NOMBRE	STATUS	CONSTRUCTOR	PROMOTOR	DIRECCIÓN
1	Pueblo Blanco del Valle	95%	Andino y Asociados	Andino y Asociados	vía Guangopolo 9na transversal
2	Conjunto Bélgica	10%	Ingeniero Particular	Ingeniero Particular	vía Guangopolo 7ma transversal
3	Leganes II	100%	Laseur S.A.	Laseur S.A.	vía Guangopolo 8va transversal
4	Samara IV	55%	Carrasco Suárez	Inmobiliaría La Coruña	vía Guangopolo 5ta transversal
5	Arquez del Valle	65%	Ingeniero Particular	Ingeniero Particular	vía Guangopolo 7ma transversal
6	Barú II	95%	Mutualista Pichincha	Mutualista Pichincha	vía Guangopolo 8va transversal
7	El Álamo II	75%	Ingeniero Particular	Ingeniero Particular	vía Guangopolo 8va transversal
8	Santaluz	20%	Grupo Baluarte	Grupo Baluarte	vía Guangopolo 11va transversal

**Tabla 2-2 Estado y Ubicación de la Competencia**

Elaborado por: Ximena Toro E.

De los 8 proyectos analizados en el sector, 3 proyectos están terminados, 3 están terminando la obra negra y están comenzando los acabados y finalmente 2 proyectos empezando la construcción. Nuestro proyecto se encuentra en el último grupo.

#### 2.4.2.2 Precio por m<sup>2</sup>

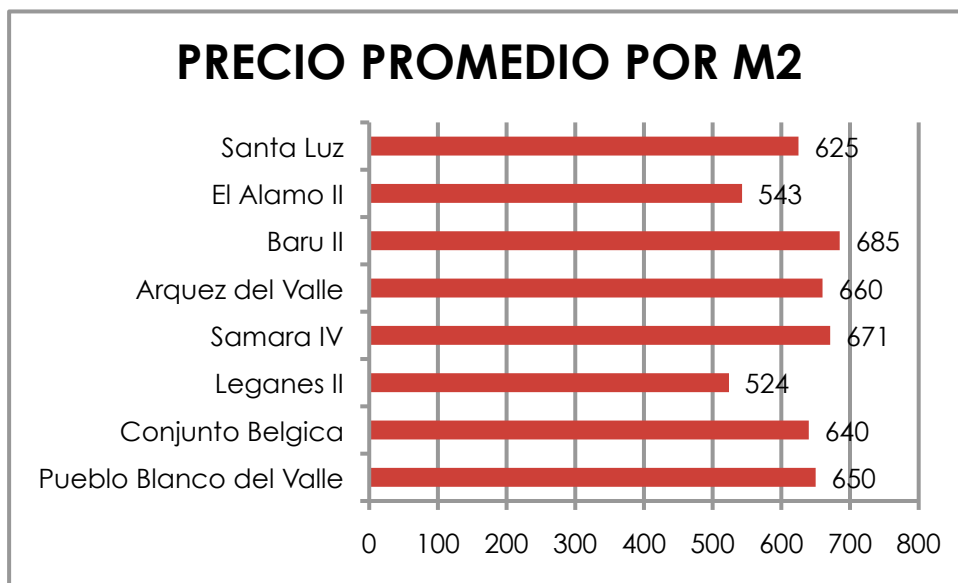
#	NOMBRE	TIPO	VALOR M2 PROMEDIO	CALIFICACION
1	Pueblo Blanco del Valle	Casa: 2 o 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero.	650	7
2	Conjunto Bélgica	Casa: 2 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero	640	7
3	Leganes II	Casa: 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero.	524	10
4	Samara IV	casa : 2 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero	671	6
5	Arquez del Valle	Casa: 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 2 parqueaderos.	660	7
6	Barú II	Casa: 2 o 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero	685	6
7	El Álamo II	Casa: 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero.	543	9
8	<b>Santaluz</b>	Casa: 3 dormitorios. 2 1/2 baños. 1 parqueadero.	625	8

**Tabla 2-3 Precio por m<sup>2</sup> de la Competencia**

Elaborado por: Ximena Toro E.



El tipo de producto en la zona casi no varía en cuanto a número de dormitorios, baños y parqueadero. La oferta en cuanto al precio por metro cuadrado oscila entre \$543 a \$685 dólares el metro cuadrado de construcción. La calificación a cada proyecto se ha otorgado tomando en cuenta que el menor precio recibe el mejor puntaje partiendo la premisa de que este tipo de cliente quiere el mejor producto al más bajo precio.



**Tabla 2-4 Precio promedio por m2**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

En cuanto al precio del metro cuadrado promedio, el más bajo lo tiene el proyecto Leganes II (\$524) y el más alto Barú II (\$685). Santaluz se encuentra en la media con un precio por metro cuadrado de \$625.



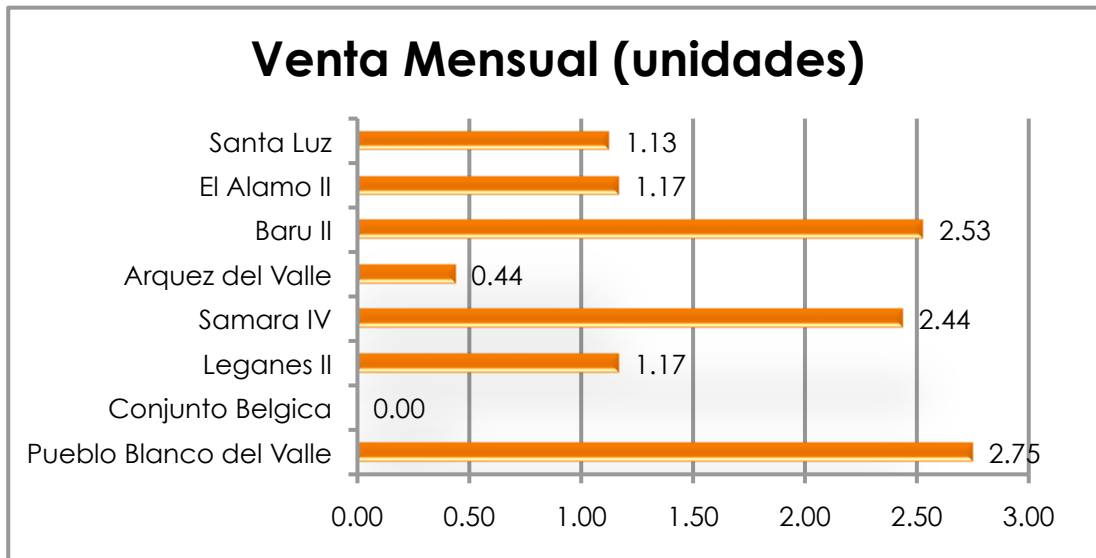
### 2.4.2.3 Velocidad de ventas

#	Nombre	Total Unidades	Vendidas	Disponibles	Tiempo (meses)	Venta Mensual	% Ponderado	Velocidad
1	Pueblo Blanco del Valle	70	66	4	24	2,75	27%	0,73
2	Conjunto Bélgica	14	0	14	2	0,00	0%	0,00
3	Leganes II	26	21	5	18	1,17	9%	0,10
4	Samara IV	42	39	3	16	2,44	16%	0,38
5	Arquez del Valle	10	7	3	16	0,44	3%	0,01
6	Barú II	95	91	4	36	2,53	37%	0,93
7	El Álamo II	16	14	2	12	1,17	6%	0,07
8	Santaluz	19	9	10	8	1,13	4%	0,04
			<b>247</b>				<b>100%</b>	<b>2,27</b>

**Tabla 2-5 Velocidad de Ventas**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Se ha calculado la velocidad de ventas de cada uno de los proyectos analizando el total de unidades ofertadas frente a las disponibles al momento, considerando la fecha de inicio de ventas de cada uno. Además, se ha tomado en cuenta el tamaño del proyecto para que no haya distorsión en la velocidad de ventas. Finalmente, se determina que la velocidad de ventas ponderada del sector es de 2,27 unidades por mes.



**Gráfico 2-12 Ventas Mensuales**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Tomando en cuenta que la velocidad de ventas del sector es de 2.27, notamos que los proyectos que están por encima del este indicador, son Pueblo Blanco del Valle, Samara IV y Barú II. Esto se puede explicar por el gran tamaño que tienen estos proyectos en el sector. Sin embargo, tomando en cuenta a los proyectos que se asemejan más a Santaluz en tamaño y características, como son: El ÁlamoII, Arquez del Valle, Leganes II y Conjunto Bélgica, nuestro proyecto tiene una velocidad de ventas de entre las más altas correspondiente a 1.13 unidades por mes.

#### **2.4.2.4 Componente Arquitectónico**

En cuanto al componente arquitectónico, vamos a evaluar los acabados con el fin de determinar la calidad de los mismos y si es el caso analizar la relación de la calidad con el precio de la vivienda.



	NOMBRE	ACABADOS	CALIFICACIÓN
1	Pueblo Blanco del Valle	Pisos: Cerámica y alfombra. Cocina: Cerámica y muebles laminados. Puertas: MDF. Baños: Estándar bajo	7
2	Conjunto Bélgica	Pisos: Cerámica. Cocina: Cerámica y muebles laminados. Puertas: MDF Baños: Estándar Bajo	7
3	Leganes II	Pisos: porcelanato Cocina: Porcelanato y muebles laminados Puertas: MDF Closets MDF Baños Estándar Bajo	7
4	Samara IV	Pisos: Porcelanato Cocina: Porcelanato, muebles laminados aéreos Puertas: MDF Baños: Estándar Alto	10
5	Arquez del Valle	Pisos: Parquet Cocina: Porcelanato y granito Cocina: muebles laminados aéreos Puertas: MDF Baños: Estándar Alto	10
6	Barú II	Pisos: Cerámica y alfombra. Cocina: Cerámica y muebles laminados. Puertas y closets: MDF, Baños: Estándar Bajo	7
7	El Álamo II	Pisos: Cerámica y alfombra. Cocina: Cerámica y muebles laminados. Puertas y closets: MDF. Baños: Estándar Bajo	6
8	Santaluz	Pisos: Cerámica y alfombra Cocina: Cerámica, muebles laminados, mesones marmetón. Puertas y closets: MDF. Baños: Estándar Alto	8

**Tabla 2-6 Tipos de Acabados**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*





### 2.4.2.5 Accesibilidad al transporte público

La cercanía a la vía principal es determinante para la facilidad de transporte público.

#	NOMBRE	LOCALIZACION	CALIFICACION (Referencia a vías principales)
1	Pueblo Blanco del Valle	Esquinero en vía principal	8
2	Conjunto Bélgica	Esquinero en vía principal	8
3	Leganes II	En vía secundaria. A 5 cuadras de la vía principal	5
4	Samara IV	En vía principal. Cerca de la Armenia	10
5	Arquez del Valle	Esquinero en vía principal	8
6	Barú II	En vía secundaria. A 2 cuadras de la vía principal.	7
7	El Álamo II	En vía secundaria. A 3 cuadras de la vía principal.	6
8	Santaluz	Casi esquinero en vía secundaria. Muy cerca de la vía principal	8

**Tabla 2-7 Accesibilidad al transporte público**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

La mejor calificación en este atributo lo tiene Samara IV pues está ubicado en la Vía a Guangopolo y además está muy cerca de la calle que comunica a la Armenia, sector donde hay cooperativas de taxis, paradas de buses, colegios y sectores comerciales más desarrollados.



