

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	<u>1</u>
<u>OBJETIVOS DEL PROYECTO</u>	<u>3</u>
<u>1 CAPITULO I: ANÁLISIS DEL ENTORNO MACROECONÓMICO</u>	<u>5</u>
1.1 GENERALIDADES	5
1.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO	8
1.2.1 RELACIÓN DEL PIB CON EL SECTOR INMOBILIARIO	11
1.3 REMESAS	12
1.3.1 RELACIÓN DE LAS REMESAS CON EL SECTOR INMOBILIARIO	15
1.4 INFLACIÓN	16
1.4.1 RELACIÓN CON LA INFLACIÓN CON EL SECTOR INMOBILIARIO	17
1.5 DESEMPLEO Y SUBEMPLEO	18
1.5.1 RELACIÓN DEL DESEMPLEO CON EL SECTOR INMOBILIARIO	20
1.6 PETRÓLEO	21
1.6.1 RELACIÓN DEL PRECIO DEL PETRÓLEO CON EL SECTOR INMOBILIARIO	24
1.7 TASAS DE INTERÉS ACTIVA Y PASIVA	24
1.7.1 RELACIÓN DE LA TASA DE INTERÉS CON EL SECTOR INMOBILIARIO	26
1.8 RIESGO PAÍS	26
1.8.1 RELACIÓN DEL RIESGO PAÍS CON EL SECTOR INMOBILIARIO	28
1.9 COLOCACIÓN DE CRÉDITOS	29
1.9.1 RELACIÓN DEL CRÉDITO CON EL SECTOR INMOBILIARIO	31
1.10 CONCLUSIONES ANÁLISIS ENTORNO ECONÓMICO	32
<u>2 CAPITULO II: ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA</u>	<u>34</u>
2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	34
2.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO	34
2.1.2 INTRODUCCIÓN	36
2.1.3 INFORMACIÓN GENERAL DE LA DEMANDA	37
2.1.4 PREFERENCIAS PRINCIPALES AL MOMENTO DE COMPRA	43
2.1.5 CONCLUSIONES ANÁLISIS DE DEMANDA	50
2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA	51
2.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO	51
2.2.2 INTRODUCCIÓN	52
2.2.3 LA OFERTA DE PROYECTOS EN LA CIUDAD DE QUITO	53
2.2.4 LA OFERTA EN UNIDADES	54
2.2.5 LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO INMOBILIARIO	56
2.2.6 LA VARIABLE DE PRECIOS EN EL MERCADO OFERTARTE	57
2.2.7 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA	59
<u>3 CAPITULO III: DEFINICIÓN DEL CLIENTE POTENCIAL</u>	<u>60</u>
3.1.1 GENERALIDADES DEL ANÁLISIS	60
3.1.2 PROCESO DE SEGMENTACIÓN POR VARIABLES	61

4	CAPITULO IV: COMPONENTE TÉCNICO - ARQUITECTÓNICO	65
4.1	INTRODUCCIÓN	65
4.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	66
4.3	SOBRE LA URBANIZACIÓN	71
4.4	MALLA VIAL DEL EDIFICIO MANUELA	73
4.5	SITIOS DE INTERÉS EN LA ZONA DE INFLUENCIA	77
4.5.1	FOTOS DE ZONA COMERCIAL CUMBAYÁ	78
4.6	ZONIFICACIÓN	83
4.7	INFRAESTRUCTURA	84
4.8	ÁREA DE TERRENO Y LINDEROS	85
4.9	ESTUDIOS TOPOGRÁFICOS Y DE SUELOS	86
4.9.1	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LOS ESTUDIOS TOPOGRÁFICOS Y DE SUELOS	87
4.10	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	89
4.10.1	ÁREAS DEL PROYECTO	90
4.10.2	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	91
4.10.3	ESPECIFICACIONES ÁREAS COMUNALES	92
4.10.4	PLANOS DE IMPLANTACIÓN DE VIVIENDAS	93
4.10.5	ESPECIFICACIONES DE ACABADOS Y TÉCNICAS	96
4.11	DISEÑO Y COMPONENTE ARQUITECTÓNICO	97
4.11.1	EL DISEÑO DEL EDIFICIO	97
4.11.2	COLORES	98
4.11.3	EL ENTORNO	98
4.11.4	CONCLUSIONES	99
5	CAPITULO V: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	100
5.1	INTRODUCCIÓN	100
5.2	COMPETENCIA DE EDIFICIO MANUELA	101
5.3	LOCALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA	102
5.4	CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA	104
5.4.1	HUAYCOS	104
5.4.2	BADAJOS	106
5.4.3	MIRÓ	108
5.4.4	MIKARI	110
5.4.5	PLAZA RANCHO	112
5.4.6	MIRALESTE	114
5.4.7	ÍNDIGO	116
5.4.8	PROVENZA	118
5.4.9	IROTAMA	120
5.5	CUADRO COMPARATIVO DE LOS PROYECTOS CON EDIFICIO MANUELA	122
5.5.1	POSICIONAMIENTO EDIFICIO MANUELA VS. SU COMPETENCIA	123
5.6	CONCLUSIÓN	126

6	<u>CAPITULO VI: ESTRATEGIA COMERCIAL</u>	127
6.1	INTRODUCCIÓN	127
6.2	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	128
6.2.1	LA MARCA	128
6.2.2	LA VALLA COMO MEDIO DE PUBLICIDAD	131
6.2.3	MATERIALES POP	132
6.2.4	MEDIOS ESCRITOS	134
6.2.5	PLAN DE INVERSIÓN	134
6.3	ESTRATEGIA DE CANALES	137
6.3.1	SALA DE VENTAS	137
6.3.2	AGENTES CORREDORES DE BIENES RAÍCES	138
6.3.3	PROMOTOR	138
6.3.4	INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD	138
6.4	ESTRATEGIA DE PRECIOS Y FINANCIAMIENTO	139
6.5	ESTRATEGIA DE VENTAS	140
7	<u>CAPITULO VII: GERENCIA DEL PROYECTO</u>	142
7.1	ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO	143
7.1.1	ALCANCE DEL PROYECTO	143
7.1.2	METAS DEL PROYECTO	143
7.1.3	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	144
7.1.4	CLIENTES DEL PROYECTO	146
7.1.5	CICLO DE VIDA DEL PROYECTO	147
7.1.6	FACTORES CONDICIONANTES, GRADO DE RIESGO ACEPTADOS Y LÍMITES DEL PROYECTO	149
7.2	ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT)	150
7.2.1	EDT EDIFICIO MANUELA	151
7.3	CRONOGRAMA POR FASES	152
7.4	DIAGRAMA DE GANTT	153
7.5	HITOS	154
7.6	PRESUPUESTO DEL PROYECTO	155
8	<u>CAPITULO VIII: ANÁLISIS DE COSTOS EDIFICIO MANUELA</u>	156
8.1	INTRODUCCIÓN	156
8.2	ANÁLISIS DE COSTOS TOTALES EDIFICO MANUELA	157
8.3	COSTOS DIRECTOS	158
8.4	COSTOS INDIRECTOS	160
8.5	TERRENO: ANÁLISIS DEL MÉTODO RESIDUAL	161
8.6	RESUMEN COSTO UNITARIO POR M2 DE CONSTRUCCIÓN	163
8.7	FLUJO DE GASTOS EDIFICIO MANUELA	164
8.7.1	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y GASTOS	166
9	<u>CAPITULO IX: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO</u>	167
9.1	INTRODUCCIÓNN	167
9.2	ANÁLISIS DE EGRESOS	168

9.2.1	FLUJO DE EGRESOS EDIFICIO MANUELA	169
9.3	ANÁLISIS DE INGRESOS	170
9.3.1	FLUJO DE INGRESOS EDIFICIO MANUELA	172
9.4	FLUJO DE EFECTIVO EDIFICIO MANUELA	173
9.5	VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA DE DESCUENTO	175
9.5.1	MÉTODO CAPM	175
9.6	VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA DE DESCUENTO DEL EDIFICIO MANUELA	178
9.7	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	180
9.7.1	SENSIBILIDAD ANTE VARIACIONES DEL COSTO	180
9.7.2	SENSIBILIDAD ANTE VARIACIONES EN EL INGRESO /PRECIO	182
9.7.3	SENSIBILIDAD ANTE VARIACIONES EN EL TIEMPO DE VENTAS	184
9.7.4	CONCLUSIONES DE LOS DISTINTOS ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	187
9.8	DETERMINACIÓN DEL VAN Y TIR DEL PROYECTO CON APALANCAMIENTO BANCARIO.	188
9.8.1	CONCLUSIONES ANÁLISIS FINANCIERO CON Y SIN APALANCAMIENTO BANCARIO	190
10	CAPITULO X: ESTRATEGIA LEGAL	191
10.1	ETAPA DE PLANIFICACIÓN	192
10.1.1	INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA	192
10.1.2	APROBACIÓN DE PLANOS	193
10.1.3	PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	193
10.1.4	PERMISOS DE ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD	194
10.2	ETAPA DE EJECUCIÓN	194
10.3	PROMOCIÓN Y VENTAS	194
10.4	ENTREGA DE VIVIENDA Y CIERRE DE PROYECTO:	195
10.4.1	DECLARATORIA DE PROPIEDAD HORIZONTAL	195
10.4.2	PERMISO DE HABITABILIDAD	196
11	ANEXOS	197
11.1	ANEXO 1 PIB DE LA CONSTRUCCION Y DE ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	197
11.2	ANEXO 2 PIB DE LA CONSTRUCCIÓN	198
11.3	ANEXO 3 DESEMPLEO THE NEW YORK TIMES	199
11.4	ANEXO 4 DESEMPLEO THE NEW YORK TIMES	202
11.6	ANEXO 6 CIFRAS ECONOMICAS DEL ECUADOR A MARZO DEL 2009	206
11.7	ANEXO 8 COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS PROYECTO MANUELA	207
11.8	ANEXO 9 FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO	208
12	BIBLIOGRAFÍA	209
12.1	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	209
12.2	REFERENCIAS ESCRITAS	209
12.3	REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	210
12.4	REFERENCIAS MDI 2009	210