### 2.4.2.6 Áreas de Recreación.

#	NOMBRE	ÁREAS DE RECREACIÓN	CALIFICACIÓN
1	Pueblo Blanco del Valle	Áreas Verdes	2
2	Conjunto Bélgica	Áreas Verdes, salón comunal	4
3	Leganes II	Juegos Infantiles, Salón comunal con sauna, turco, hidromasaje.	10
4	Samara IV	Salón comunal, Área BBQ, juegos infantiles, cancha de fútbol.	9
5	Arquez del Valle	Salón comunal, Área BBQ, juegos infantiles	7
6	Barú II	Salón comunal, Áreas verdes	5
7	El Álamo II	Salón comunal. Juegos Infantiles.	6
8	Santaluz	Salón Comunal, juegos infantiles	6

**Tabla 2-8 Áreas de Recreación**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Para la calificación de las áreas de recreación se ha tomado en cuenta el tamaño y la cantidad de áreas o servicios que se ofrecen en cada conjunto. De este análisis resultan *Leganes II* (10 puntos) y *Samara IV* (9 puntos) como los mejores en cuanto a áreas de recreación ofertadas.



### 2.4.2.7 Análisis del Financiamiento

#	NOMBRE	FINANCIAMIENTO	CALIFICACION
1	Pueblo Blanco del Valle	10% reserva + 20% en la entrega y 70% crédito hipotecario	8
2	Conjunto Bélgica	10% reserva + 20% en la entrega y 70% crédito hipotecario	8
3	Leganes II	\$1000 reserva. 30% en la entrega y 70% crédito hipotecario	8
4	Samara IV	\$1000 Reserva, \$4000 Firma de la promesa. El resto del 30% en la entrega. 70% Crédito hipotecario.	7
5	Arquez del Valle	\$1000 Reserva. 30% de entrada y 70% Crédito hipotecario	8
6	Barú II	15% Entrada. 85% a 10 años con la mutualista	9
7	El Álamo II	10% reserva + 20% en la entrega y 70% crédito hipotecario	8
8	Santaluz	\$1500 reserva. El resto del 30% en la entrega. 70% Crédito Hipotecario	8

**Tabla 2-9 Estructura del pago**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

El mejor plan de financiamiento es el que brinda Barú II de la Mutualista Pichincha pues con una entrada del 15%, al finalizada la construcción, la mutualista financia directamente el 85% de la vivienda a 15 años plazo. Este plan de financiamiento es un diferencial del resto de planes de financiamiento que ofrecen los



demás proyectos que en su mayoría constituyen el 30% a la entrega y el 70% financiado con crédito bancario.

### 2.4.2.8 Resumen Comparativo de la competencia

#	NOMBRE	PRECIO X M2	AREAS DE RECREACION	COMPONENTE ARQUITECTONICO	ACCESO TRANS. PUBLICO	FINANCIAMIENTO	PROMEDIO
		35%	10%	20%	10%	25%	100%
1	Pueblo Blanco del Valle	7	3	7	8	8	7,0
2	Conjunto Bélgica	7	3	7	8	8	7,0
3	Leganes II	10	10	7	5	8	8,4
4	Samara IV	6	9	10	10	7	7,8
5	Arquez del Valle	7	7	10	8	8	8,0
6	Barú II	6	6	7	7	9	7,1
7	El Álamo II	9	6	6	6	8	7,6
8	Santaluz	8	6	8	8	8	7,8

Tabla 2-10 Resumen de la Competencia

Elaborado por: Ximena Toro E.

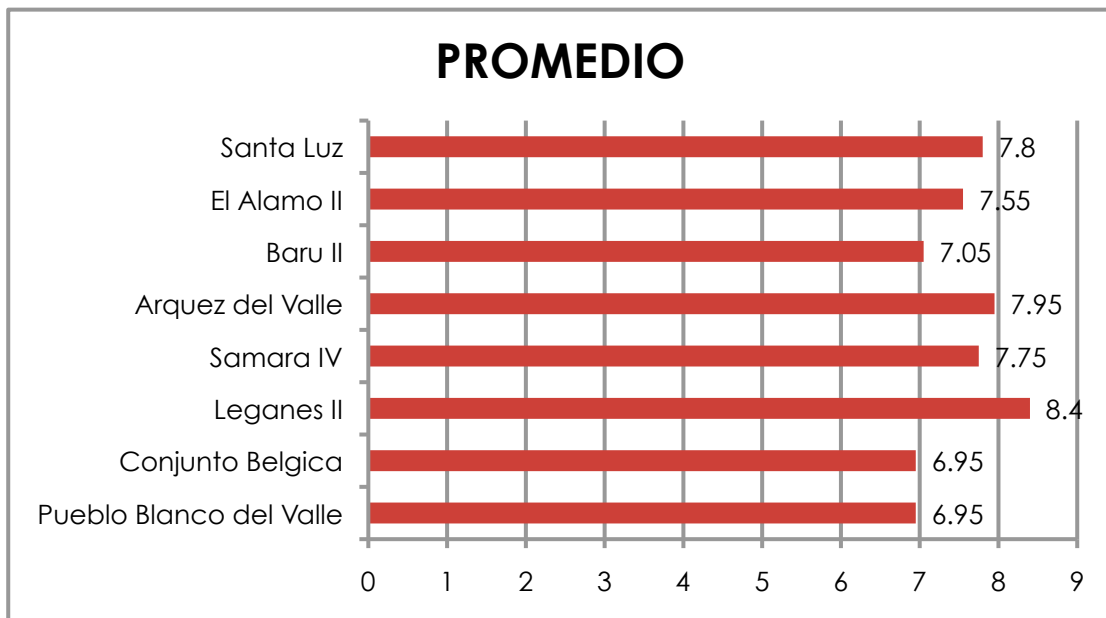


Gráfico 2-13 Resumen de la Competencia

Elaborado por: Ximena Toro E.



De acuerdo al análisis realizado a los proyectos de la competencia, resulta que los proyectos que obtienen un mayor puntaje son: Leganes II, Arquez del Valle, Samara IV y Santaluz. A continuación analizaremos cada uno de estos en detalle, para determinar su posición frente a nuestro proyecto.

#### **2.4.2.9 Análisis detallado de la competencia**

Tomaremos a los tres proyectos más representativos de la oferta del sector para analizarlos en detalle.

### **LEGANES II**



**Foto 2 Proyecto Leganes II**

Este proyecto obtiene la más alta calificación en el análisis realizado a la competencia. El factor determinante al momento de elegir una vivienda en este segmento es el precio. En cuanto al precio, estas viviendas tienen el precio por metro cuadrado más bajo del sector.



## ARQUEZ DEL VALLE



**Foto 3 Proyecto Arquez del Valle**

El puntaje de este proyecto se explica por un precio y plan de financiamiento medianamente bueno, pero sobretodo por el componente arquitectónico. Los acabados de alta calidad son los que diferencian a este proyecto y le dan una puntuación alta en cuanto a la competencia.





## **SAMARA IV**



**Foto 4 Proyecto Samara IV**

A pesar que el precio es el más alto del segmento y su plan de financiamiento exige un valor de reserva más alto que el del sector, tiene excelentes características en cuanto a áreas de recreación, acceso a transporte público y sobretodo el componente arquitectónico que tiene acabados de alta calidad. Estas atributos hacen que el proyecto sea atractivo.



## **SANTALUZ**



**Foto 5 Proyecto Santaluz**

Este proyecto tiene calificaciones medianamente altas en todas las características. En general tiene coherencia y equilibrio el planteamiento del proyecto en cuanto a precio, financiamiento y características que ofrece.





## 2.5 Conclusiones

En este capítulo determinamos el segmento de mercado, las características del producto y la competencia de la siguiente manera:

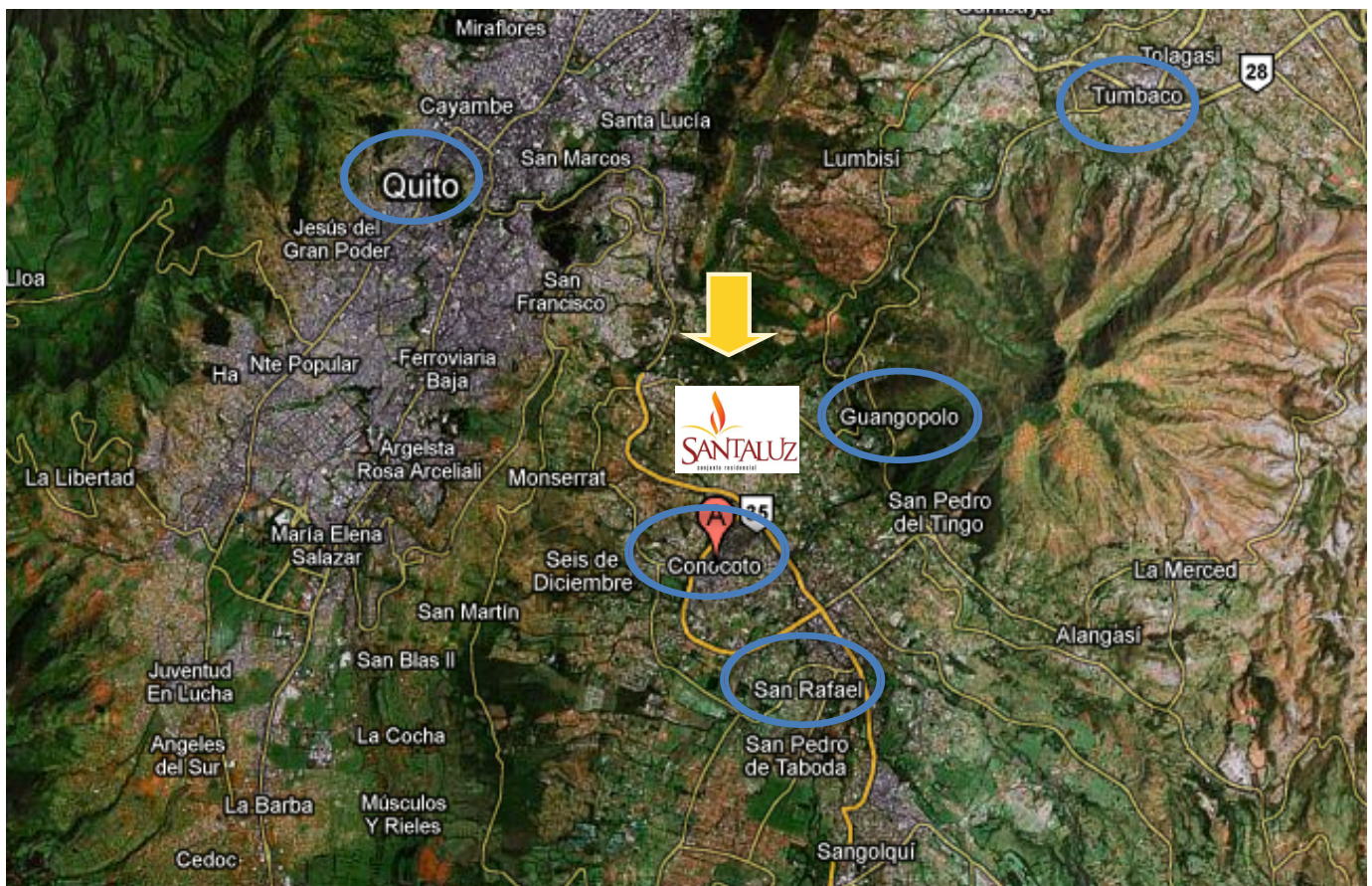


Además, la velocidad de ventas que se ha determinado para el proyecto Santaluz es de 1.13 unidades por mes de acuerdo al análisis de mercado realizado.



## 3 CAPÍTULO: COMPONENTE TÉCNICO - ARQUITECTÓNICO

### 3.1.1 Descripción de la localización



**Ilustración 3-1 Ubicación General**

*Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

El Conjunto Residencial Santaluz está ubicado en el Valle de los Chillos. En un sector que está conectado con Guangopolo, Conocoto, San Rafael, a pocos minutos del sur de Quito y a corta distancia del Valle de Cumbayá y Tumbaco.



**Ilustración 3-2 Ubicación**

*Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

Santaluz está localizado en el sector del Puente 3 en la Vía a Guangopolo a tan sólo 3 minutos de la Autopista Rumiñahui. En una zona de crecimiento para residencias.



### 3.1.2 Análisis de accesibilidad



**Ilustración 3-3 Accesibilidad**

*Fuente y Elaborado por: Grupo Baluarte*

Se puede acceder al proyecto por la Autopista Rumiñahui o por la antigua vía a Guangopolo. La Autopista esta en muy buen estado y es una vía rápida de alto tráfico vehicular que cuenta con 6 carriles. La antigua vía a Guangopolo aunque tiene menor afluencia vehicular pues tan solo posee 2 carriles, está en buen estado, comunica al proyecto con Guangopolo, y constituye una vía de acceso al proyecto.





**Foto 6 Foto del Sector en Vía Guangopolo y 11va Transversal**

*Elaborado por: Ximena Toro E*

### **3.1.3 Potenciales de la ubicación del terreno.**



**Foto 7 Comercio en el sector**

*Elaborado por: Ximena Toro E*



Algunas de las características de cercanía con respecto a sitios de interés en áreas como el transporte, salud, educación y entretenimiento, se exponen a continuación:

<b>CERCANIA</b>	
<b>Transporte</b>	Línea de transporte directa Zabala
<b>Salud</b>	Centros médicos y hospitales. Clínica Pichincha.
<b>Educación</b>	Colegio Giovanni Farina, Colegio Gonzaga, Escuela Politécnica del Ejército (ESPE)
<b>Entretenimiento</b>	San Luis Shopping, Centro Comercial El Triángulo.
	Unidad de Medio Ambiente.

**Tabla 3-1 Cercanía a sitios de interés**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Un factor muy importante que define al sector es su accesibilidad como habíamos denotado anteriormente, lo cual involucra no solo vías donde se pueda transitar con vehículo privado sino que el transporte público es un componente importante. Es así que al estar ubicado en una vía principal, cuenta con una línea de transporte que pase frecuentemente y cerca del conjunto, lo que constituye un beneficio.

Así mismo la importancia de tener clínicas y planteles educativos cercanos representa un ventaja pues es algo que los potenciales clientes valoran.

Los Centros Comerciales San Luis Shopping y El Triángulo brindan diferentes servicios por la variedad de oferta en tiendas que poseen, es así que estando tan cerca del proyecto, les brinda entretenimiento y servicios necesarios.



**Foto 8 Centro Comercial Triángulo**

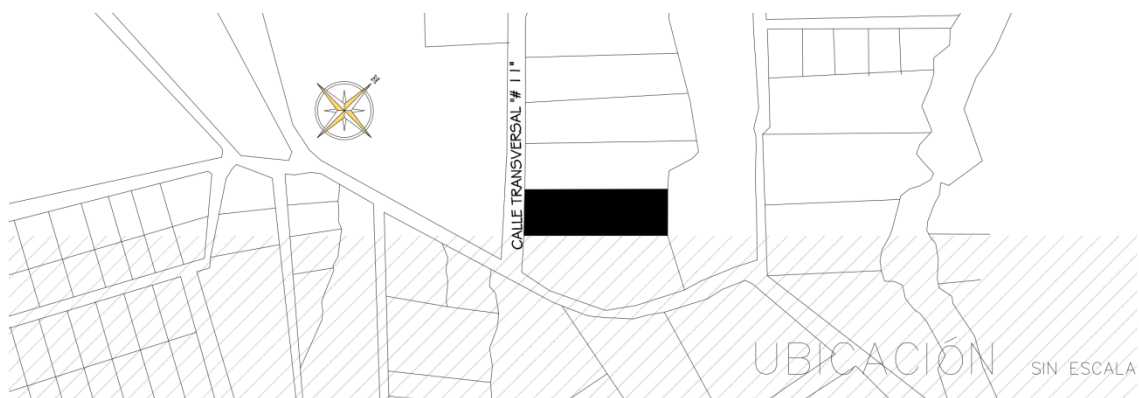
Debido a las nuevas medidas del gobierno, complejos e instalaciones recreativas que antes se consideraban solamente para el sector publico ahora permiten el acceso privado, como es la Unidad de Medio Ambiente ubicado a pocas cuadras del proyecto.



**Foto 9 Unidad de Medio Ambiente**

### 3.1.4 Características del Terreno

#### 3.1.4.1 Linderos del terreno



**Ilustración 3-4 Linderos del Terreno**

*Elaborado por: Ximena Toro E*

El terreno esta ubicado entre dos lotes. El lote que se encuentra a su lado sureste está habitado por una vivienda individual, mientras que





el lote que colinda por el otro lado es un lote esquinero que actualmente se encuentra libre.



**Foto 10 Terreno**

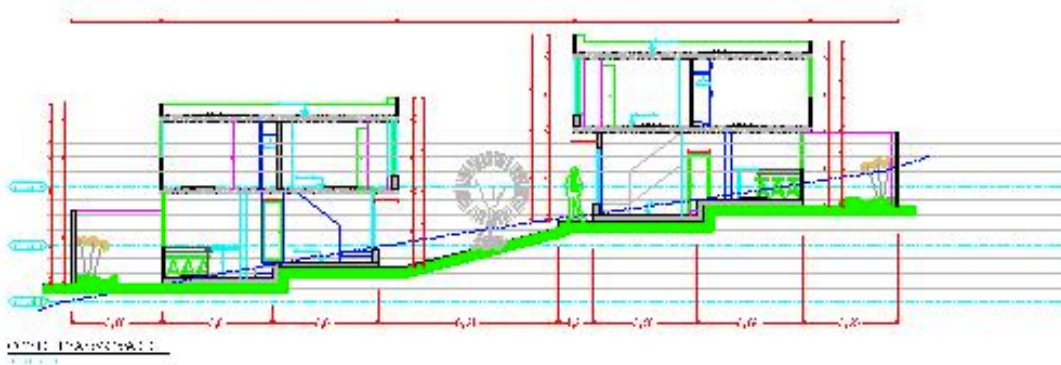
*Elaborado por: Ximena Toro E*

### **3.1.4.2 Características del terreno**

El terreno donde se va a desarrollar el proyecto tiene 2.540 metros cuadrados en los que se distribuirán primeramente 916m<sup>2</sup> para la planta baja de las casas y los otros 395m<sup>2</sup> correspondiente a los patios de las mismas. El área de playa de estacionamientos es de 214m<sup>2</sup>.



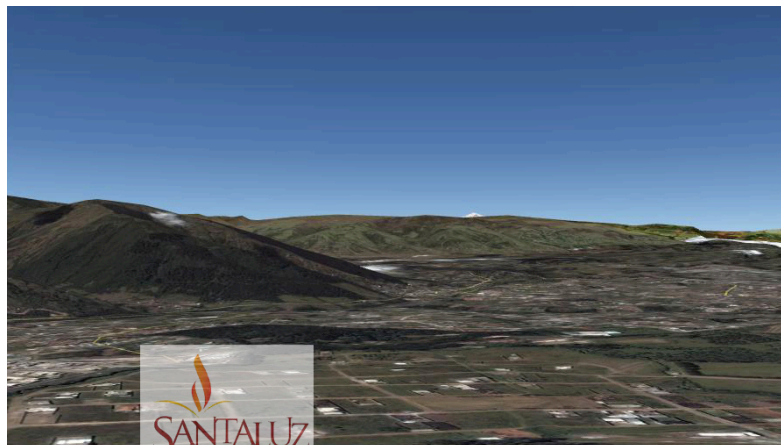
- **Pendiente**



El terreno posee una inclinación leve. La construcción de las casas se ven influenciadas por la misma, por lo que su ubicación dentro del terreno determina el diseño arquitectónico de las mismas.

- **Vistas**

Al estar en una pendiente, la vista que se obtiene del valle de los chillos es muy agradable. En la zona hay muchas áreas verdes por lo que se conforma un paisaje propio del valle que son sinónimos de tranquilidad.



**Foto 11 Vista**



- **Accesos**

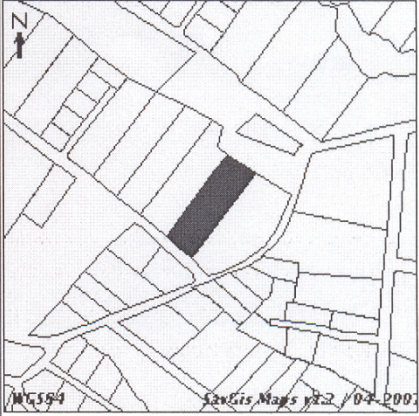
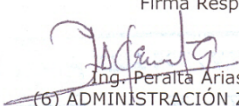
El terreno está ubicado en la calle secundaria, colindante con el terreno esquinero.

La propiedad posee un perímetro frontal de 27,4m<sup>2</sup> que da a la 11va transversal que cruza con la Vía a Guangopolo.

### **3.1.4.3 Zonificación del terreno**

El informe de regulación Metropolitana identifica al predio con el número **314046** y de clave catastral **21206 04 009 000 000 000** y se encuentra a continuación:



<h1 style="margin:0;">QUITO</h1> <p style="margin:0;">Distrito Metropolitano</p>	<p><b>MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO</b> <b>DIRECCIÓN METROPOLITANA DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL</b></p>								
<b>INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA</b>									
<p><b>Fecha:</b> Lunes 21 de Septiembre del 2009 (12:51) <span style="float:right;"><b>Número:</b> 277775</span></p>									
<p><b>1.- Identificación del Propietario *</b></p> <p>Número del predio: 314046  Clave Catastral: 21206 04 009 000 000 000  Cédula de identidad: 01782146143001  Nombre del propietario: INMOPROVIBAL S.A.</p>	<p><b>3.- Esquema de Ubicación del predio</b></p> 								
<p><b>2.- Identificación del Predio *</b></p> <p>Parroquia: Conocoto  Barrio / Sector: S.DGO.CONOCOTO</p> <p><b>Datos de terreno *</b></p> <p>Área de terreno: <u>2543,10 m<sup>2</sup></u>  Área de construcción: 69,0 m<sup>2</sup>  Frente: 29,4 m  Propiedad horizontal: NO  Derechos y acciones: NO</p>									
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:30%;">Calle</th> <th style="width:15%;">Ancho</th> <th style="width:35%;">Referencia</th> <th style="width:20%;">Retiro mts</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- TRANSVERSAL 11</td> <td>12.0</td> <td>AL EJE DE LA VÍA</td> <td>6.0</td> </tr> </tbody> </table>		Calle	Ancho	Referencia	Retiro mts	- TRANSVERSAL 11	12.0	AL EJE DE LA VÍA	6.0
Calle	Ancho	Referencia	Retiro mts						
- TRANSVERSAL 11	12.0	AL EJE DE LA VÍA	6.0						
<b>4.- Regulaciones</b>									
<table border="0" style="width:100%;"> <tr> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <p><b>Zona</b>  <b>Zonificación:</b>D4(D303-80)  <b>Lote mínimo:</b>300 m<sup>2</sup>  <b>Frente mínimo:</b>10 m  <b>COS-TOTAL:</b>240 %  <b>COS-PB:</b>80 %</p> </td> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <p><b>Pisos</b>  <b>Altura:</b>9 m  <b>Número de pisos:</b>3</p> </td> <td style="width:33%; vertical-align: top;"> <p><b>Retiros</b>  <b>Frontal:</b>0 m  <b>Lateral:</b>0 m  <b>Posterior:</b>3 m  <b>Entre Bloques:</b>6 m</p> </td> </tr> </table> <p><b>Forma de Ocupación del Suelo:</b>(D) Continua sobre línea  <b>Clasificación del suelo:</b>(SU) Suelo Urbano  <b>Etapas de incorporación:</b>Etapas 1 (2006 hasta 2010)  <b>Uso Principal:</b>(R1) Residencia baja densidad</p>		<p><b>Zona</b>  <b>Zonificación:</b>D4(D303-80)  <b>Lote mínimo:</b>300 m<sup>2</sup>  <b>Frente mínimo:</b>10 m  <b>COS-TOTAL:</b>240 %  <b>COS-PB:</b>80 %</p>	<p><b>Pisos</b>  <b>Altura:</b>9 m  <b>Número de pisos:</b>3</p>	<p><b>Retiros</b>  <b>Frontal:</b>0 m  <b>Lateral:</b>0 m  <b>Posterior:</b>3 m  <b>Entre Bloques:</b>6 m</p>					
<p><b>Zona</b>  <b>Zonificación:</b>D4(D303-80)  <b>Lote mínimo:</b>300 m<sup>2</sup>  <b>Frente mínimo:</b>10 m  <b>COS-TOTAL:</b>240 %  <b>COS-PB:</b>80 %</p>	<p><b>Pisos</b>  <b>Altura:</b>9 m  <b>Número de pisos:</b>3</p>	<p><b>Retiros</b>  <b>Frontal:</b>0 m  <b>Lateral:</b>0 m  <b>Posterior:</b>3 m  <b>Entre Bloques:</b>6 m</p>							
<b>5.- Afectaciones</b>									
<b>6.- Observaciones</b>									
<p>- ZONA LOS CHILLOS-PARROQUIA CONOCOTO./  - CUENTA CON TODOS LOS SERVICIOS BÁSICOS.  - DISPONE DE INFORME SIG-5394 DE 21 DE SEPTIEMBRE DEL 2009 OFICIO 62 GOP-UE-EMMOPQ EN EL CUAL CONSTA QUE NO SE ENCUENTRA LA PROPIEDAD AFECTADA POR EL PASO DE LA TRONCAL METROPOLITANA</p>									
<b>7.- Notas</b>									
<p>- 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</p> <p>* 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.</p>									
<p>Firma Responsable</p>  <p>Ing. Peralta Arias Luis Alfredo  (6) ADMINISTRACIÓN ZONA LOS CHILLOS</p>									