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: VARIACIÓN DEL PIB 2004-2009.....	8
ILUSTRACIÓN 2 CRECIMIENTO PIB PER CAPITA.....	9
ILUSTRACIÓN 3 PIB ECUADOR 2007-2008	10
ILUSTRACIÓN 4 PIB CONSTRUCCIÓN 2000-2007	10
ILUSTRACIÓN 5 % PIB CONSTRUCCIÓN VS. PIB NACIONAL	11
ILUSTRACIÓN 6 REMESAS RECIBIDAS 2005-2008.....	12
ILUSTRACIÓN 7 REMESAS RECIBIDAS POR PAÍS DE PROCEDENCIA.....	13
ILUSTRACIÓN 8 PROVINCIAS BENEFICIARIAS DE REMESAS	13
ILUSTRACIÓN 9 PARTICIPACIÓN DE REMESAS POR REGIONES	14
ILUSTRACIÓN 10 INFLACIÓN MARZO 2007 – ENERO 2009	16
ILUSTRACIÓN 12 TASA DE DESOCUPACIÓN Y SUBOCUPACIÓN	19
ILUSTRACIÓN 13 DESEMPLEO EN ECUADOR	20
ILUSTRACIÓN 15 VARIACIÓN DEL PRECIO DEL PETRÓLEO 2009	23
ILUSTRACIÓN 17 TASA ACTIVA VS. TASA PASIVA	25
ILUSTRACIÓN 18 TASA ACTIVA POR SEGMENTO	25
ILUSTRACIÓN 19 EVOLUCIÓN RIESGO PAÍS	26
ILUSTRACIÓN 20 COMPARATIVO RIESGO PAÍS CON OTROS DE SUDAMÉRICA.....	27
ILUSTRACIÓN 21 RIESGO PAÍS ECUADOR A ENERO 2009.....	28
ILUSTRACIÓN 22 VOLUMEN DE CRÉDITO COLOCADO POR TOPO DE ENTIDAD 2005-2008	29
ILUSTRACIÓN 23 VOLUMEN DE CRÉDITO COLOCADO EN VIVIENDA 2005-2008	30
ILUSTRACIÓN 24 PARTICIPACIÓN DEL CRÉDITO TOTAL COLOCADO 2005-2008	30
ILUSTRACIÓN 27 CLASIFICACIÓN DE VIVIENDA	40
ILUSTRACIÓN 30 INTENCIÓN DE COMPRA POR SECTORES QUITO	42
ILUSTRACIÓN 32 PREFERENCIAS EN TIPO DE VIVIENDA QUITO	43
ILUSTRACIÓN 33 PREFERENCIA DE COMPRA DE VIVIENDA QUITO	44
ILUSTRACIÓN 34 PREFERENCIA DE COMPRA POR TIPO.....	44
ILUSTRACIÓN 35 RANGO DE ARRIENDO QUITO.....	45
ILUSTRACIÓN 36 PREFERENCIA DE INMUEBLE POR TAMAÑO	46
ILUSTRACIÓN 37 PREFERENCIA EN PRECIOS DE COMPRA VIVIENDA.....	47
ILUSTRACIÓN 38 FORMA DE PAGO EN COMPRA DE INMUEBLE	47
ILUSTRACIÓN 39 CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES EN LA COMPRA	48
ILUSTRACIÓN 40 PASTEL CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES	48
ILUSTRACIÓN 42 RESUMEN DEMANDA VS. EDIFICIO MANUELA	50
ILUSTRACIÓN 45 INVENTARIO UNIDADES QUITO.....	54
ILUSTRACIÓN 51 PERFIL DEL CLIENTE EDIFICIO MANUELA.....	64
ILUSTRACIÓN 52 MAPA DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	68
ILUSTRACIÓN 53 MAPA SATELITAL MIRAVALLE 4 – EDIFICIO MANUELA	69
ILUSTRACIÓN 54 MAPA DE PROYECTOS INMOBILIARIOS EN QUITO.....	70
ILUSTRACIÓN 55 MAPA LOCALIZACIÓN EDIFICIO MANUELA	73
ILUSTRACIÓN 56 MALLA VIAL SECTOR CUMBAYÁ	74
ILUSTRACIÓN 57 MALLA VIAL SECTOR CUMBAYÁ - QUITO	75
ILUSTRACIÓN 58 SITIOS DE INTERÉS EN LA ZONA	77
ILUSTRACIÓN 59 LINDEROS TERRENO.....	85
ILUSTRACIÓN 60 FACHADA EDIFICIO MANUELA.....	89
ILUSTRACIÓN 61 RENDERS ARQUITECTÓNICOS EDIFICIO MANUELA	93

ILUSTRACIÓN 62	RENTERS TRIDIMENSIONALES EDIFICIO MANUELA	95
ILUSTRACIÓN 63	UBICACIÓN COMPETENCIA EDIFICIO MANUELA.....	102
ILUSTRACIÓN 64	IMPORTANCIA DE CARACTERÍSTICAS.....	123
ILUSTRACIÓN 65	LOGO CONSTRUCTORA.....	128
ILUSTRACIÓN 66	VALLA PUBLICITARIA EDIFICIO MANUELA	131
ILUSTRACIÓN 67	PORTADA Y CONTRA PORTADA DÍPTICO EDIFICIO MANUELA	132
ILUSTRACIÓN 68	INTERIORES DÍPTICO EDIFICIO MANUELA.....	133
ILUSTRACIÓN 69	PAPELERÍA PARA INFORMACIÓN ESCRITA A CLIENTES.....	133
ILUSTRACIÓN 70	INVERSIÓN EN MEDIOS	135
ILUSTRACIÓN 71	CRONOGRAMA DE INVERSIÓN DE MEDIOS	135
ILUSTRACIÓN 72	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE MEDIOS	136
ILUSTRACIÓN 73	FACHADA LATERAL EDIFICIO MANUELA.....	144
ILUSTRACIÓN 74	PERFIL DEL CLIENTE	146
ILUSTRACIÓN 75	EDT EDIFICIO MANUELA.....	151
ILUSTRACIÓN 76	CRONOGRAMA POR FASES EDIFICIO MANUELA	152
ILUSTRACIÓN 77	COSTOS TOTALES DEL PROYECTO	157
ILUSTRACIÓN 78	COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO	159
ILUSTRACIÓN 79	COSTOS INDIRECTOS DEL PROYECTO	160
ILUSTRACIÓN 80	FLUJO DE GASTOS MENSUALES	165
ILUSTRACIÓN 81	INTENSIDAD DE GASTO ACUMULADA	165
ILUSTRACIÓN 82	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN.....	166
ILUSTRACIÓN 83	GRÁFICOS FLUJO DE GASTOS MENSUAL Y CUMULADOS EDIFICIO MANUELA.....	169
ILUSTRACIÓN 84	FORMAS DE FINANCIAMIENTO.....	170
ILUSTRACIÓN 85	FLUJO DE INGRESOS EDIFICIO MANUELA.....	172
ILUSTRACIÓN 86	FLUJO DE VENTAS MENSUAL Y ACUMULADO DEL PROYECTO.....	172
ILUSTRACIÓN 87	SALDOS ACUMULADOS DEL PROYECTO	174
ILUSTRACIÓN 88	SENSIBILIDAD VAN Y TIR vs. VARIACIÓN EN COSTOS DIRECTOS.	181
ILUSTRACIÓN 89	SENSIBILIDAD VAN Y TIR vs. VARIACIÓN EN INGRESOS	183
ILUSTRACIÓN 90	SENSIBILIDAD DE VAN vs. VARIACIÓN EN TIEMPO DE VENTA	185

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 POBLACIÓN ECUADOR POR REGIONES.....	37
TABLA 2 DEMANDA POTENCIAL DE VIVIENDA POR CIUDAD ECUADOR	38
TABLA 3 CÁLCULO CRÉDITO HIPOTECARIO	62
TABLA 4 TABLA REGULACIONES MUNICIPALES	83
TABLA 5 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO EN M2	90
TABLA 6 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO. CARACTERÍSTICAS	91
TABLA 7 ESPECIFICACIONES ÁREAS COMUNALES	92
TABLA 8 TABLA DE ACABADOS	96
TABLA 9 TABLA DE ANÁLISIS DE COMPETENCIA	101
TABLA 10 TABLA DE DISTANCIA DE COMPETENCIA	103
TABLA 11 RESUMEN DE LA COMPETENCIA	122
TABLA 12 TABLA DE POSICIONAMIENTO PROYECTOS CUMBAYÁ.....	125
TABLA 13 RANKING POSICIONAMIENTO PROYECTOS CUMBAYÁ	125
TABLA 14 ESTRATEGIA DE PRECIOS	139
TABLA 15 FORMA DE FINANCIAMIENTO	140
TABLA 16 ÁREAS DEL PROYECTO	145
TABLA 17 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO	145
TABLA 18 HITOS DEL PROYECTO.....	154
TABLA 19 VALORES GENERALES DEL PROYECTO	155
TABLA 20 COSTOS DEL PROYECTO	157
TABLA 21 DETALLE DE COSTOS DIRECTOS	158
TABLA 22 COSTOS DIRECTOS POR M2.....	159
TABLA 23 COSTOS INDIRECTOS X M2.....	160
TABLA 24 COSTOS INDIRECTOS POR M2	161
TABLA 25 MÉTODO RESIDUAL.....	162
TABLA 26 COSTO TERRENO X M2	162
TABLA 27 RESUMEN COSTOS POR M2	163
TABLA 28 FLUJO DE GASTOS EDIFICIO MANUELA	164
TABLA 29 FLUJO DE GASTOS EDIFICIO MANUELA	169
TABLA 30 FLUJO DE EFECTIVO INDIRECTOS	173
TABLA 31 INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO	179
TABLA 32 SENSIBILIDAD DEL VAN Y TIR AL AUMENTO DE COSTOS.....	180
TABLA 33 SENSIBILIDAD DEL VAN Y TIR AL DISMINUIR LOS INGRESOS POR VENTA..	182
TABLA 34 SENSIBILIDAD DEL VAN AL CAMBIO EN EL TIEMPO DE VENTAS	184
TABLA 35 HIPÓTESIS DEL APALANCAMIENTO	188
TABLA 36 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO	188
TABLA 37 COMPARATIVO INDICADORES CON Y SIN APALANCAMIENTO	189
TABLA 38 CRONOGRAMA DE SEGUIMIENTO ASPECTOS LEGALES	191

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios analiza la viabilidad del proyecto inmobiliario “Edificio Manuela” el cual se encuentra ubicado en la Urbanización Miravalle 4, en el valle de Cumbayá.

La Urbanización se caracteriza por ser una de las más exclusivas del sector, debido a la alta plusvalía que esta ha alcanzado con el desarrollo de sus alrededores y a los beneficios que la urbanización ofrece a sus residentes.

Debido a la seguridad del sector, la ubicación del proyecto, las características de la urbanización, entre otros factores, podemos afirmar que el proyecto es una oferta única entre sus competidores, y que indudablemente, los futuros copropietarios van a encontrar beneficios que van más allá del rendimiento económico de sus inversiones.

El proyecto consiste en 6 departamentos entre 136 y 148m². Cada departamento cuenta con 3 dormitorios, una amplia área social y 2 y 3 baños completos dependiendo del metraje. Todos los departamentos cuentan con 2 parqueaderos y área de bodegaje.

El diseño del edificio y de los departamentos, considera los principales atributos buscados por el segmento y garantiza un ambiente de tranquilidad, bienestar y seguridad.

La estrategia que se presenta en el plan de negocios, nace a partir de un análisis completo del macroambiente actual del país, un estudio de la demanda y oferta del mercado inmobiliario de la ciudad de Quito y un estudio comparativo con la competencia que existe en el sector.

A partir de este análisis, se presenta la estrategia comercial establecida para el éxito del proyecto, tomando en cuenta todos los factores importantes que deben ser considerados para alcanzar los resultados esperados por el promotor.

Finalmente, se realizará un análisis de costos y de indicadores financieros del proyecto, que serán apoyados por una gestión profesional de gerencia de proyectos apoyada por una estrategia legal que asegure el desenvolvimiento normal del proyecto en todas sus etapas.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Se presenta a continuación, los objetivos esperados del proyecto en las distintas áreas:

Objetivos Generales:

- Obtener utilidades sobre ventas de un 34%
- Generar un rendimiento de la inversión de mínimo un 20% de acuerdo a la tasa de descuento establecida para el proyecto.

Objetivos Comerciales:

- Alcanzar una velocidad de ventas de 0.5 unidades por mes que permita terminar la venta total del proyecto en un periodo de 12 meses.

Objetivos Técnicos y Arquitectónicos:

- Terminar la etapa de planificación del proyecto en un período de 2 meses.
- Asegurar el 100% en el cumplimiento de la construcción del proyecto en un periodo de 15 meses.
- Cumplir con los presupuestos establecidos en la etapa de planificación en un 100%.