**Ilustración 3-5 Informe de Regulación Metropolitana**





Tomando en cuenta el Informe de Regulación Urbano (IRM), hacemos el siguiente análisis del cumplimiento de estas regulaciones y su aprovechamiento por parte del proyecto Santaluz:

REGULACIONES	
Zonificación	D4 (D303-80)
COS TOTAL	240%
COS PB	80%
Forma de Ocupación del suelo	Continua sobre línea
Clasificación del suelo	Suelo Urbano
Uso Principal	Residencia Baja Densidad

RETIROS		Evaluación
Frontal	0m	Si
Lateral	0m	Si
Posterior	3m	Si
Entre Bloques	6m	Si

El terreno cumple con el retiro necesario en la parte posterior. En cuanto a la separación entre bloques de construcción, la distancia es de poco más de 6 metros, ocupada por playas de estacionamientos.

PISOS		Evaluación	Observaciones
Altura	9m	Si	Las casas tienen 2 pisos
Numero de pisos	3	Si	

Con respecto al número de pisos, las casas no tienen el aprovechamiento de 3 pisos que permite la regulación. Se diseñaron las casas de 2 pisos de altura de acuerdo al mix del producto preferencial de nuestro mercado potencial en cuanto a metros



cuadrados de construcción, precio de la vivienda y componentes arquitectónicos.

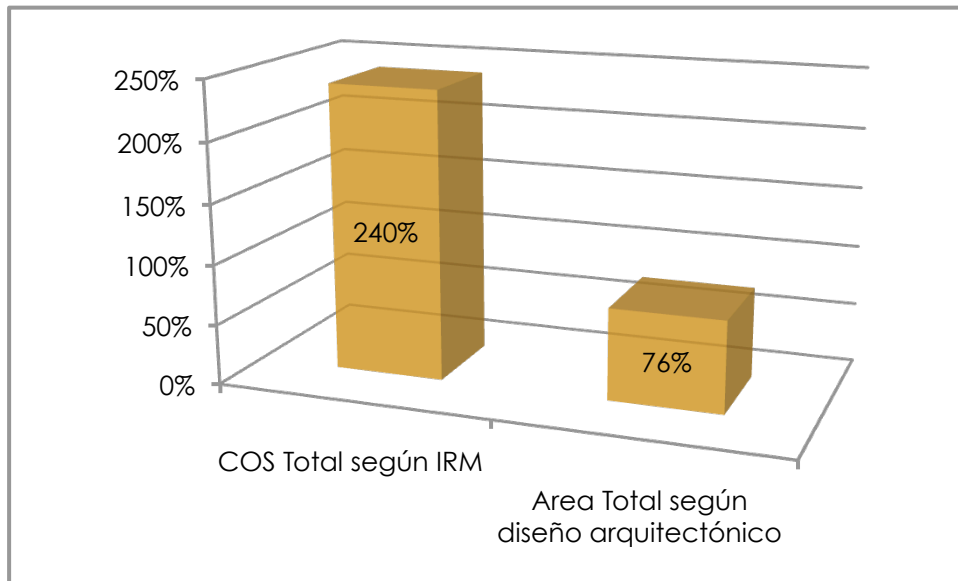
### 3.1.4.4 Cuadro de Áreas

ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA					
DATOS SEGÚN IRM			DATOS SEGÚN PROYECTO		
DATOS ANALIZADOS SEGÚN IRM	%	m2 PERMITIDOS SEGUN IRM	m2 DE CONSTRUCCION	%	CUMPLE NORMATIVA
COS PB	80%	2032	916,87	36,10%	SI
COS TOTAL	240%	6096	1.939,30	76,35%	SI
<b>ÁREA TERRENO</b>		<b>2.540,00</b>			

**Tabla 3-2 Análisis Comparativo de Áreas**

*Elaborado por: Ximena Toro E*

El área construida del proyecto es el 76% del total del terreno, que corresponde a 1939,30 m<sup>2</sup>.



**Tabla 3-3 Aprovechamiento del terreno**

*Elaborado por: Ximena Toro E*

El aprovechamiento del terreno no es la totalidad del COS PB que es el 240%. El diseño arquitectónico nos permite un aprovechamiento del área de 76% por el tipo de producto que se demanda en la zona.

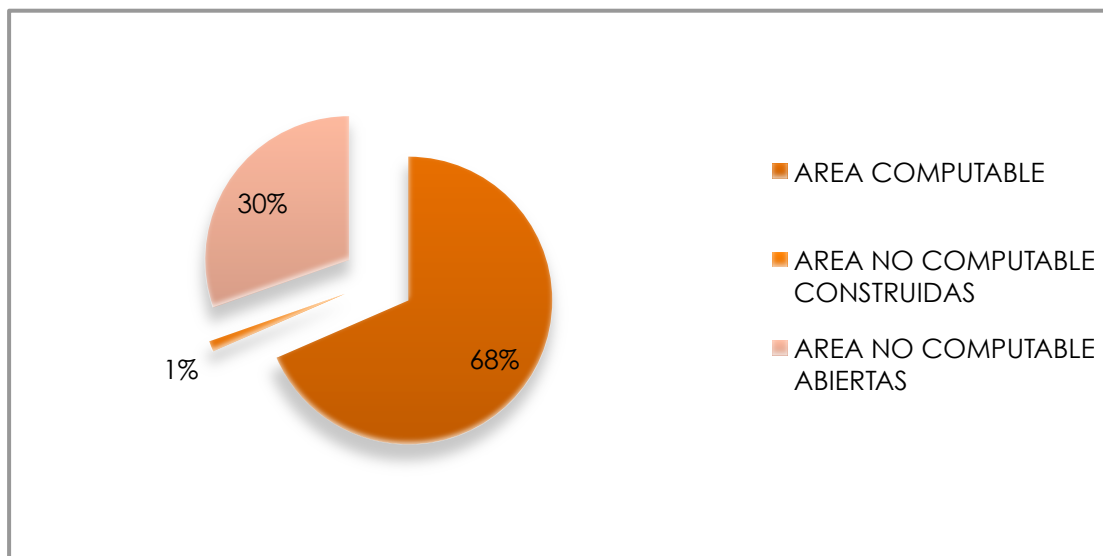
El proyecto cumple con la normativa, sin embargo no se logra optimizar el área debido al tipo de producto que se demanda en la zona.



<b>ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA</b>			
UTILIZACIÓN DE AREAS COMPUTABLES Y NO COMPUTABLES			
Detalle		m2 del Proyecto Arquitectónico	Porcentaje
AREA ÚTIL casas	AREA COMPUTABLE	<b>1.939,30</b>	68,47%
AREAS NO COMPUTABLES Salón comuna, guardianía, depósito de basura	AREA NO COMPUTABLE CONSTRUIDAS	<b>33,18</b>	1,17%
AREAS NO COMPUTABLES áreas comunales, circulación, áreas recreativas, vías de circulación, parqueadero visitas	AREA NO COMPUTABLE ABIERTAS	<b>860,03</b>	30,36%
		<b>2.832,51</b>	100,00%

**Tabla 3-4 Análisis de la Propuesta Arquitectónica**

Elaborado por: Ximena Toro E



**Gráfico 3-1 Análisis de la Propuesta Arquitectónica**

Elaborado por: Ximena Toro E





Tras analizar la propuesta arquitectónica se determina que:

- Por el diseño arquitectónico del producto se visualiza un porcentaje de tan solo el 68,74%
- Las áreas comunales, guardianía y depósitos de basura tienen una participación mínima en el proyecto.
- El área recreativa es reducida pues en este 30% están incluidos los parqueaderos. Se podría realizar un diseño que permita mayor cantidad de ésta área.

### **3.1.5 Dotación de servicios e infraestructura**

En el lote se encuentran todos los servicios básicos:

- Red de agua potable y alcantarillado
- Red de energía eléctrica y alumbrado publico
- Red de telefonía publica
- Vía asfaltada

### **3.1.6 Análisis del Proyecto**

#### **3.1.6.1 *Implantación del proyecto***



- **Bloques**

El conjunto Santaluz está dividido en 5 Bloques. Dichos bloques tienen topologías de vivienda similares en cuanto al diseño arquitectónico de acuerdo a las condiciones del terreno.



**Ilustración 3-6 Implantación del Proyecto**

*Plano de implantación del proyecto  
Fuente y Elaboración: Constructora Baluarte*

Cada bloque contiene un número de casas determinado. El área de los bloques es la siguiente:

BLOQUE	NÚMERO DE CASAS	ÁREA DEL BLOQUE (m <sup>2</sup> )
1	5	557,5
2	3	334,5
3	5	557,5
4	3	334,5
5	3	334,5
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>1939,3</b>

**Tabla 3-5 Área de los Bloques**

*Elaborado por: Ximena Toro E*



- **Ingreso al conjunto:**

El proyecto tiene un único ingreso vehicular y peatonal. El ancho de dicho ingreso, vías donde circulan los vehículos en doble sentido, es de 5,60m.

- **Contenedor de basura:**

El contenedor de basura está centralizado en la zona de playa de parqueaderos.

- **Áreas Verdes:**

Las áreas verdes del conjunto están ubicadas en la parte posterior del conjunto, pasando la playa de parqueaderos.

- **Viviendas**

El Proyecto Habitacional Santaluz tiene la distribución de las áreas de las casas y parqueaderos de la siguiente manera:



PROYECTO HABITACIONAL SANTALUZ								
ÁREAS DE LAS CASAS								
CASA #	TIPO	PLANTA BAJA	PLANTA ALTA	AREA DE CONSTRUCCIÓN (PB + PA)	PATIO	AREA DEL TERRENO (PB + PATIO)	UNIDAD	ESTACIONA MIENTOS m2
1	ESPECIAL 1	48,15	53,38	101,53	22,6	82,75	m2	12
2	A	48,1	53,11	101,21	20,8	68,9	m2	11,04
3	A	48,1	53,11	101,21	20,8	68,9	m2	12
4	A	48,1	53,11	101,21	20,8	68,9	m2	11,04
5	A*	48,84	53,91	102,75	21,12	69,96	m2	11,04
6	B*	49,58	53,71	103,29	20,64	70,22	m2	11,04
7	B	48,84	52,92	101,76	20,33	69,17	m2	11,04
8	B*	49,58	53,74	103,32	20,64	70,22	m2	11,04
9	C*	45,03	50,35	95,38	20,06	65,09	m2	11,04
10	C	44,24	49,51	93,75	21,07	65,31	m2	11,04
11	D	46,48	51,88	98,36	20,18	66,66	m2	12
12	E	48,16	52,87	101,03	19,86	68,02	m2	12
13	F	48,16	55,28	103,44	21,35	69,51	m2	11,04
14	G*	48,24	53,74	101,98	21,9	70,14	m2	11,04
15	G	47,52	52,92	100,44	22,02	69,54	m2	11,04
16	G*	48,24	53,7	101,94	22,81	71,05	m2	11,04
17	H	49,43	54,77	104,2	21,94	71,37	m2	11,04
18	H	49,43	54,77	104,2	22,45	71,88	m2	11,04
19	ESPECIAL 2	52,65	65,65	118,3	14,07	66,72	m2	12
<b>TOTAL</b>		916,87	1022,43	<b>1939,3</b>	395,44	1324,31		214,56

Tabla 3-6 Área de las viviendas



El área total de construcción es **1939,30 m<sup>2</sup>** correspondiente a las 19 unidades de vivienda.

- **Parqueaderos**

En cuanto a los parqueaderos, cada casa cuenta con un área de parqueadero para 1 auto. Estos parqueaderos están distribuidos en dos playas de parqueaderos descubiertos ubicados en el centro de los bloques.

Además, acatando la normativa actual, el conjunto cuenta con tres espacios para parqueaderos de visitas y uno para vehículos menores como son motocicletas y bicicletas.

Adicionalmente de los parqueaderos que cada casa tiene hay dos parqueaderos adicionales que pueden ser tomados.

PARQUEADEROS ADICIONALES	
NÚMERO	METRAJE
# 19	11,04 M2
# 20	11,04 M2

**Tabla 3-7 Parqueaderos Adicionales**

### **3.1.6.2 Observaciones acerca de la implantación**

- En cuanto a la implantación, la disposición de las casas es adecuada pues potencializa la pendiente del terreno, generando espacios atractivos entre casa y casa.



- La plaza de estacionamientos está muy centralizada, lo cual no permite una óptima distribución en el conjunto.
- El ingreso principal de circulación vehicular y peatonal no cumple con la normativa de 6m libres entre vereda y vereda. Se proyectan 5,60m de ancho. Es importante cumplir con la normativa pues este espacio permite que circulen dos vehículos con amplitud.
- El parqueadero cumple con las dimensiones mínimas de 2,30mx4,80m de acuerdo a las regulaciones, sin embargo, tomando en cuenta que el proyecto se dirige a un segmento medio, medio alto que podrían tener autos de tamaño mediano-grande, se deberían planificar estacionamientos 20cm más amplios que resultan en 12,50m<sup>2</sup> de área. El valor de este cambio que brindaría mayor comodidad al cliente es mayor que la incidencia en el costo del proyecto.
- En cuanto al espacio de contenedor de basura, este debe ser un espacio determinado, grande y ventilado. Además, si es posible deber estar cerca de la puerta de salida, lo que no ocurre en Santaluz, donde el espacio de contenedor de basura esta en la zona de playas de parqueadero.
- Observamos que cada casa tiene un cilindro de gas que a pesar de estar colocado en el exterior no brinda la seguridad que nos da las instalaciones de gas centralizado. Todo esto porque las casas son para un segmento medio, medio alto.



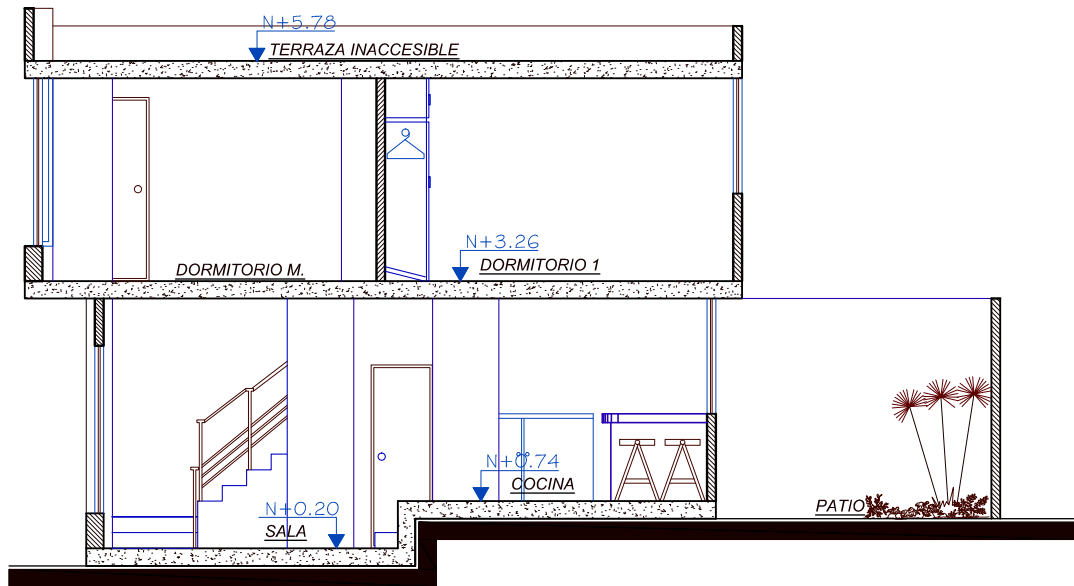
- **Parqueaderos**

- La entrada a parqueaderos menores: motocicletas y bicicletas, es de difícil acceso.
- La playa de parqueaderos no potencializa la vista del conjunto pues obstaculiza la vista de las áreas verdes.
- Debido al segmento al que se dirige el proyecto, sería importante que los parqueaderos sean diseñados de tal manera que cada casa tenga cerca su parqueadero para brindar mayor comodidad al cliente.

### **3.1.6.3 Análisis de casa tipo**

Se analizará un solo tipo de casa con el fin de simplificar el estudio, tomando en cuenta que la distribución no tiene variación y la variación en áreas es mínima.

A continuación analizaremos la implantación del proyecto y las plantas de las viviendas.



### Ilustración 3-7 Corte Lateral Arquitectónico

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte.*

Dependiendo del bloque en el que están ubicadas las viviendas, estas tienen o no un desnivel en la planta baja. En la entrada encontramos una amplia sala y un pequeño baño social. Al subir gradas encontramos una cocina iluminada y su respectivo comedor, ambos gozan de una vista agradable al patio trasero de la casa. La cocina tiene una salida al patio, lo que favorece al aireamiento y asoleamiento de este ambiente.

El desnivel existente nos da la ventaja de que nos permite diferenciar las áreas en la planta baja.

Las gradas de acceso para la planta alta se encuentran ubicadas en la sala, próximas al acceso principal a la casa. En la parte superior se encuentra una sala de estar o estudio que distribuye el acceso al dormitorio master con su baño y a los otros 2 dormitorios, con su baño compartido.





La planta baja se distribuye de la siguiente manera:



**Ilustración 3-8 Planta Baja**

*Fuente y Elaboración: Constructora Baluarte*

En la planta baja encontramos los siguientes ambientes:

- Sala
- Comedor
- Cocina
- Baño social
- Patio



**Ilustración 3-9 Ambiente Social**

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte*

Las casas tienen una distribución proporcional en cuanto a sus ambientes.

En la planta baja la sala, comedor y cocina son ambientes sociales bien distribuidos, con excepción del baño social. El baño de la planta baja es pequeño y puede resultar incómodo. Fue diseñado de manera que se maximice el espacio en los otros ambientes, tomando en cuenta que no es un elemento que el cliente considere crucial al momento de elegir una vivienda, como si lo son la sala y la cocina.

Debido a los amplios ventanales, las áreas sociales tienen una buena iluminación natural.



**Ilustración 3-10 Planta Alta**

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte*

En la Planta alta encontramos:

- Dormitorio Master
- Baño completo
- Dos dormitorios
- Baño completo compartido

Los Dormitorios Master y Dormitorio 1, son amplios tomando en cuenta que ya incluyen closets. A diferencia de estos, el Dormitorio 2



es pequeño. Este dormitorio no incluye closets, así que a pesar de tener un gran área de 9m<sup>2</sup>, al colocar closets se reduce el espacio para la cama.

Los dormitorios tienen iluminación natural gracias a los grandes ventanales, lo cual brinda amplitud y calidez a la vivienda.

El baño compartido es amplio. Este ambiente tiene elementos como el lavabo, la cortina de ducha, y una tina. Además, tiene ventilación artificial.

#### **3.1.6.4 Las Fachadas**

El estilo del diseño es moderno. Su fachada cuenta con formas lineales y grandes ventanales que ocupan el 50% de la misma. La propuesta es un diseño sencillo, lineal que acompañe al entorno natural de la zona.



**Ilustración 3-11 Fachada**

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte*





### **3.1.6.5 Colores**

El conjunto habitacional es alegre, acogedor, porque usa colores cálidos como son el rojo y blanco.

Los colores interiores van a ser blanco y beige. Al ser colores claros favorecen a los ambientes brindándoles amplitud.



**Ilustración 3-12 Ambiente social de la vivienda**

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte*

### **3.1.6.6 Seguridad**

En cuanto a la seguridad el conjunto ofrece:

- Guardianía 24 horas.
- Un solo acceso.
- Conjunto cerrado con cerramiento alto.



Además, de estas características la constructora hace énfasis en las normas de sismoresistencia con el que se construye el proyecto como un atributo de *seguridad*.

### **3.1.6.7 Ingeniería**

La constructora cuenta con un equipo de ingenieros que realizaron el diseño estructural de la obra civil. La constructora ha tomado en cuenta ciertas características para garantizar la mayor seguridad en las viviendas de Santaluz.



**Foto 12 Valla Informativa**

*Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte*

Las principales características que garantizan la seguridad en la construcción de la vivienda de este proyecto:



- Se cumplen estándares internacionales de sismoresistencia.
- El equipo de trabajo verifica la construcción mediante ingenieros de la Politécnica Nacional.
- El método constructivo utilizado consiste en el montaje de las viviendas sobre losas de cimentación y vigas descolgadas para las mismas.



**Foto 13 Fase de Construcción**

*Elaboración: Ximena Toro E. (Mayo 2010)*

El sistema estructural esta constituido por una losa de cimentación de hormigón armado que evita el asentamiento diferencial de la construcción. Debido a las condiciones de humedad del suelo este tipo de cimentación permite aislar a la humedad de mejor manera.

Simultáneamente trabaja con un sistema de vigas descolgadas que disminuye el riesgo de colapso de la estructura en caso de movimiento sísmico.



Este sistema estructural nos permite tener una estructura sismorresistente que brinda seguridad a sus habitantes

### 3.1.6.8 Tipo de Acabados

En cuanto al tipo de acabados se colocarán acabados de tipo Standard. A continuación las especificaciones de acuerdo a los elementos de cada área.