Objetivos Financieros:

- Alcanzar un ROI no menor al 20%
- Generar flujos de efectivos durante los 18 meses del proyecto, que permitan tener VAN y TIR positivos asegurando la inversión de los promotores.

Objetivos Legales:

- Durante los 17 meses en los que se desarrollará el proyecto, desde su etapa de planificación hasta la entrega de viviendas, cumplir con todas las disposiciones legales que permitan el cierre del proyecto en el mes 17.

1 CAPITULO I: Análisis del Entorno Macroeconómico

1.1 Generalidades

El sector de la construcción se ha caracterizado por ser de los más dinámicos de la economía ecuatoriana debido al interesante crecimiento que ha presentado en los últimos años y a su relevante aporte al sector productivo del país.

Históricamente el sector ha tenido un crecimiento constante tanto en el área de la construcción como en el sector inmobiliario, pero en el año 1999, debido a la crisis financiera del país y al congelamiento bancario impuesto por el gobierno de Jamil Mahuad, el sector tiene una caída del 17% comparado con el año anterior.

A partir del año 2000, el sector de la construcción se recupera y experimenta un crecimiento tan interesante que pasa a convertirse en uno de los sectores no petroleros de mayor influencia en la economía ecuatoriana y uno de los más atractivos para inversiones privadas y públicas. (Franklin Manguashca. MDI: Universidad USFQ, 2008).

Entre el año 2000 y el 2007, existe un crecimiento agresivo del sector inmobiliario, llegando en el 2007 a representar casi el 50% del aporte del sector construcción en el país con aproximadamente USD1500 millones de dólares en inversiones inmobiliarias. (Franklin Manguashca. MDI: Universidad USFQ, 2008).

Según las estadísticas del Banco Central del Ecuador, el sector de la construcción contribuyó en un 8,5% al Producto Interno Bruto durante el período 2000-2007, con una tasa promedio de crecimiento del 9,41% y con una proyección de seguir crecimiento en el año 2008 en un promedio del 8%.

Pese a este comportamiento positivo del sector, existe un sentimiento de recelo a invertir provocado por la crisis económica mundial y la incertidumbre económica del Ecuador en los próximos meses.

Adicionalmente al entorno económico, es importante considerar la evolución del ambiente político en el país que ha atravesado en los últimos 10 años por considerables fracturas que impiden el crecimiento democrático y la seguridad jurídica para fomentar la inversión en los distintos sectores.

El entorno político de nuestro país es cada vez más complicado. La crisis que se ha generado tanto interna como a nivel internacional, pone al Ecuador como uno de los países con el riesgo más alto de inversión de Latino América (Federico Eliscovich, MDI USFQ 2009).

Las políticas diplomáticas y económicas que se han implementado en el Gobierno de Rafael Correa, no ha sido aceptadas entre nuestros principales socios comerciales afectando no solo el sector productivo y comercial del país, sino el sector social y las relaciones bilaterales entre países históricamente hermanos.

En el presente capítulo vamos a realizar un análisis de los principales indicadores del entorno económico del país que influyen en el sector inmobiliario. El objetivo es tener una visión general del ambiente en el cual se implementará el proyecto “Manuela” y tomar las consideraciones necesarias para asegurar el éxito del proyecto.

Los temas macroeconómicos que se consideran los más importantes a analizar son los siguientes:

- Producto Interno Bruto
- Remesas de los emigrantes
- Variación en la inflación
- Desempleo y Subempleo
- Evolución del petróleo
- Tasa de interés activa y pasiva
- Riesgo país
- Colocación de créditos en el sector inmobiliario

Cada uno de estos temas será analizado desde un punto de vista general y se establecerá la relación de estos con el sector inmobiliario.

1.2 Producto Interno Bruto

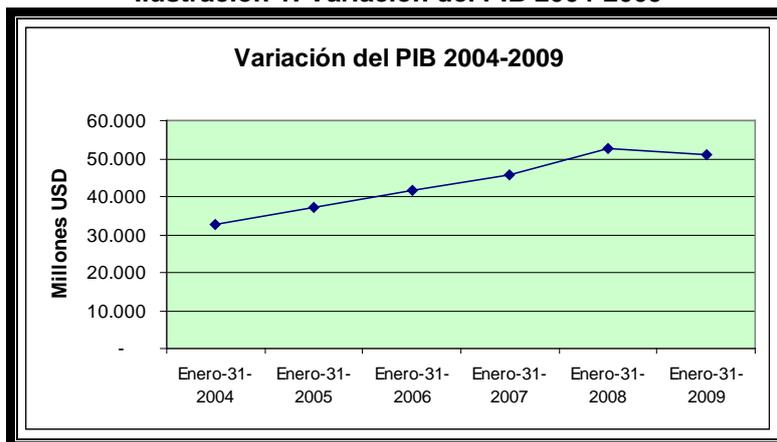
El Producto Interno Bruto del Ecuador (PIB) ha tenido un comportamiento creciente en los últimos años debido a la subida de los precios del petróleo en el mercado internacional.

A partir del año 2008, el PIB del Ecuador se ha visto afectado principalmente por la caída del petróleo en el mercado internacional, debido a la representatividad que éste producto tiene en la economía del país.

La crisis financiera mundial causada por la caída del mercado hipotecario y financiero de los Estados Unidos y la crisis inmobiliaria Española son dos componentes importantes en el comportamiento macroeconómico del país.

Según datos del Banco Central del Ecuador el PIB ha caído en un 3% en el período correspondiente entre enero del 2008 y enero del 2009, comparado con un crecimiento del 15% entre enero del 2007 y enero del 2008.

Ilustración 1: Variación del PIB 2004-2009

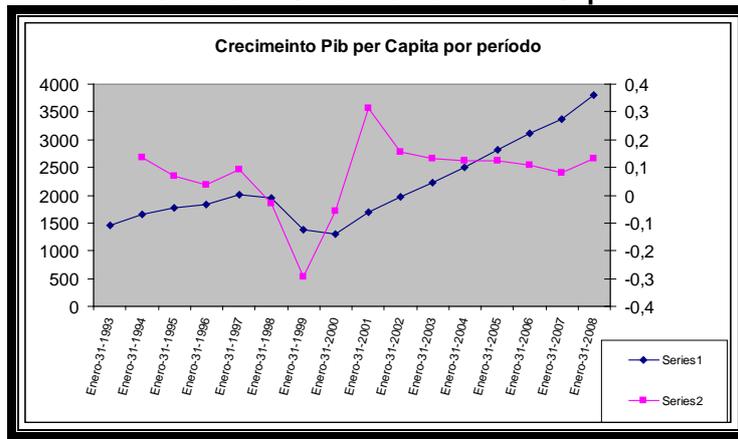


Fuente: Banco Central del Ecuador, 2009

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

En el cuadro siguiente podemos analizar el comportamiento que ha tenido el PIB Per Capita (línea roja en el cuadro). Vemos que este indicador tiene una tendencia a la baja desde enero del 2002 hasta enero del 2007. En el año 2008 existe un incremento en el PIB Per Capita por el aporte a la economía que viene de las remesas y el precio del petróleo.

Ilustración 2 Crecimiento PIB Per Capita



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2009

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

El sector de la construcción se ha caracterizado por ser uno de los principales contribuyentes del PIB no petrolero y ser uno de los sectores con mayor dinamismo en la industria.

Este sector ha reducido su participación al PIB Nacional, del 8,99% en el año 2007, al 8,06% en el 2008. Pese a esto, el sector es considerado uno de los sectores no petroleros de mayor relevancia por su capacidad de generar puestos de trabajo.

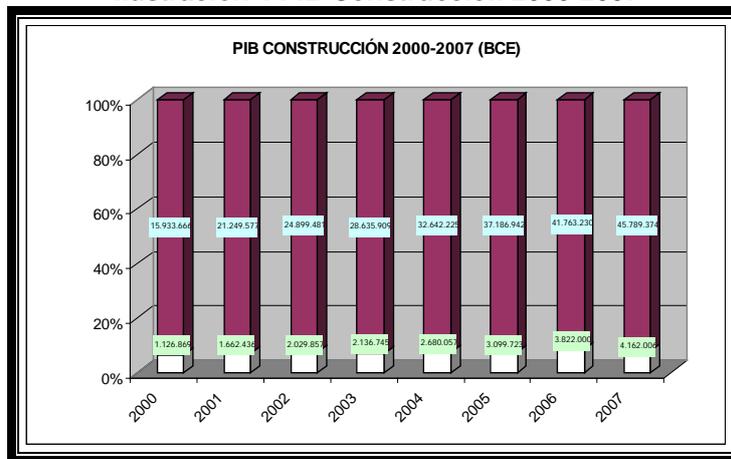
Ilustración 3 PIB Ecuador 2007-2008

Sector Real		
PRODUCTO INTERNO BRUTO	2007 (p)	2008 (prev)
Tasa de variación anual (USD 2000)	2,49%	5,32%
PIB (millones USD 2000)	22.090	23.264
PIB per cápita (USD 2000)	1.624	1.685
PIB (millones USD corrientes)	45.789	52.572
PIB per cápita (USD corrientes)	3.366	3.808
Tasa de variación PIB Trimestral (CVE)	2008.II	2008.III
PIB TOTAL	2,71%	1,19%
Explotación de minas y canteras	-1,95%	-1,30%
Servicios(+)	1,96%	1,67%
Comercio al por mayor y menor	2,63%	1,79%
Industria manuf. (excluye re nación de petróleo)	1,64%	1,67%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3,53%	-1,34%
Construcción	8,99%	8,06%
Otras Ramas(++)	9,13%	-5,08%

Fuente: Banco Central del Ecuador

En el cuadro siguiente podemos ver la ingerencia que tiene el PIB de la construcción sobre el PIB Nacional entre el año 2000 y 2007.

Ilustración 4 PIB Construcción 2000-2007

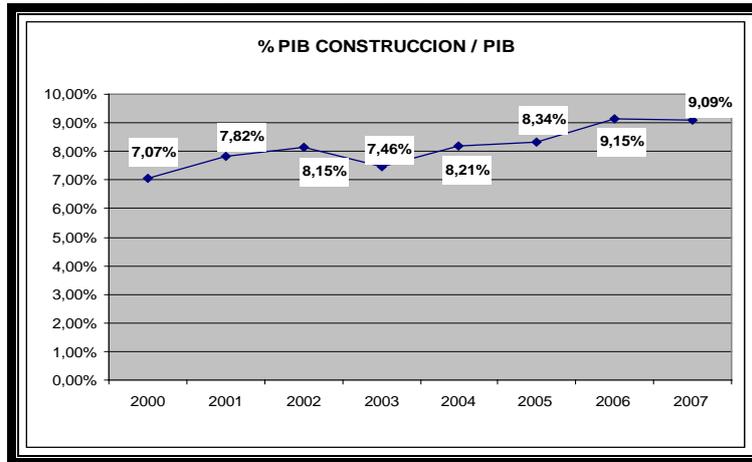


Fuente: Banco Central del Ecuador

Laborado por: Esteban Vergara 2009

Vemos que el porcentaje esta entre el 7%-9% donde el pico más alto es en el 2006 con un 9,15%.

Ilustración 5 % PIB Construcción vs. PIB Nacional



Fuente: Banco Central del Ecuador

Laborado por: Esteban Vergara 2009

1.2.1 Relación del PIB con el sector inmobiliario

El PIB es un indicador de tal importancia en las economías de los países que solo su análisis puede dar una radiografía de lo que sucede en las distintas industrias del país.

Su desempeño nos indica que tan fuerte o que tan débil esta la economía de un país, y cual es el nivel de riqueza que el país esta esperando tener a niveles macroeconómicos.