**Tabla 3-8 Especificaciones de Materiales y Acabados**

<b>ESPECIFICACIONES DE MATERIALES Y ACABADOS</b>		
<b>ÁREA</b>	<b>ELEMENTO</b>	<b>ACABADO DE CASAS</b>
<b>Hall de Acceso</b>	Puerta Principal	MDF
	Cerradura Puerta Principal	GEO o SIMILAR
	Piso	CERÁMICA
	Barredera	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS
	Techo	LOSA
<b>Baño Social</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	CERÁMICA
	Paredes	CERÁMICA PARTE BAJA
	Aparatos Sanitarios	FV o SIMILAR
	Grifería Lavamanos	FV o SIMILAR
	Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO
	Techo	LOSA
<b>Área Social</b>	Piso	CERÁMICA
	Barredera	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS
	Techo	LOSA
	Ventanas	ALUMINIO Y VIDRIO
<b>Gradas</b>	Huella	ALFOMBRA
	ContraHuella	ALFOMBRA
	Barrederas	MDF





	Paredes	CHAFADAS Y PINATADAS
	Techo	LOSA PLANA

<b>Cocina</b>	Piso	CERÁMICA
	Paredes	CERÁMICA/CHAFADA/PINTADA
	Techo	LOSA
	Mesón	MARMETÓN
	Grifería Lavaplatos	PRICE PFISTER o SIMILAR
	Lavaplatos	SIDEC O SIMILAR
	Muebles Cocina	MELAMÍNICO
	Mesón Auxiliar	MARMETÓN
Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO	

<b>Máquinas</b>	Piedra de Lavar	PREFABRICADA
	Puerta a Jardín	ALUMINIO Y VIDRIO
	Techo	DESCUBIERTO

<b>Jardín</b>	Piso	CESPED
	Paredes	REVOQUE Y PINTURA

<b>Hall de Dormitorios</b>	Piso	ALFOMBRA
	Barrederas	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS
	Techo	LOSA PLANA

ÁREA	ELEMENTO	ACABADO DE CASAS
<b>Dormitorio N° 1</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	ALFOMBRA
	Barredera	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS
	Techo	LOSA PLANA
	Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO
	Closet	MELAMÍNICO (0,90m)

<b>Dormitorio N° 2</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	ALFOMBRA
	Barredera	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS



Techo	LOSA PLANA
Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO
Closet	MELAMÍNICO (0,90m)

<b>Baño Compartido</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	CERÁMICA
	Paredes	PARED DE DUCHA EN CERÁMICA DEMÁS PAREDES CERÁMICA PARTE BAJA
	Aparatos Sanitarios	FV o SIMILAR
	Grifería Lavamanos	PRICE PFISTER O SIMILAR
	Grifería Ducha	FV o SIMILAR
	Techo	LOSA PLANA

<b>Dormitorio Master con vestidor</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	ALFOMBRA
	Barredera	MDF
	Paredes	CHAFADAS Y PINTADAS
	Techo	LOSA PLANA
	Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO
	Closet	MELAMÍNICO (1.20m)

<b>Baño Master</b>	Puerta	MDF
	Cerradura Puerta	GEO o SIMILAR
	Piso	CERÁMICA
	Paredes	PARED DE DUCHA EN CERÁMICA DEMÁS PAREDES CERÁMICA PARTE BAJA
	Aparatos Sanitarios	FV o SIMILAR
	Grifería Lavamanos	PRICE PHISTER
	Grifería Ducha	FV o SIMILAR
	Techo	LOSA PLANA
	Ventana	ALUMINIO Y VIDRIO

Fuente y Elaborado por: Constructora Baluarte

La calidad de los acabados es de tipo estándar. De acuerdo a esta lista de acabados, dependiendo del diseño arquitectónico de las casas pueden variar el número y tipo de áreas. En el caso de las especificaciones de los materiales, estos pueden cambiar por



similares o de mejor calidad de acuerdo a la disponibilidad de los proveedores.

### **3.1.6.9 Servicios Adicionales:**

El conjunto residencial Santaluz ofrece los siguientes servicios adicionales:

- Guardianía las 24 horas
- Parqueaderos de visita
- Amplias áreas verdes y juegos infantiles
- Salón Comunal



### 3.1.7 Conclusiones:

- El área de construcción no está maximizado pues a pesar de tener un amplitud para construir el 240% (COS TOTAL), se ha construido nada mas que un 76%. Esto debido a que la mezcla del producto que se demanda en la zona son viviendas de 2 plantas de alrededor de 100m<sup>2</sup> y 120m<sup>2</sup>.
- El diseño de las viviendas es un estilo moderno, cuyos los grandes ventanales permiten tener una iluminación natural que da amplitud a los ambientes. En general las viviendas tienen una adecuada distribución y tamaños de los ambientes.
- La *seguridad* es un elemento importante a tomar en cuenta en el sistema constructivo. Este se convierte en un atributo que la empresa quiere emplear como atributo diferenciador de su competencia.



## 4 CAPÍTULO: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

### 4.1 Introducción

La estrategia de comercialización es de suma importancia para el éxito del proyecto. Un buen desempeño en este aspecto nos permitirá cumplir con los objetivos de venta del proyecto.

### 4.2 Objetivos Comerciales

El proyecto tiene como objetivo comercial vender las 19 unidades del proyecto en 17 meses.

Para lograr este objetivo estableceremos un plan de marketing que se describe a continuación.

### 4.3 Plan de Marketing

El Plan de marketing nos permitirá desarrollar una estrategia para alcanzar los objetivos planteados.

El posicionamiento es parte del Plan de Mercadeo pues de esta idea central parten la mezcla de marketing, de la cual analizaremos los siguientes componentes:

- Producto (Ver Cap. Componente Arquitectónico)
- Precio
- Promoción



### 4.3.1 Posicionamiento

La empresa tras descubrir que uno de los atributos más importantes para los clientes al momento de elegir una vivienda es la *seguridad*, ha realizado esfuerzos para tener diferenciación a sus viviendas por ser construidas bajo sistemas constructivos y estándares internacionales de sismoresistencia que garanticen la seguridad de los ocupantes de las viviendas.

Como describe el último estudio de mercado de Gridcon, que una vivienda sea segura es el atributo más importante.



**Gráfico 4-1 Atributos de la vivienda**

Fuente: Estudio de Demanda de Vivienda en Quito, Gridcon 2007.

Es la seguridad el elemento diferenciador que permite sacar al proyecto de la competencia por costos que se acostumbra en proyectos para este segmento objetivo. La seguridad constituye una ventaja competitiva.



### 4.3.2 Precio

De acuerdo a la velocidad de ventas del sector y a la experiencia de la constructora en proyectos de similares características, se ha establecido la estrategia de precios en base a las etapas del proyecto.

Se distribuye de la siguiente manera:

**Tabla 4-1 Precios de Venta Diferenciados**

MES	ETAPA	PRECIO USD/m <sup>2</sup>
1-2	PREVENTA	\$ 610
2-14	EJECUCIÓN	\$ 625
14-17	TERMINADO	\$ 650

*Fuente: Constructora Baluarte  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

#### 4.3.2.1 Preventa

A pesar de tener tan solo 2 meses de preventa, se proyecta vender el 30% del proyecto pues desde que se compró el terreno la constructora ha recibido propuestas por parte de clientes que no alcanzaron a obtener una vivienda en otros proyectos, demandando unidades en SANTALUZ. Durante este período el precio de venta del metro cuadrado es de \$610.

#### 4.3.2.2 Ejecución

Durante la ejecución del proyecto las proyecciones de ventas es del 55% del total de las ventas. Durante este periodo el precio de venta del metro cuadrado es de \$ 625.



#### 4.3.2.3 Posventa

En la fase de terminación del proyecto, se proyecta vender el 15% del proyecto en los 3 últimos meses de postventa. Durante este periodo el precio de venta del metro cuadrado es de \$ 650.

Los precios de las viviendas van de acuerdo al área de cada unidad. A continuación se presenta el listado de las casas con su área y el precio de la vivienda calculado con el precio base de \$625 dólares por metro cuadrado.

**Tabla 4-2 Precios de Venta**

TIPO	Nº	Área (m2)	Precio Unitario
ESPECIAL 1	1	101,53	\$ 63.456,25
A (TIPO)	1	101,21	\$ 63.256,25
A (TIPO)	1	101,21	\$ 63.256,25
A (TIPO)	1	101,21	\$ 63.256,25
A*	1	102,75	\$ 64.218,75
B*	1	103,29	\$ 64.556,25
B	1	101,76	\$ 63.600,00
B*	1	103,32	\$ 64.575,00
C*	1	95,38	\$ 59.612,50
C	1	93,75	\$ 58.593,75
D	1	98,36	\$ 61.475,00
E	1	101,03	\$ 63.143,75
F	1	103,44	\$ 64.650,00
G*	1	101,98	\$ 63.737,50
G	1	100,44	\$ 62.775,00
G*	1	101,94	\$ 63.712,50





H	1	104,2	\$ 65.125,00
H	1	104,2	\$ 65.125,00
ESPECIAL 2	1	118,3	\$ 73.937,50
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>1939,3</b>	<b>\$ 1212062,5</b>

Fuente: Constructora Baluarte  
Elaborado por: Ximena Toro E.

El precio de las viviendas en Santaluz es competitivo frente a proyectos similares en el sector y se encuentra en el rango de mayor absorción del mercado.

#### 4.3.3 Esquema de Financiamiento

Las condiciones de venta para las casas de acuerdo a la tabla de precios de lista establecida es la siguiente:

##### **Precios de Contado:**

El descuento por pago de contado oscila entre el 4% y 2% dependiendo de la cercanía a la finalización de la construcción.

##### **Precios a Crédito:**

Los precios de lista de acuerdo a la escala de precios por etapas de venta. En cuando a la entrada, la reserva debe ser de un 5% a un 10% y el saldo de la cuota de entrada (30%) se cancela en 7 meses sin intereses. El saldo, el 70% restante, se financia con entidades crediticias, pago que se realiza a la entrega del inmueble.



#### 4.3.4 Cronograma Valorado de Ventas

Se han planificado 3 etapas de venta. De acuerdo a estas, se espera tener los siguientes ingresos totales por ventas:

**Tabla 4-3 Cronograma Valorado de Ventas**

FECHA	ETAPA	VENTAS
Nov - Dic 2009	Preventa	363619
Ene - Dic 2011	Ejecución	666634
Ene - Mar 2011	Terminado	181809
<b>TOTAL</b>		<b>1212063</b>

*Fuente: Constructora Baluarte  
Elaborado por: Ximena Toro E.*

#### 4.3.5 Estrategia de Promoción y Ventas

Se utiliza publicidad de atracción para activar la asistencia de los posibles compradores al lugar del proyecto.

##### 4.3.5.1 Logotipo

El logotipo es un elemento importante pues le da identidad al proyecto.



**Ilustración 4-1 Logotipo del Proyecto**

El logotipo es sencillo, sobrio, muy fácil de leer y recordar. Sus colores cálidos nos proyectan a imaginar un lugar muy agradable.



Los componentes de promoción empleados por la empresa para este proyecto son lo siguientes:

#### 4.3.5.2 Folletería

Este es uno de los folletos con los que se esta promocionando el proyecto:



**Ilustración 4-2 Folleto**

Este folleto presenta imágenes de las casas terminadas así como de los interiores de la vivienda con ambientes de sala, comedor y cocina. La decoración de los ambientes, en cuanto a muebles y acabados es moderna, por lo que busca llamar la atención de los potenciales clientes dándole una imagen de lo que sería su casa ya lista para vivir.

Además en el folleto se resalta la **SEGURIDAD**, pues como habíamos determinado en el estudio de mercado, uno de los factores más importantes al momento de elegir una vivienda es la seguridad.



#### 4.3.5.3 Medios Escritos

Se publicita regularmente en medios mayores en prensa como El Comercio y revistas especializadas como El Portal. De acuerdo a las estadísticas de la empresa, cerca del 40% de los clientes tienen un acercamiento a la empresa por este medio.

#### 4.3.5.4 Sitio Web



**Ilustración 4-3 Sitio Web**

Actualmente, el Sitio Web es uno de los medios por lo que más se busca una vivienda por lo que es importante tener presencia en este medio. En el Sitio Web [www.casas-ecuador.com](http://www.casas-ecuador.com) podemos encontrar cada uno de los proyectos de la constructora con imágenes e información de cada uno de ellos.

Tener un Sitio Web es un respaldo que fortalece la imagen de la empresa.



## Valla

Se colocó señalización de aproximación en la vía principal de acceso, la vía Guangopolo, a partir de la entrada al Punte 3. A 100m del proyecto en la vía Guangopolo y 11va transversal se encuentra una valla con señalización hacia el proyecto.



Foto 14 Valla Publicitaria

## Oficina de Ventas en la obra

Hay una oficina de ventas ubicada en la obra donde se encuentran dos vendedores que se dedican a promocionar y vender este conjunto residencial.