Por otro lado, este indicador tiene directa relación con lo que sucede en la economía familiar. El PIB Per cápita nos indica el desarrollo económico de las personas. El crecimiento de este indicador quiere decir que las personas han tenido un crecimiento en su economía familiar y por lo tanto existe una mayor capacidad adquisitiva.

Mientras este indicador sea alto y tenga crecimientos importantes, parte de esta riqueza va a ser destinada al sector inmobiliario.

1.3 Remesas

Las remesas son una de las principales fuentes de ingresos del país y tienen una relación directa con el sector inmobiliario.

Según datos del Banco Central del Ecuador, las remesas que vienen del exterior han presentado una caída del 8,6% en el año 2008 comparado al año 2007 y se prevé que esta tendencia continúe debido a la crisis financiera en Estados Unidos y España, países que acogen millones de ecuatorianos.

Ilustración 6 Remesas Recibidas 2005-2008



Fuente: Banco Central del Ecuador

“A nivel de país de origen de las remesas, los Estados Unidos de América, a pesar de la crisis que enfrenta, continúa siendo la mayor fuente de estos recursos con el 46,8%, seguido por España con el 41% e Italia con el 7.5%, evidenciando una concentración marcada de procedencia de remesas, ya que entre estos tres países se origina el 95.3% del total del mercado”. (Banco Central del Ecuador).

Por esta razón, cualquier crisis interna de Estados Unidos y España, va a afectar el flujo de remesas a nuestro país.

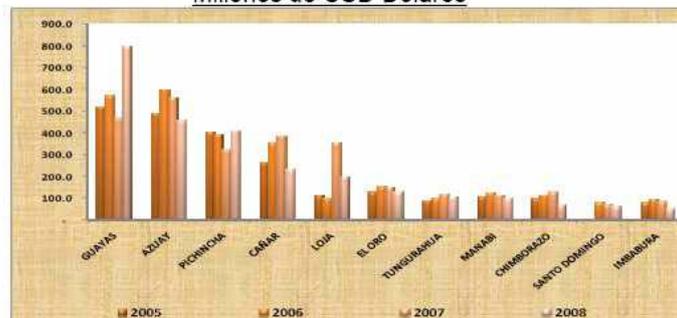
Ilustración 7 Remesas recibidas por país de procedencia
REMESAS DE TRABAJADORES RECIBIDAS POR PAÍS DE PROCEDENCIA
2005 – 2008
Millones de USD Dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador

Las remesas que han entrado al país han sido fuentes de activación del sector inmobiliario. La zona Austral y la Sierra, se han visto beneficiadas por este capital circulante de manera especial. Al disminuir el flujo de remesas, debido a los efectos de las crisis señalada anteriormente, el sector se va a ver afectado.

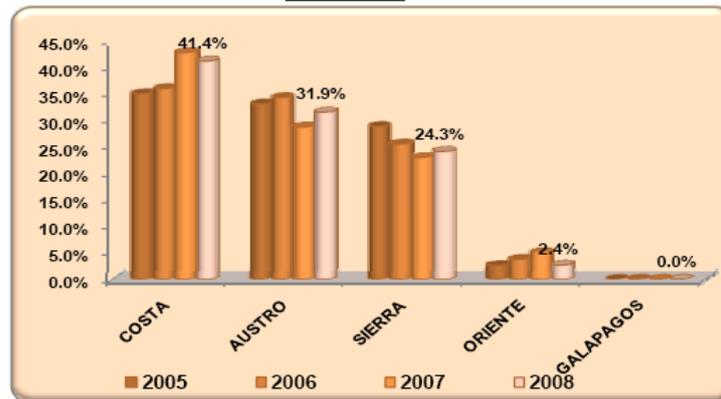
Ilustración 8 provincias beneficiarias de remesas
PROVINCIAS BENEFICIARIAS DE REMESAS
2005 – 2008
Millones de USD Dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador

En el gráfico anterior podemos ver claramente la disminución de la entrada de remesas por provincias. Las provincias de Pichincha, Cañar y Loja, son las que más se han visto afectadas por el fenómeno financiero mundial.

Ilustración 9 Participación de remesas por regiones
PARTICIPACIÓN REGIONAL DE REMESAS
2005 - 2008



Fuente: Banco Central del Ecuador

La crisis económica en Estados Unidos esta afectando el nivel de empleo de ese país.

Según reportajes del New York Times, el nivel de desempleo cayó al 6,5% en el 2008 y estima que este puede llegar al 8% para mediados del año 2009. Se calcula que alrededor del 20 millones de inmigrantes trabajan este sector. El debacle del mismo, ha afectado el envío de remesas no solo al Ecuador, sino a todos los países latinos. (Anexo 3 y 4)

La crisis inmobiliaria en España también es una amenaza en el flujo de remesas que ingresan al Ecuador.

El desempleo directo de los inmigrantes provocado por la crisis inmobiliaria en España, ha crecido en un 101.4% afectando directamente al envío de remesas a los países latino americanos. Los inmigrantes que se han visto afectados por esta crisis han empezado a buscar nuevas alternativas de trabajo en espera de que el mercado inmobiliario español alcance un equilibrio y vuelva la confianza

para la inversión en el mismo.
(<http://www.latinomadrid.com/noticia.php?id=7562>).

Esta crisis internacional esta entrando en su etapa más grave. Según el director del Servicio de Rentas Internas (SRI) en Ecuador, en una entrevista en Radio Quito, comentó que Ecuador esta experimentando una etapa de regreso de remesas.

Existe una tendencia a que los inmigrantes empiecen a vender sus propiedades adquiridas en el Ecuador durante el tiempo que han estado fuera del país, procurando que el dinero recaudado por estas transacciones, sea enviado a los países donde residen con el fin de poder sobresalir de la crisis que enfrentan.

Esto se refleja en las cifras del SRI, donde se reporta un aumento en la recaudación Impuesto a la Salida de Divisas, USD 53,95 millones en lo que va de 2009, cuando en el mismo período de 2008 fueron 8,7 millones. (El Comercio, Los emigrantes venden sus propiedades en Ecuador 5/29/2009)

1.3.1 Relación de las remesas con el sector inmobiliario

Las remesas han contribuido de manera significativa a mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Con el crecimiento de la migración, muchas familias ecuatorianas se vieron beneficiadas por el dinero que enviaban sus familiares desde otros países.

Según Ernesto Gamboa profesor del MDI, las familias en el Ecuador destinan un 4,5% de las remesas recibidas del exterior, al sector inmobiliario.

Una caída en el ingreso de las remesas al país va a afectar de manera directa al sector inmobiliario. Por esta razón, se espera que las economías

internacionales se recuperen de la crisis y puedan nuevamente generar fuentes de empleo para los emigrantes ecuatorianos en el exterior.

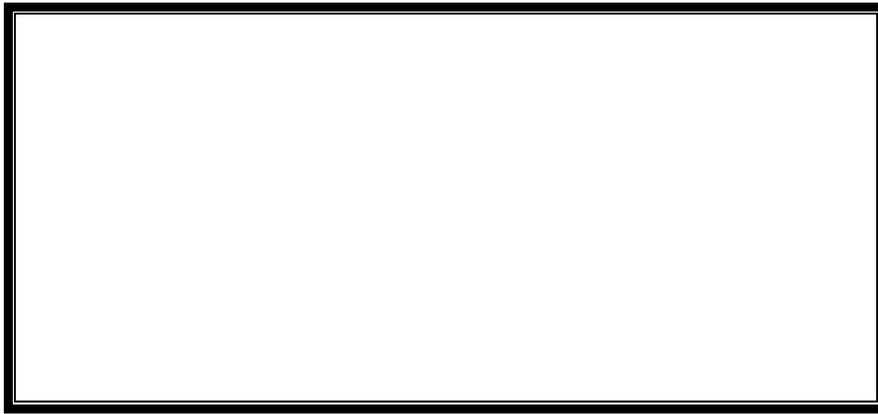
1.4 Inflación

Durante el año 2007, se mantuvo una inflación promedio por debajo del 2,5% gracias a dos factores muy importantes en la historia económica del Ecuador: la dolarización y los precios del petróleo.

El nacimiento de la dolarización, terminó con la inestabilidad del cambio monetario que alcanzo su punto más crítico en el gobierno de Jamil Mahuad. Este cambio de moneda, abrió el campo a los créditos facilitando el ingreso de moneda circulante a la economía del Ecuador.

El segundo factor importante en el 2007, fue el boom en los precios del petróleo que permitió que ingresen al país más divisas aportando a la estabilidad del proceso inflacionario.

Ilustración 10 Inflación Marzo 2007 – Enero 2009

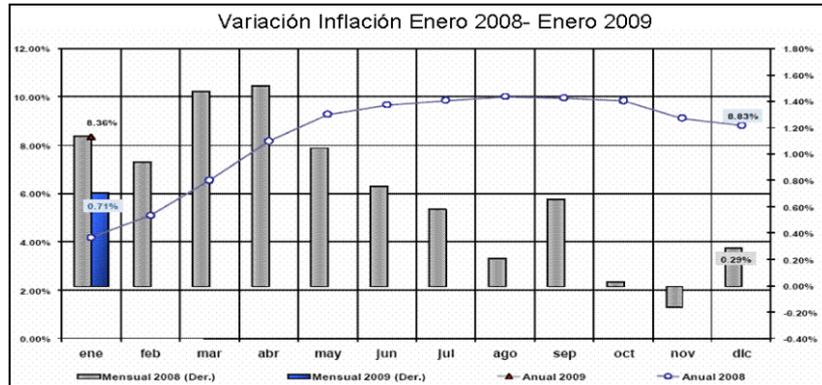


Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2008

Pese a que en el año 2008 manejamos una cifra promedio de un dígito, podemos ver que la inflación durante el 2008 creció en porcentajes muy altos comparados al año 2007.

En el siguiente cuadro vemos claramente la evolución mensual de este indicador, entre enero del 2008 y enero del 2009.

Ilustración 11 Variación Inflación enero 2008-Enero2009



Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y censos, 2008

El alza en este indicador se debe, según información del Banco Central del Ecuador, a los siguientes puntos principalmente:

- Aumento el 14.93% de precios en alimentos,
- Reajustes en precios de materias primas y salarios, y
- Incremento en un 5% en el costo de los servicios

En base a las estadísticas y predicciones del Banco Central, se espera que la inflación acumulada para el 2009 sea del 8,83%.

1.4.1 Relación con la inflación con el sector inmobiliario

La inflación es uno de los indicadores macro económicos más importantes para analizar la dirección que la economía de un país puede tomar.

Según Ernesto Gamboa profesor de MDI de la Universidad San Francisco de Quito, la reducción de la inflación y la estabilidad del indicador, influyen positivamente a la demanda de inmuebles y al crecimiento de las industrias.

La inflación establece el grado en el cual los precios de los productos más importantes suben. Cuando la inflación empieza a subir de manera descontrolada, las personas utilizan más dinero para poder satisfacer sus necesidades básicas dejando de invertir en otras necesidades; en otras palabras, con una inflación alta existe menos dinero destinado al sector inmobiliario.

1.5 Desempleo y Subempleo

Según datos del Banco Central, el nivel de desempleo en el Ecuador a enero del 2009 es del 7,5%. Este indicador no ha tenido ninguna variación significativa en el último semestre lo que indica que la situación laboral del país no ha mejorado.

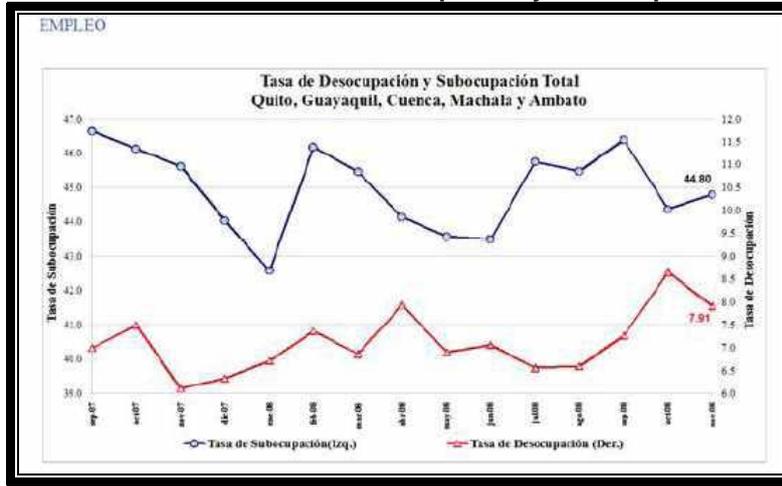
El indicador de desempleo corre un alto riesgo de subir por la situación económica del país y por la tendencia a que los emigrantes ecuatorianos empiecen a emprender su retorno al Ecuador.

Debido a la crisis financiera mundial y a los precios internacionales del petróleo, el país esta obligado de cierta manera a disminuir el gasto público maximizando la utilidad de sus inversiones sociales. Esto puede causar una retracción laboral, generando índices de desempleo más altos a los que tenemos en le actualidad.

Por otro lado la inversión pública disminuirá debido a la incertidumbre política del país y al desconocimiento de lo que la crisis financiera mundial pueda traer. Esto provocará vacíos en el ambiente laboral del Ecuador.

Otros indicadores importantes en el sector laboral que deben ser analizados son: la tasa de subocupación y la tasa de desocupación.

Ilustración 12 tasa de Desocupación y Subocupación



Fuente: Instituto Nacional de estadísticas y Censos, 2008

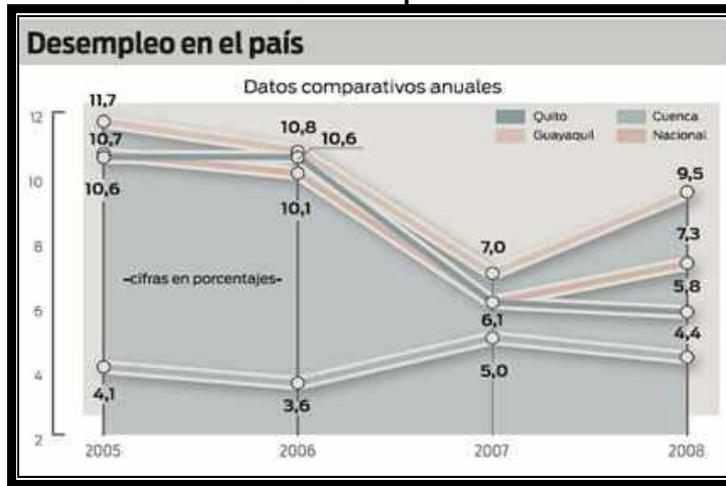
La tasa de desocupación esta en un 7,91%, esto implica que de cada 100 habitantes, 7.91 están sin trabajo y se encuentran constantemente buscando uno.

La tasa de sub-ocupación también ha visto reflejada un incremento llegando a ser del 44,8%. Esto quiere decir que un gran porcentaje de la población económicamente activa, tiene trabajos informales de menos de 35 horas semanales.

En conclusión podemos afirmar que en el país no se esta generando trabajos formales para sus habitantes contribuyendo negativamente al crecimiento de la pobreza y la inseguridad social.

Guayaquil, es la ciudad que mayor índice de desempleo presenta con tendencia al alza (7% /2007 – 9,5%/2008), mientras Quito y Cuenca bajaron el índice de desempleo en este período.

Ilustración 13 Desempleo en Ecuador



Fuente: Diario El Hoy, Febrero 24, 2009

Según la FLACSO, éstos indicadores tienden al alza debido a la situación financiera mundial, a las restricciones impuestas por el Gobierno en el ámbito comercial y a la inestabilidad de precios del petróleo que impide un crecimiento en la inversión pública y privada.

El sector de la construcción aporta de manera importante a la generación de empleo en el Ecuador. Vásquez y Saltos en su libro Ecuador su Economía, señalan que el sector de la construcción aporta con un 7,3% en la generación de empleos de la población económicamente activa del Ecuador.

1.5.1 Relación del desempleo con el sector inmobiliario

El sector inmobiliario tiene una relación directa con el nivel de desempleo en el país. Al ser considerado un sector muy importante en la generación de empleos, cuando existe una tendencia a frenar las inversiones en el sector, los indicadores de desempleo se van a ver afectados.

Desde el punto de vista del sector inmobiliario, cuando existe un nivel de desempleo alto en el país se afecta el ingreso de un grupo de clientes potenciales del sector inmobiliario ya que este deja de percibir un ingreso que puede ser destinado a la compra de departamentos o casas.

Adicionalmente, el problema de desocupación laboral, lleva a que muchos ecuatorianos busquen oportunidades laborales en el exterior, creando un déficit de mano de obra utilizada por el sector inmobiliario. Se ha visto en los últimos años, que existe en el sector una gran cantidad de mano de obra peruana y colombiana.

En épocas de crisis los gobiernos empiezan a promover una reactivación del sector de la construcción realizando obras de infraestructura y vivienda social y generando de esta manera plazas de trabajo. Un ejemplo de esta estrategia es el tomando por el actual presidente de Estados Unidos Barack Obama, quién esta enfocando su estrategia económica a sectores como el de la construcción y el automotriz.

El sector privado, especialmente en el ámbito inmobiliario debe ser promovido. Es importante generar líneas de crédito para el constructor y ofertar créditos hipotecarios que permitan que el sector se regularice.

1.6 Petróleo

El precio del petróleo ha sido durante estos últimos meses el indicador más relevante para tener una idea de cómo van a ser implementadas las medidas económicas en el país.

A partir de que Rafael Correa asumió la Presidencia de la República del Ecuador, el presupuesto general del Estado fue establecido con precios del petróleo que superaban los \$65 dólares el barril.

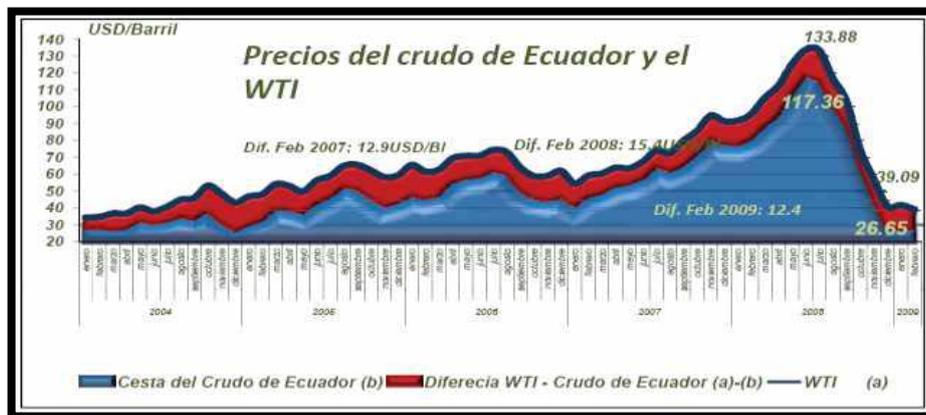
Con la crisis mundial, el precio del petróleo tubo una caída nunca antes presenciada causando mucho daño a las economías que dependen de éste recurso para fomentar su crecimiento.

Analicemos la volatilidad de los precios del petróleo:

A partir del año 2007 empieza el crecimiento del precio del petróleo llegando a un pico que rompió record en el mes de Junio del 2008. (USD117,36 barril petróleo Ecuador).

Debido a esta alza en el precio del petróleo, el Gobierno empezó una campaña de inversión social y de infraestructura agresiva que apoyaba la promesa de campaña del Presidente de la República.

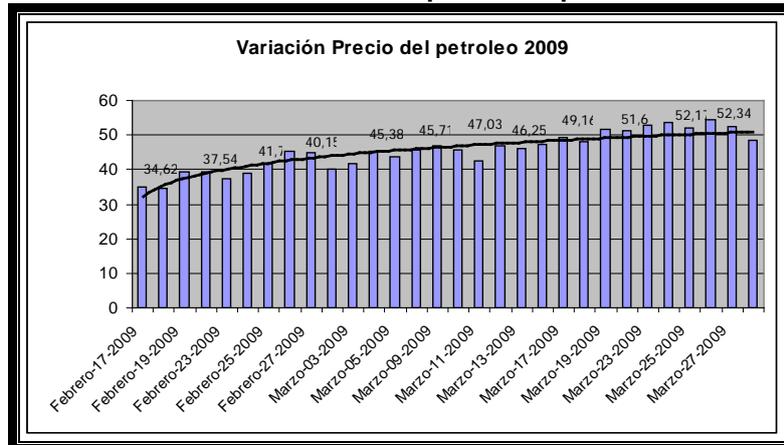
Ilustración 14 Precios del Petróleo en Ecuador



A partir del mes de Junio del 2008, empieza la caída del precio del petróleo llegando al a su precio más bajo, \$26,65 dólares por barril de petróleo Ecuador en el mes de diciembre del 2008.

Como vemos en el siguiente cuadro, el precio del petróleo ha empezado a recuperar poco a poco su fuerza. Al mes de mayo del 2009, el precio del petróleo presenta una recuperación interesante llegando a USD69 dólares por barril. (El Comercio, 31 de mayo del 2009).

Ilustración 15 Variación del precio del petróleo 2009

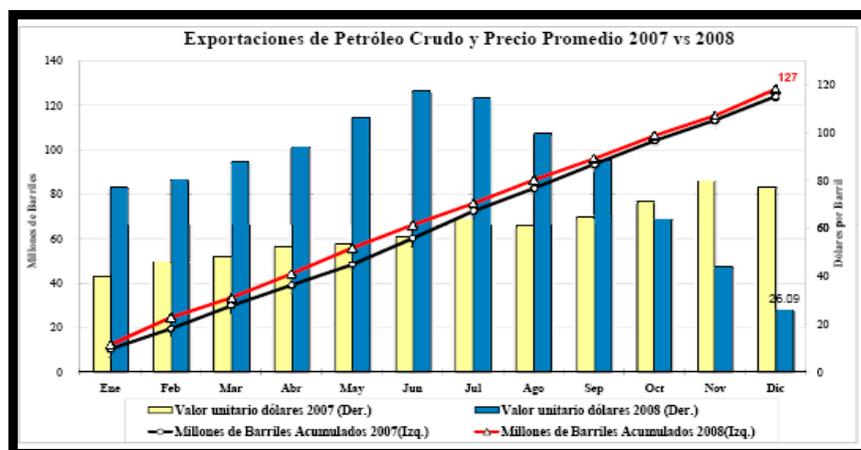


Fuente: Banco Central del Ecuador, 2009

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

A continuación podemos ver la relación de cantidad de unidades exportadas vs. el precio del barril de petróleo y compararlo entre el año 2007 y 2008.

Ilustración 16 Exportaciones de Petróleo vs. Precio de referencia



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2009

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Pese a que los volúmenes de exportación en el 2008 fueron ligeramente más altos que en el 2007, la diferencia en precios entre los dos años es abismal. Esto explica cómo el Ecuador se ha visto afectado con esta caída internacional de precios.