**Foto 15 Sala de Ventas en la obra**

Es importante tener presencia en el lote donde se esta construyendo pues esto representa confianza para los clientes, pues saben que pueden encontrar a los miembros responsables de la obra a toda hora.

### **Casa Modelo**

La casa modelo es uno de las herramientas de mejor ayuda al momento de vender, especialmente en este segmento donde es importante ver los acabados de la casa que piensas adquirir.

Está en proceso la construcción de la casa modelo.





**Foto 16 Casa Modelo en Construcción**

## Ferias



**Foto 17 Stand en la Feria de la Construcción**

La Constructora Baluarte ha tenido presencia en todas las ferias de la construcción donde ha promocionado sus proyectos, entre ellos, Santaluz. La feria del mes de febrero tuvo muy buenos resultados pues se lograron contactos que resultaron en la venta de 5 viviendas de este conjunto residencial.



#### 4.4 La Empresa

El proyecto Santaluz, esta respaldado por la Constructora Grupo Baluarte, empresa reconocida en el mercado inmobiliario ecuatoriano con la presencia de 5 años.



**Ilustración 4-4 Logo de la Empresa**

En la actualidad, los consumidores tienen mayor conciencia de la identidad de la marca. La marca comunica ciertas características del producto que la lleva. Es por esto que es importante el fortalecimiento de la marca no solo del producto, en este caso el proyecto Santaluz, sino que también resulta estratégico fortalecer la marca de la constructora como tal.

La constructora tiene una presencia muy fuerte en el sector de los Chillos pues tiene varios proyectos en esta zona, lo que representa una fortaleza por la identificación de la marca.





Los proyectos desarrollados son los siguientes:

### San Francisco



Conjunto residencial compuesto por 2 casas, desde 135m<sup>2</sup> hasta 174m<sup>2</sup> en la ubicación mas exclusiva de Conocoto.

### La fé



Conjunto Residencial compuesto por 22 casas desde 89.24m<sup>2</sup>.

### Ángela



Conjunto Residencial completamente cerrado. 26 Casas desde 119m<sup>2</sup>.



#### 4.5 Conclusiones:

- El plan de ventas se proyecta para que la venta de las 19 unidades se vendan en 17 meses. Habrá 2 meses de preventas, 12 meses durante la construcción y 3 meses como plazo para cerrar las ventas.
- El precio base con el cual se empezarán las ventas será de \$625 dólares por m<sup>2</sup>. Dicho precio irá aumentando durante cada etapa en 5% cada vez.
- Para cumplir con los objetivos comerciales se va a realizar un esfuerzo en la promoción mediante medios escritos, vallas publicitarias, folletería, así como presencia en ferias especializadas en la construcción y vivienda.



## 5 CAPÍTULO: ANÁLISIS DE COSTOS

### 5.1 Introducción

En este capítulo se analizarán los costos que representará todo el proyecto: fase de Pre-factibilidad, fase de construcción de obra negra y acabados, incluyendo gastos administrativos, ventas y publicidad.

En un inicio se presentan los costos totales. Dichos costos estarán detallados más adelante.

### 5.2 Costo Total del Proyecto

El Costo total del proyecto es de \$ **879,749**. A continuación se detallan los costos y su incidencia.

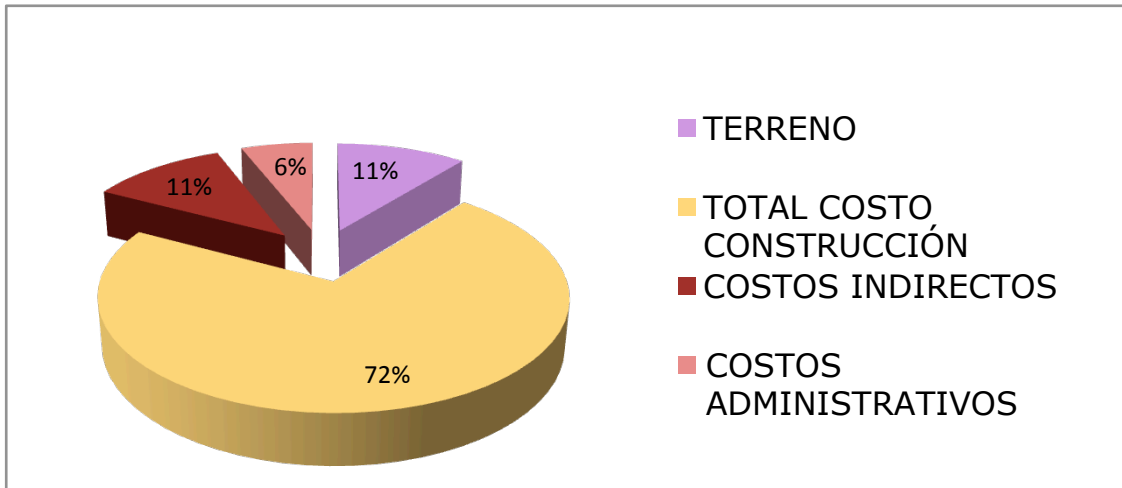
COSTOS TOTALES			
No	DESCRIPCIÓN	COSTO	% INCIDENCIA
1	TERRENO	95.000	11%
2	TOTAL COSTO CONSTRUCCIÓN	632.760	72%
3	COSTOS INDIRECTOS	99.470	11%
4	COSTOS ADMINISTRATIVOS	52.519	6%
<b>COSTO TOTAL DEL PROYECTO</b>		<b>879.749</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5-1 Costos Totales**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*



La estructura de los costos en porcentaje es la siguiente:



**Gráfico 5-2 Estructura de los costos totales**

*Elaborado por: Ximena Toro E.*

Los costos directos participan del 72% del costo total, mientras que los indirectos y administrativos afectan en un 11% y 6 % respectivamente.

El cuanto al costo del terreno tiene una incidencia del 11%, la cual es adecuada para el tipo de proyecto que se está realizando.

El resumen del costo total por metro cuadrado, tomando en cuenta los costos directos, indirectos y terreno es el siguiente:

<b>COSTO M2 DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>\$ 455 USD/m2</b>
---------------------------------	----------------------

El costo por metro cuadrado de construcción es de \$455. Es un costo que está dentro del promedio en cuanto al costo de viviendas de esta



clase, lo cual nos permite tener un precio competitivo para el mercado.

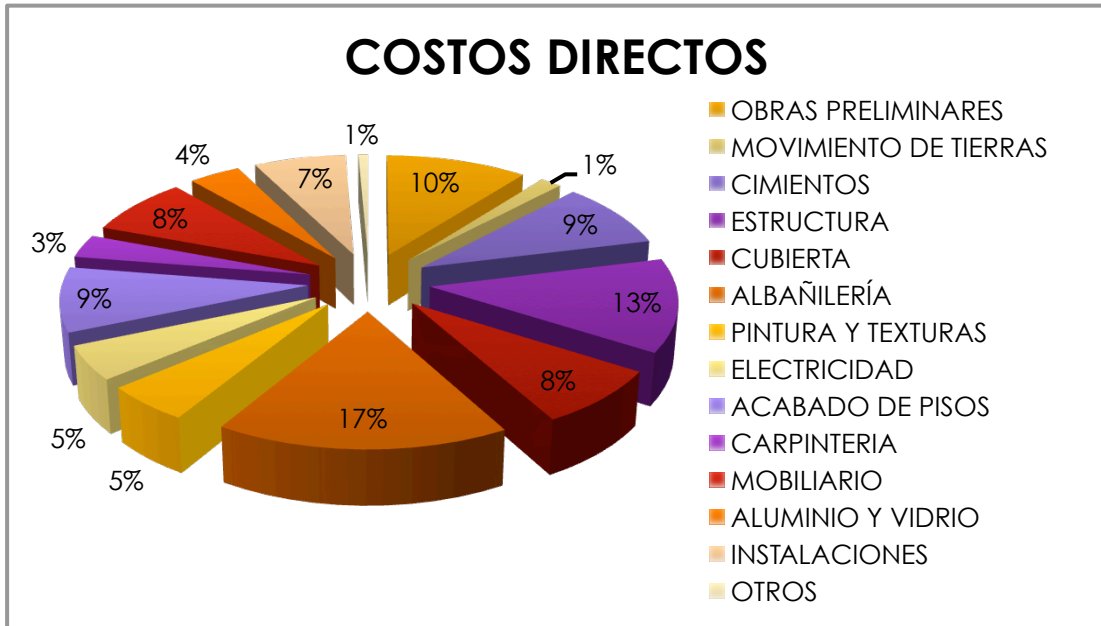
### 5.3 Costos Directos

Los costos directamente relacionados con la construcción del proyecto Santaluz está estructurado de la siguiente manera:

COSTOS DIRECTOS			
No	DESCRIPCIÓN	COSTO	%INCIDENCIA
1	OBRAS PRELIMINARES	59.625	11%
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS	9.003	2%
3	CIMENTOS	50.816	9%
4	ESTRUCTURA	72.495	13%
5	CUBIERTA	44.357	8%
6	ALBAÑILERÍA	95.949	17%
7	PINTURA Y TEXTURAS	28.783	5%
8	ELECTRICIDAD	26.770	5%
9	ACABADO DE PISOS	50.172	9%
10	CARPINTERIA	17.956	3%
11	MOBILIARIO	44.654	8%
12	ALUMINIO Y VIDRIO	21.702	4%
13	INSTALACIONES	38.730	7%
14	OTROS	3.954	1%

<b>Valor Total Costos Directos</b>	564.964,46	100,00%
<b>Imprevistos (4%)</b>	22.598,58	
<b>Dirección Técnica de Construcción (8%)</b>	45.197,16	
<b>COSTO DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>632.760,20</b>	

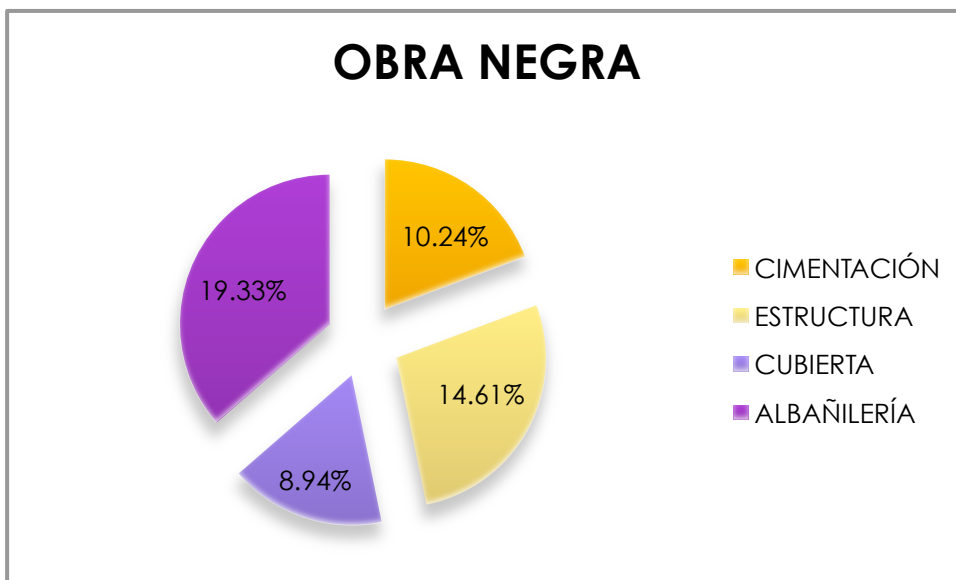
**Tabla 5-1 Costos Directos**



**Gráfico 5-3 Estructura Costos Directos**

Los costos directos que mayor incidencia tienen en la construcción de las viviendas son los rubros de albañilería (17%), Estructura (13%) y Obras preliminares (9%).