Existen varias especulaciones sobre la caída del precio del petróleo. Se dice que en países de Oriente, especialmente en China, el consumo de derivados de petróleo bajo debido al uso de materiales ecológicos.

Por otro lado, se piensa que ha existido mucha especulación en USA debido al fuerte crecimiento del uso de derivados de petróleo provocando que algunas empresas empiecen a esconder su producción para con el fin de influir en el precio de mercado de estos productos derivados. Se prevé que una vez que estas reservas se terminen el precio del petróleo regresará a sus niveles normales.

1.6.1 Relación del precio del petróleo con el sector inmobiliario

La influencia del precio del petróleo en el Ecuador es muy grande, por ende cualquier variación negativa de éste indicador, afecta al crecimiento del país.

El sector petrolero, según datos del Banco Central, aporta en un 21% aproximadamente al PIB Nacional por lo que cualquier variación en el precio afecta a la economía de los ecuatorianos directamente.

Debido a la caída del precio del petróleo, los Gobiernos toman políticas económicas para cuidar la riqueza de los países pero que en muchos casos, impiden el crecimiento de la economía.

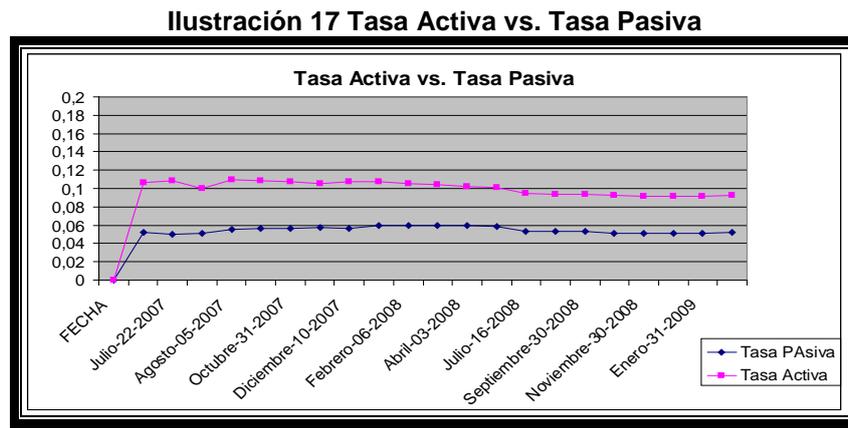
Muchas de estas políticas provocan una retracción en la industria inmobiliaria al provocar una disminución en el ingreso de divisas en el país.

1.7 Tasas de Interés Activa y Pasiva

Las tasas de interés son importantes de analizar por su relevancia en la activación de las industrias.

Es de suma importancia que los gobiernos incentiven para que las tasas de interés sean accesibles y así estimular la inversión privada en los diversos sectores productivos del país.

En el siguiente cuadro podemos ver como han evolucionado las tasas activas y la tasa pasiva en los últimos 2 años.



Fuente: Banco Central del Ecuador 2009-04-26

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

A continuación se presenta un cuadro con las tasas de interés del mercado para los distintos sectores:

Ilustración 18 Tasa Activa por segmento

SEGMENTO DE CREDITO TASA ACTIVA EFECTIVA	
REFERENCIAL PARA Feb-09	
Comercial Corporativo	9,3%
Comercial PYMES	11.02%
Vivienda	10,09%
Consumo	15.06%
Consumo Minorista	19,00%
Microcrédito acumulación ampliada	23.06%
Microcrédito acumulación simple	29%
Microcrédito de subsistencia	31%

Fuente: Banco Solidario, Alberto Moscoso

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

1.7.1 Relación de la Tasa de Interés con el sector Inmobiliario

Como veremos en los siguientes capítulos, la mayoría de los inmuebles son adquiridos con financiamiento de la banca privada o por medio del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

La tasa de interés a la que los compradores de vivienda pueden acceder a créditos, es vital para fomentar el crecimiento del sector inmobiliario.

La estabilidad de las tasas ayuda a que las personas puedan optar por una opción de endeudamiento para poder invertir en la adquisición de vivienda.

1.8 Riesgo País

El riesgo país es un indicador que indica el sobre costo de arriesgarse a invertir en un país. Mientras más alto es el indicador del riesgo país (Embid), se debe considerar un sobre costo más alto en la inversión a realizar.

Por ejemplo: La unidad de medida sin en unidades o puntos básicos. 100 unidades de medida indican una sobre tasa o un pago adicional del 1% (Federico Eliscovich, MDI: 2009).

Ilustración 19 Evolución Riesgo País



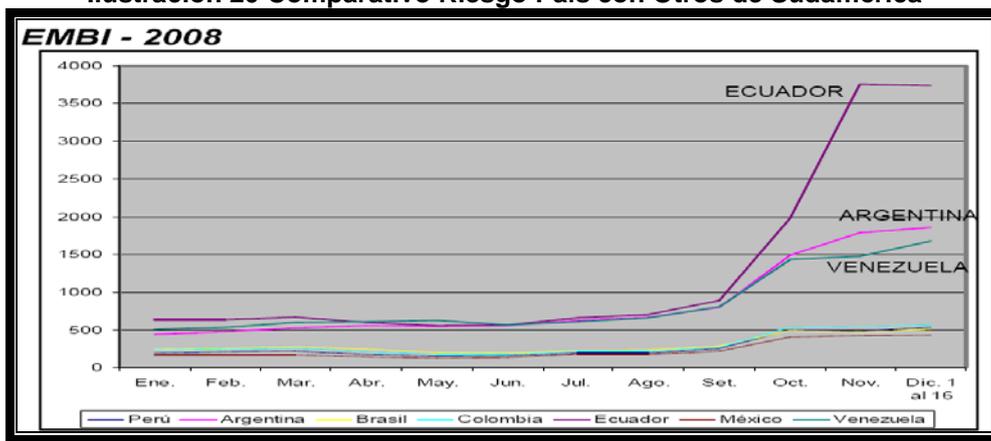
Fuente: Federico Eliscovich, MDI 2009

Hasta septiembre del 2008, el riesgo país de Ecuador se ubicaba 400 puntos por encima de las principales economía de América del Sur. Esto quiere decir que los inversionistas debían considerar un 4% de sobre carga a la inversión en el Ecuador comparado con países como Brasil, Perú y Colombia.

Como podemos ver en el cuadro a continuación a partir de septiembre del 2008, empieza el indicador a subir intensamente.

Esto se debe a mucho factores, entre estos esta la inestabilidad en el sector financiero nacional, las políticas monetarias y fiscales implementadas por el Gobierno Nacional y principalmente la posición del Gobierno frente a su responsabilidad en el pago de los papeles financieros del país.

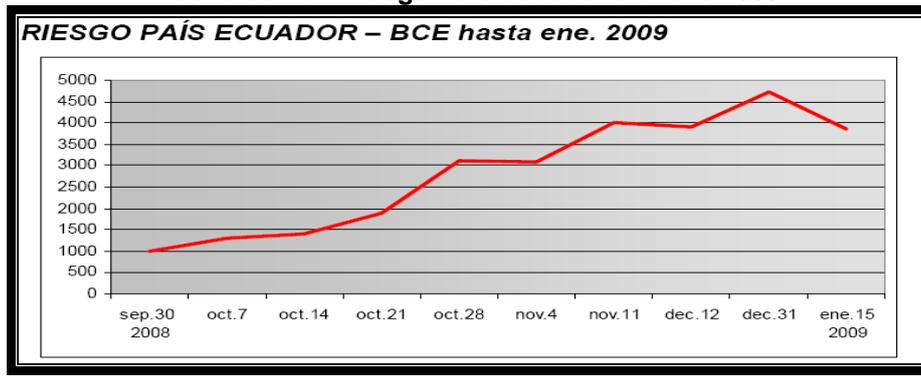
Ilustración 20 Comparativo Riesgo País con Otros de Sudamérica



Fuente: Federico Eliscovich, MDI 2009

Todo lo mencionado anteriormente, unido a los procesos electorales que nuestro país ha venido viviendo en los últimos meses nos ha llevado a estar en por encima de los 3500 puntos de riesgo país, es quiere decir un sobre consto del 35% de la inversión.

Ilustración 21 Riesgo País Ecuador a Enero 2009



Fuente: Federico Eliscovich, MDI 2009

Según El Comercio, el riesgo país del Ecuador para el mes de Junio bajo a 2714 puntos.

1.8.1 Relación del riesgo país con el sector inmobiliario

Si nos podemos nosotros en la posición de los inversionistas, deberíamos hacer un análisis sumamente minucioso de este indicador.

El ingreso de capital de inversión es uno de los principales objetivos que tiene el Gobierno Nacional. Se habla todos los días de la importancia de dar a los inversionistas la tranquilidad y la seguridad para que apuesten por nuestro país.

En el sector inmobiliario, existen muchas oportunidades de inversión. A diferencia de otros países como Perú, Panamá y Colombia donde la inversión privada extranjera ha llegado, en el Ecuador hay mucha resistencia a invertir en este sector, debido al riesgo país, a la posibilidad de una des-dolarización y adicionalmente a la accesibilidad a créditos hipotecarios, que como veremos a continuación, cada día son más exigentes en sus requerimientos.

1.9 Colocación de Créditos

Las entidades financieras ya sean públicas o privadas, también son un motor de las economías de los países.

Es importante considerar la manera que estas instituciones están colocando sus créditos en los distintos sectores económicos del país.

En el cuadro siguiente, podemos ver que en el 2008 la colocación de créditos, considerando comerciales, vivienda, consumo y micro crédito, ha tenido un crecimiento del 36%.

Este crecimiento en colocación de créditos esta respaldado en un 7% por la colocación de créditos por parte de las Instituciones Financieras Públicas que han seguido la política económica del plan social del Gobierno Nacional y un 93% por las instituciones financieras privadas.

Ilustración 22 Volumen de Crédito colocado por tipo de entidad 2005-2008

VOLUMEN DE CREDITO POR TIPO DE CREDITO								
AÑO	TOTAL							
	2005	% / TOTAL	2006	% / TOTAL	2007	% / TOTAL	2008	% / TOTAL
BANCOS OFF SHORE	806.468.468,00	7%	323.286.227,00	3%	87.379.323,00	1%	88.141.900,00	1%
BANCOS PRIVADOS EXTRANJEROS	406.632.827,00	4%	517.811.431,00	5%	629.625.116,00	6%	894.522.355,00	6%
BANCOS PRIVADOS NACIONALES	8.281.316.850,00	75%	8.960.076.800,00	78%	9.153.624.282,00	82%	11.606.247.993,00	76%
COMPAÑIAS DE TITULARIZACION	4.861,00	0%	255.571,00	0%	2.561,91	0%		0%
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO	656.403.413,00	6%	752.224.028,00	7%	867.294.923,00	8%	1.027.014.733,00	7%
INSTITUCIONES FINANCIERAS PUBLICAS	576.411.364,00	5%	455.656.062,00	4%		0%	1.159.868.972,00	8%
MUTUALISTAS	147.377.487,00	1%	175.437.645,00	2%	222.938.699,00	2%	266.185.800,00	2%
SOCIEDADES FINANCIERAS	204.779.585,00	2%	245.582.915,00	2%	206.057.657,00	2%	161.690.093,00	1%
TOTAL CREDITOS COLOCADOS POR TIPO	11.079.394.855,00	100%	11.430.330.679,00		11.166.922.561,91	100%	15.203.671.846,00	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

En el año 2008, la colocación de créditos de vivienda represento el 5% del total de créditos otorgados por las instituciones financieras.

Es importante señalar que los bancos privados nacionales son los promotores en la colocación de créditos de vivienda. En el cuadro siguiente vemos la evolución del crédito en vivienda en las distintas entidades financieras.

Ilustración 23 Volumen de crédito colocado en vivienda 2005-2008

VOLUMEN DE CREDITO VIVIENDA				
AÑO	Vivienda			
	2005	2006	2007	2008
BANCOS OFF SHORE	-	-	-	-
BANCOS PRIVADOS EXTRANJEROS	2.913.720,00	682.121,00	380.338,00	120.000,00
BANCOS PRIVADOS NACIONALES	290.087.215,00	445.296.849,00	482.167.979,00	561.169.523,00
COMPAÑIAS DE TITULARIZACION	4.861,00	255.571,00	261.91	272.629,00
COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO	64.931.300,00	62.631.698,00	62.642.408,00	65.392.948,00
INSTITUCIONES FINANCIERAS PUBLICAS	-	14.868.773,00		1.530.962,00
MUTUALISTAS	111.457.657,00	121.703.142,00	134.636.848,00	146.734.181,00
SOCIEDADES FINANCIERAS	13.450.862,00	12.389.829,00	3.706.756,00	3.750.351,00
TOTAL CREDITOS COLOCADOS VIVIENDA	482.845.615,00	657.827.983,00	683.534.329,00	778.970.594,00
	4%	6%	6%	5%
TOTAL CREDITOS COLOCADOS	11.079.394.855,00	11.430.330.679,00	11.166.922.561,91	15.203.671.846,00

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

A nivel general, podemos ver en el siguiente cuadro, que el sector de la vivienda no es el que mas demanda colocación de créditos, r lo que es una gran oportunidad tanto para las instituciones financieras como para los promotores y los compradores potenciales de inmuebles.

Ilustración 24 Participación del crédito total colocado 2005-2008

PARTICIPACIÓN DE TIPO DE CREDITO / TOTAL COLOCADO								
AÑO	2005	%/Total	2006	%/Total	2007	%/Total	2008	%/Total
Comercial	7.399.200.428,00	67%	7.481.629.146,00	66%	7.464.186.709,00	62%	10.529.486.624,00	69%
Consumo	1.998.397.783,00	18%	1.982.106.188,00	17%	2.084.441.166,00	17%	2.252.666.814,00	15%
Micro Crédito	1.182.341.209,00	11%	1.292.769.511,00	11%	1.717.605.679,00	14%	1.630.743.310,00	11%
Vivienda	482.845.615,00	4%	657.827.983,00	6%	683.534.329,00	6%	778.970.594,00	5%
TOTAL Credito Por TIPO	11.062.785.035,00	100%	11.414.332.828,00	100%	11.949.767.883,00	100%	15.191.867.342,00	100%

Fuente: Superintendencia de Bancos
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Es muy importante la estabilidad de la moneda con el fin de poder impulsar el crédito de vivienda. Cuando el sucre era la moneda oficial en Ecuador, el riesgo de adquirir responsabilidades a largo plazo era muy alto debido a las variaciones en el tipo de cambio de la moneda frente al dólar.

En la actualidad se ve con optimismo que el IESS esta promoviendo la colocación de créditos hipotecarios y que la banca privada ha empezado a ofertar estos créditos con condiciones más favorables para quienes están buscando una manera de financiamiento de vivienda,

1.9.1 Relación del crédito con el sector inmobiliario

La facilidad de acceder a un crédito para vivienda de cualquier institución financiera ya sea pública o privada es una gran oportunidad de crecimiento en el sector inmobiliario.

Como se menciona anteriormente, es importante la estabilidad de la moneda para que la colocación de créditos tenga menor riesgo.

La búsqueda de tasas de interés atractivas y de facilidades para poder aplicar a un crédito de vivienda, deben ser prioridad en las estrategias tanto del Gobierno como de las instituciones financieras, considerando el déficit de vivienda que existe en el Ecuador (1500000 unidades INEC, 2009)

.Es importante señalar que el sector inmobiliario se va a beneficiar de los créditos hipotecarios que se están colocando a través del IESS y de instituciones financieras privadas.

1.10 Conclusiones análisis entorno económico

Como conclusiones el análisis realizado del entorno económico del país podemos señalar las más influyentes para el sector inmobiliario:

– *Producto Interno Bruto:*

EL PIB esta directamente relacionado con el comportamiento del sector de la construcción e inmobiliario.

Por la influencia del precio del petróleo tiene sobre el PIB, es importante señalar que mientras el aporte de este producto no se incremente, el sector de la construcción va a estar en declive.

Es importante señalar que el sector inmobiliario se ve afectado cuando no existe el ingreso de divisas que permitan tener un PIB que promulgue la inversión en los distintos sectores productivos del país.

– *Remesas de los emigrantes:*

Las remesas de los emigrantes constituyen un factor que amenaza al sector inmobiliario. Como se vio en el análisis, las remesas están a la baja, y los emigrantes están ofertando sus bienes en el Ecuador para poder acceder a capital que les permita salir de la crisis económica en otros países.

– *Variación en la inflación:*

El indicador de inflación da una percepción positiva de la economía del país y fomenta a que las personas tengan capacidad de endeudamiento siempre y cuando este indicador se mantenga en niveles de estabilidad en el tiempo.

– *Desempleo y Subempleo:*

El nivel de desempleo en el país crea un déficit en el ingreso de los habitantes. Como se indicaba en el análisis de estas variables, es importante que existan niveles de desempleo bajos que permitan que los ecuatorianos destinen parte de su ingreso en la adquisición de bienes de vivienda.

– *Evolución del petróleo:*

El precio del petróleo constituye un punto neurálgico en el porvenir de la economía ecuatoriana. Se espera un crecimiento del precio del barril durante el año 2009, y esto incentivará la inversión pública en el área de la construcción y la inversión privada en el sector inmobiliario.

– *Tasa de interés activa y pasiva:*

La estabilidad de las tasas de interés del sector financiero nacional y el mantenimiento del sistema de dolarización en el Ecuador, fomentan el interés por adquirir créditos hipotecarios. Esto beneficia directamente al sector inmobiliario.

– *Riesgo país:*

Es importante que el indicador de riesgo país baje para atraer inversiones. El riesgo de inversiones en el país cuando el indicador es sumamente alto, hace que los inversionistas busquen nuevas industrias y nuevos países para direccionar su capital.

Para mayor información ver ANEXOS 1,2 y 6.

2 CAPITULO II: Análisis de la Demanda y Oferta

En este capítulo se va a realizar un análisis de la demanda y oferta de proyectos inmobiliarios en la ciudad de Quito para tener una idea general de cómo se comporta el mercado inmobiliario y poder establecer una estrategia comercial que garantice el éxito del proyecto.

2.1 Análisis de la Demanda

2.1.1 Características del Estudio

El presente análisis de demanda esta basado en información recopilada por Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch, y Gridcom Inteligencia Inmobiliaria.

El estudio de donde analizaremos la información tiene las siguientes características:

Estudio de Gridcom:

País: Ecuador, Sudamérica

Ciudad: Quito, Distrito Metropolitano

Estudio: Características de la Demanda / Variables y Magnitud de la Demanda

Categoría: Vivienda

Universo: Hombres y mujeres de 25 a 55 años con intención de compra de vivienda en los próximos 3 años

Metodología: Cuantitativa. Entrevistas personales utilizando un cuestionario semiestructurado.

Muestra: 380 entrevistas. Se realizó un total de 974 contactos para alcanzar la muestra propuesta

Por Sexo: Hombres: 46% Mujeres: 54%

Por Edad: 21 a 39 años: 62%

36 a 55 años: 38%

Por Nivel:

- Alto: 11%
- Medio Alto: 12%
- Medio: 32%
- Medio Bajo: 25%
- Bajo: 20%

Confiabilidad: Rango de confiabilidad del 95.5%

Error muestral: Máximo $\pm 5.1\%$

Fecha de estudio de campo: 8 de octubre – 23 de noviembre 2007

Adicionalmente, se ha obtenido información de la demanda del mercado inmobiliario de Ernesto Gamboa y Asociados y Market Watch. (Información obtenida en MDI: Marketing Inmobiliario, Ernesto Gamboa).

2.1.2 Introducción

En el presente capítulo se presenta un análisis de los principales indicadores que establecen la demanda de vivienda en la ciudad de Quito.

Es importante señalar que la información aquí presentada corresponde a investigación realizada por empresas privadas entre el año 2007 y 2008 lo que nos da un marco de referencia del comportamiento del mercado en el sector inmobiliario.

Para efecto de este análisis se va a dividir el capítulo en 2 secciones. En la primera sección aportará con datos generales sobre la demanda de vivienda en el país y en la segunda sección analizaremos las preferencias más importantes para la decisión de compra de vivienda.

A continuación se presenta los temas a tratar:

1. Información general de demanda

- Demanda Potencial
- Momento de compra
- Condiciones de Vivienda Actual
- Intención de compra
- Sectores más atractivos de Quito

2. Preferencias principales al momento de compra

- Preferencias de viviendas en Quito
- Preferencia de compra por tipo
- Preferencia por valor de arriendo
- Preferencia de tamaño en inmuebles
- Preferencia de compra por tipo precios de vivienda
- Preferencia en la forma de pago en compra de vivienda

- Preferencias por Importancia de ciertas características
- Preferencias medios publicitarios

2.1.3 Información General de la Demanda

2.1.3.1 Demanda Potencial

Según los datos presentados por el Instituto geográfico Militar, la población del país se calculaba ser de 13'941.320 personas en el año 2008 (Ecuador su realidad, 2008) dividido por regiones de la siguiente manera:

Tabla 1 Población Ecuador por Regiones
POBLACION POR REGIONES 2008

REGION	VALOR	PORCENTAJE
COSTA	6.865.783	49%
SIERRA	6.374.740	46%
ORIENTE	677.499	5%
REGION INSULAR	23.298	0%
TOTAL	13.941.320,00	

Fuente: Ecuador su realidad, 2008
Elaborado por: Esteban Vergara

Según Ernesto Gamboa y Asociados, en el Ecuador un promedio de 4 miembros por familia, por lo que podemos concluir que la demanda potencial de vivienda total en el Ecuador es de 3'485.330.

Las ciudades de mayor potencial de vivienda en el país, basándonos en su población, son Quito y Guayaquil. Existen mercados importantes donde se puede identificar oportunidades de crecimiento para el sector inmobiliario.

En el cuadro a continuación, se presenta un detalle del potencial de vivienda de las principales ciudades del país.

Tabla 2 Demanda Potencial de Vivienda por ciudad Ecuador

Potencial Demanda Vivienda por ciudad		
CIUDAD	# de Habitantes	Demanda de Vivienda
Guayaquil	2.252.727	563.182
Quito	2.093.458	523.365
Cuenca	479.614	119.904
Machala	256.773	64.193
Santo Domingo	326.581	81.645
Portoviejo	267.297	66.824
Ambato	332.788	83.197
Riobamba	215.173	53.793
Loja	189.131	47.283
Ibarra	180.760	45.190
Esmeraldas	182.753	45.688
Latacunga	168.254	42.064
Babahoyo	153.971	38.493
Santa Elena	123.329	30.832

Fuente: Ecuador su realidad, 2008
Elaborado por. Esteban Vergara 2009

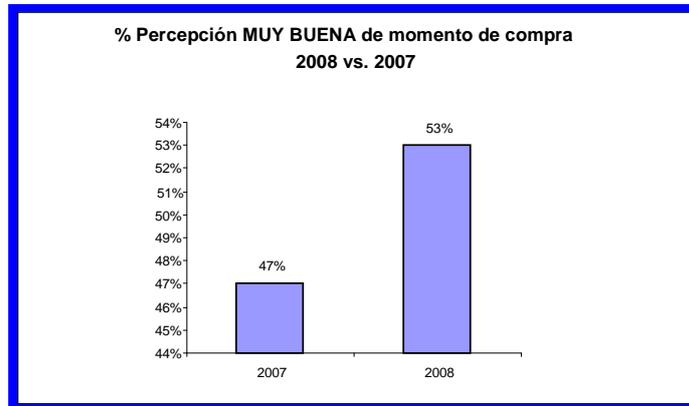
Si nos enfocamos en el mercado de Quito, podemos decir que la demanda potencial de vivienda es de 523.365 unidades.