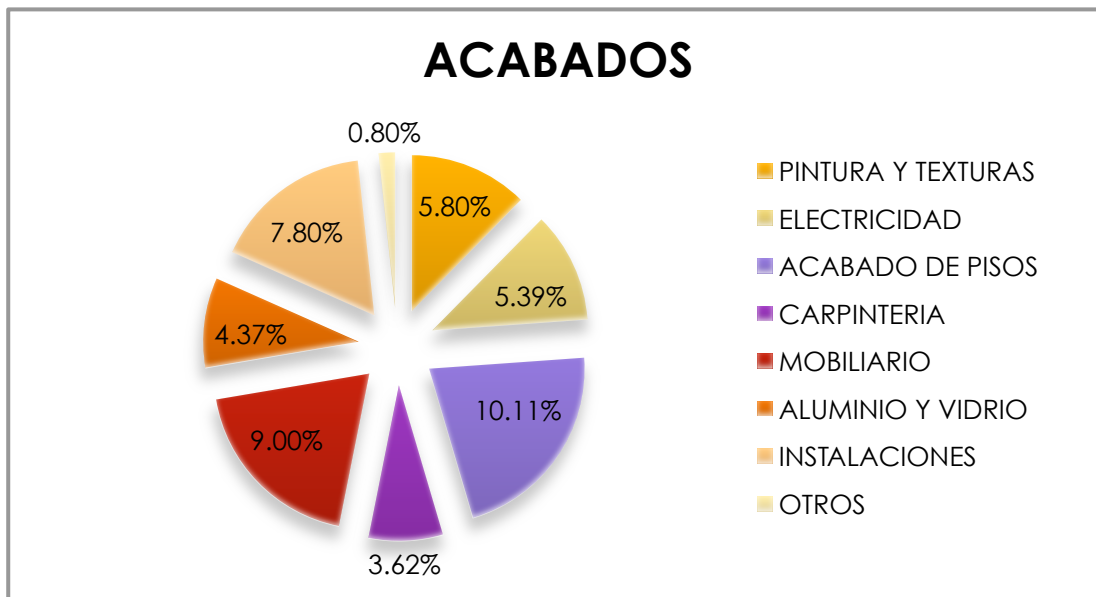
Los rubros de cimentación, estructura, cubierta y albañilería que constituyen la obra negra, representan el 55% de la construcción.



**Gráfico 5-4 Estructura de Costos Obra Negra**



Mientras que los rubros de pintura, electricidad, acabado de pisos, carpintería, mobiliario, aluminio y vidrio, instalaciones y otros que constituyen los acabados de la construcción representan el 45% de los costos directos.



**Gráfico 5-5 Estructura de Costos de Acabados**

Analizando la relación entre dichos costos: Obra negra 55% y Acabados 45% de los costos directos, vemos que tiene coherencia con el tipo de vivienda que se está construyendo pues es para un nivel socioeconómico medio.

## 5.4 Costos Indirectos

Los costos indirectos son todos aquellos que no se relacionan directamente con la obra. A continuación un resumen de los costos indirectos:

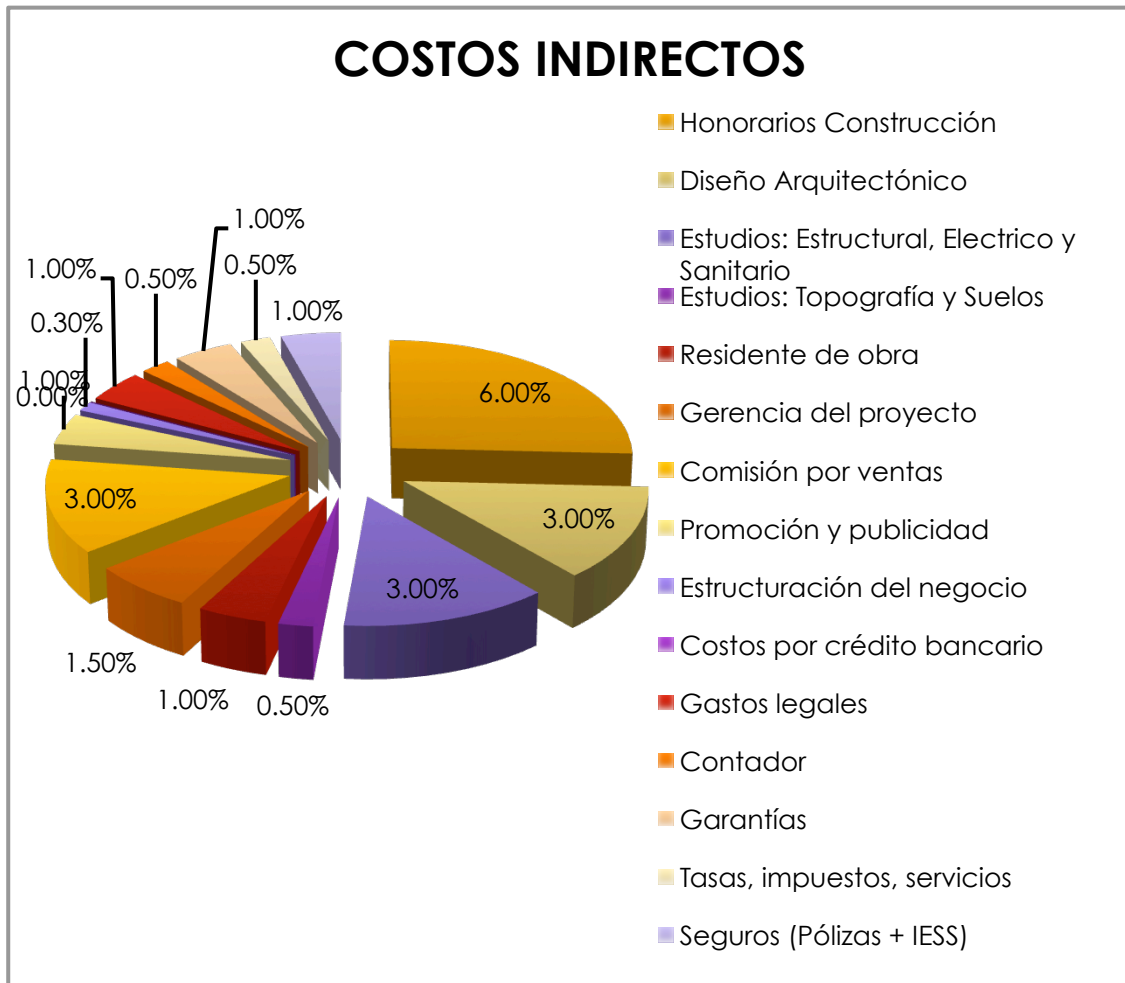

**Tabla 5-2 Costos Indirectos**

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>% INCIDENCIA</b>
<b>1</b>	<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>727.760,20</b>	<b>82,72%</b>
1,1	Terreno	95.000,00	10,80%
1,2	Costo Directo de Construcción	632.760,20	71,93%
	<b>TOTAL COSTO CONSTRUCCIÓN</b>	<b>632.760,20</b>	
<b>2</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>99.469,90</b>	<b>11,31%</b>
2,1	Honorarios Construcción	42.521,49	6,00%
2,2	Diseño Arquitectónico	18.982,81	3,00%
2,3	Estudios: Estructural, Eléctrico y Sanitario	18.982,81	3,00%
2,4	Estudios: Topografía y Suelos	3.163,80	0,50%
2,5	Residente de obra	6.327,60	1,00%
2,6	Gerencia del proyecto	9.491,40	1,50%
<b>3</b>	<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>52.519,10</b>	<b>5,97%</b>
3,1	Comisión por ventas	18.982,81	3,00%
3,2	Promoción y publicidad	6.327,60	1,00%
3,3	Estructuración del negocio	1.898,28	0,30%
3,4	Costos por crédito bancario	0,00	0,00%
3,5	Gastos legales	6.327,60	1,00%
3,6	Contador	3.163,80	0,50%
3,7	Garantías	6.327,60	1,00%
3,8	Tasas, impuestos, servicios	3.163,80	0,50%
3,9	Seguros (Pólizas + IESS)	6.327,60	1,00%
	<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS DEL PROYECTO</b>	<b>151.989,00</b>	
	<b>COSTO TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>879.749,20</b>	

<b>INCIDENCIA DEL COSTO DIRECTO POR M2</b>	<b>\$ 59,84</b>
--	-----------------

Los costos directos tiene una incidencia de \$60 dólares por metro cuadrado.





**Gráfico 5-6 Estructura Costos Indirectos**

Los rubros de mayor incidencia por parte de los costos directos son los honorarios de construcción (6%), comisión por ventas (3%) y diseño arquitectónico (3%).

#### **5.4.1.1 Análisis Método Residual del Terreno**

Para calcular el valor del metro cuadrado del terreno por medio del Método Residual requerimos el precio ponderado de venta de la zona, el cual se detalla a continuación:


**ANALISIS ARITMETICO - INVESTIGACION OFERTA (PRECIO POR M2)**

#	NOMBRE	PRECIO M2 PROMEDIO	ABSORCION (Unidades por mes)	% PONDERADO	PRECIO PONDERADO
1	Pueblo Blanco del Valle	650	2,75	24%	154
2	Conjunto Bélgica	640	0,00	0%	0
3	Leganes II	524	1,17	10%	53
4	Samara IV	671	2,44	21%	141
5	Arquez del Valle	660	0,44	4%	25
6	Barú II	685	2,53	22%	149
7	El Álamo II	543	1,17	10%	55
8	Santaluz	625	1,13	10%	61
	<b>Total</b>		<b>11,61</b>	<b>100%</b>	<b>637</b>

A continuación se realizan los cálculos para determinar el valor por metro cuadrado del terreno en la zona.

DATOS			
#	DESCRPCIÓN	UNIDAD	VALORES
1	Área del Terreno	m2	2543,1
2	Precio de venta de viviendas en la zona	\$ x m2	636,47
3	Ocupación de suelo COS	%	80,00%
4	Altura permitida (h)	pisos	3
5	K= Área Útil	%	98%
6	Incidencia Terreno ALFA I	%	10%
7	Incidencia Terreno ALFA II	%	12%
RESULTADOS			
#	DESCRPCIÓN	UNIDAD	VALORES
1	Área construida máxima	m2	6103,44
2	Área útil vendible	m2	5981,37
3	Valor de ventas	USD	3.806.980,62
4	Alfa I - Peso del Terreno (10%)	USD	380.698,06
5	Alfa II - Peso del Terreno (12%)	USD	456.837,67
6	Media Alfa	USD	418.767,87
	<b>Valor del m2 del terreno:</b>	<b>USD</b>	<b>164,67</b>

**Tabla 5-3 Método Residual**



Por medio del Método Residual obtenemos que el valor máximo que se debería pagar por un terreno en la zona de nuestro proyecto es de \$164,67.

El valor a pagar por un terreno de alrededor de 2500 m<sup>2</sup> en el sector donde está ubicado nuestro proyecto debería ser de entre \$380.700 y \$456.000 dólares, es decir de \$150 a \$180 dólares por metro cuadrado. El costo del terreno del Conjunto Santaluz es de \$95.000 que resulta en \$37 dólares por metro cuadrado, un precio muy inferior al precio cuadrado del sector, lo que representa una ventaja para el proyecto.

#### **5.4.2 Fases del Proyecto**

El proyecto ha sido dividido en cuatro fases principales:

##### **Fase de Planeación**

Además de la compra del terreno, esta fase incluye los estudios de suelos, topográficos, arquitectónicos, de ingeniería y programación. Esta fase concluye con la obtención de los permisos de construcción.

##### **Fase de Ejecución**

Durante esta etapa se desarrollan las actividades de la construcción del proyecto, que empezaran a partir del mes 2 y tendrá una duración de 12 meses.

##### **Fase de Ventas y Promoción**

En la fase de Ventas y Promoción se ejecuta el plan de marketing del proyecto que incluyen los esfuerzos del



marketing directo que corresponde a los corredores inmobiliarios.

### **Fase de Entrega del Proyecto**

La última fase del proyecto consiste en la entrega de las viviendas que consiste en el trámite de escriturar cada casa y el tiempo que toma el crédito hipotecario en ser desembolsado.