2.1.3.2 Momento de compra

A base de estudios realizados por Market Watch y Gamboa y Asociados, podemos ver los resultados de la percepción del momento de compra de vivienda.

El 53% de los encuestados piensa que efectivamente es un buen momento de compra de un inmueble en el año 2008, en comparación a un 47% en el año 2007, lo cual da una pauta a los inversionistas para seguir invirtiendo en la industria.

Ilustración 25 Percepción en Momento de Compra



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.3.3 Condiciones de Vivienda Actual

Como podemos ver en el gráfico a continuación, el porcentaje de vivienda propia esta por encima de el de arriendo en casi veinte puntos porcentuales.

Esto indica que los ecuatorianos preferimos tener nuestra vivienda propia que arrendarla. Principalmente este fenómeno se da en la clase social media y media baja, que son los sectores con mayor predisposición a la compra ya que por cultura y tradición, estos segmentos quieren asegurar un techo para vivir.

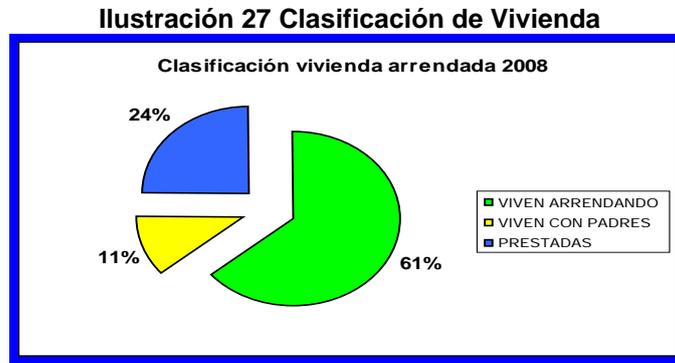
Ilustración 26 Condiciones e Vivienda En Ecuador



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Dentro de la clasificación de las condiciones de vivienda actual encontramos varias categorías que se detallan en el cuadro a continuación:



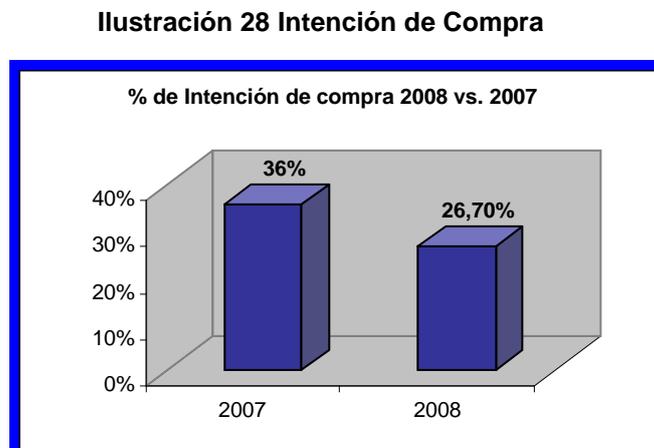
Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Vemos que el porcentaje de vivienda prestadas (20%) es muy representativa en esta categoría, y representa una oportunidad para el negocio inmobiliario.

2.1.3.4 Intención de compra

Pese a que en el cuadro podemos ver que los porcentajes de intención de compra en el año 2008 han bajado comparados con el 2007, esto no quiere decir que existe menos demanda de inmuebles, ya que en el 2008 se ofertaban en el mercado un 30% más de proyectos vs. el año 2007. (Gamboa y Asociados)



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Para el año 2009, el indicador de intención de compra puede verse afectado principalmente por la inestabilidad política del país, las limitaciones en entrega de créditos hipotecarios, la caída en las remesas provenientes del exterior y sobre todo por el riesgo percibido por la gente de una posible des-dolarización de la economía que atemoriza un endeudamiento para este tipo de inversiones.

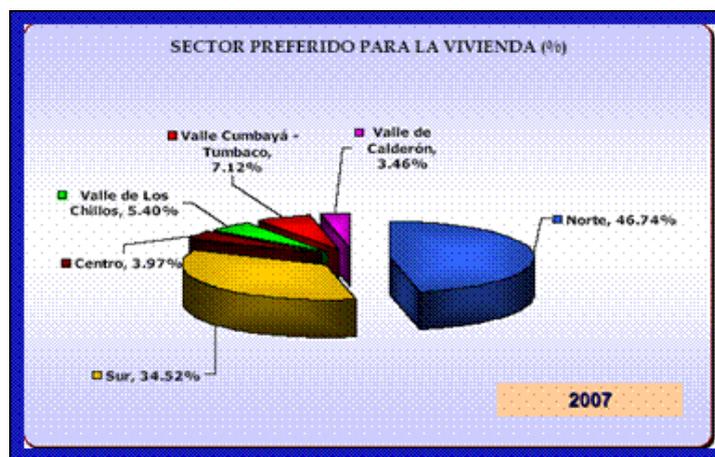
2.1.3.5 Sectores más atractivos de Quito

El crecimiento urbano de la ciudad de Quito se ha visto sorprendido por el gran desarrollo existente en los distintos valles que rodean la ciudad.

En la actualidad, los valles en conjunto representan un 47% de la intención de compra de inmuebles al considerar la ubicación de los mismos. De estos, el de mayor influencia ha sido el valle de los Chillos y el de Tumbaco y Cumbayá.

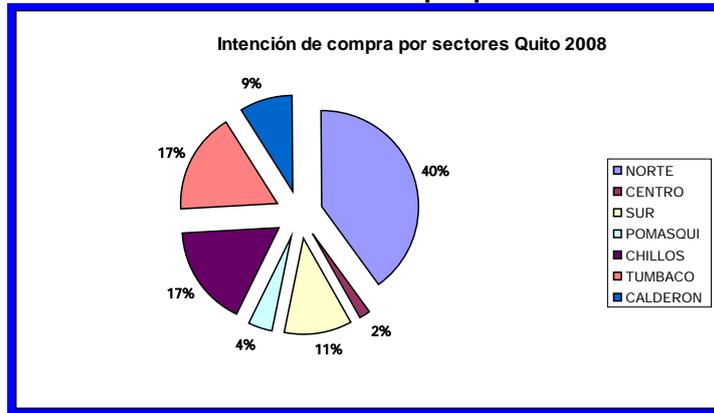
En este último es importante recalcar el gran desarrollo urbanístico que ha permitido consolidar la zona como un centro de vivienda, educación y comercio de primera clase, lo cual ha hecho que en el año 2008, se considere uno de los sectores más atractivos con el 17% de aceptación frente al 2007 en el cual era del 7.12% (Gridcom, 2007)

Ilustración 29 Sector Preferido de Vivienda en Quito



Fuente y Elaboración: Gridcom, 2007

Ilustración 30 Intención de compra por sectores Quito 2008

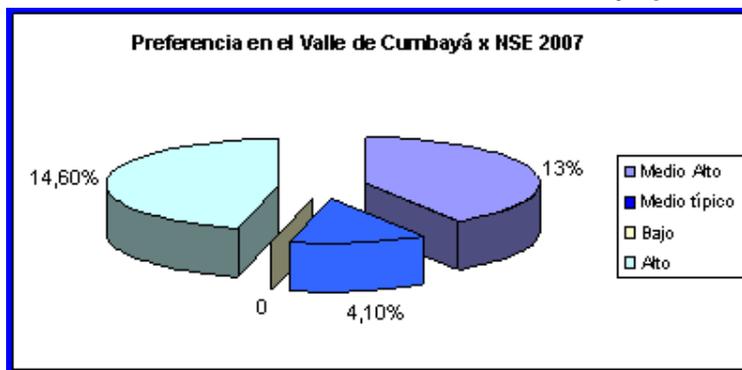


Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

El proyecto Manuela, se encuentra ubicado en el valle de Cumbayá, donde vemos claramente que el NSE alto es el más atraído por invertir en esta zona con un 14,6%, seguido del medio alto con un 13% de los encuestados por medio de Gridcom.

Ilustración 31 Preferencias en el Valle de Cumbayá por NSE



Fuente: Gridcom, 2007

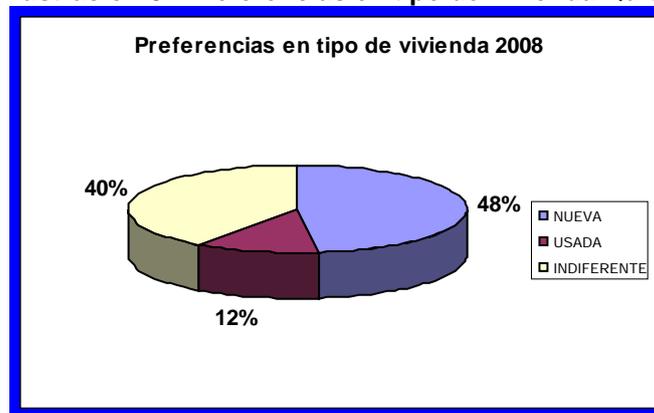
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4 Preferencias principales al momento de compra

2.1.4.1 Preferencias de viviendas

Los datos que nos presenta Market Watch y Gamboa & Asociados, nos indican que existen porcentajes muy parecidos entre las personas que quieren vivienda nueva o usada. Esto principalmente se da por el nivel económico y el poder adquisitivo de las personas que piensan invertir en bienes inmuebles.

Ilustración 32 Preferencias en tipo de vivienda Quito



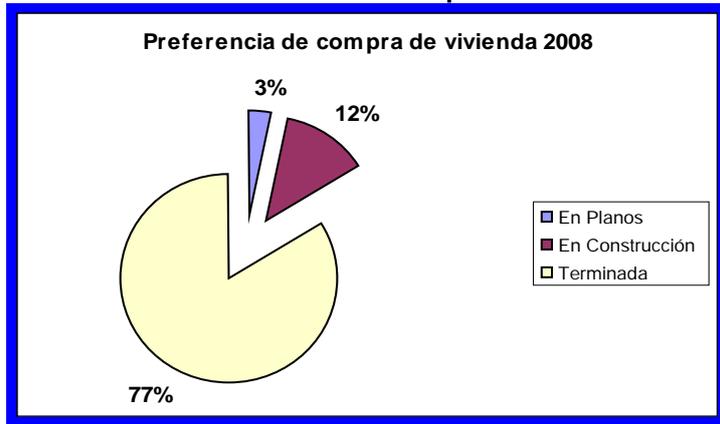
Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

El comportamiento de compra de vivienda en la ciudad de Quito es muy interesante de analizar. Muchos promotores inmobiliarios procuran vender la mayor cantidad de unidades en planos y durante la construcción, lógicamente para facilitar los flujos de efectivo necesarios que permitan avanzar con los respectivos proyectos.

Estas condiciones “ideales” no son las más reales en nuestro mercado. Como vemos en el siguiente cuadro, el 77% de las personas compran inmuebles una vez que los proyectos ya están terminados.

Ilustración 33 Preferencia de compra de vivienda Quito



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

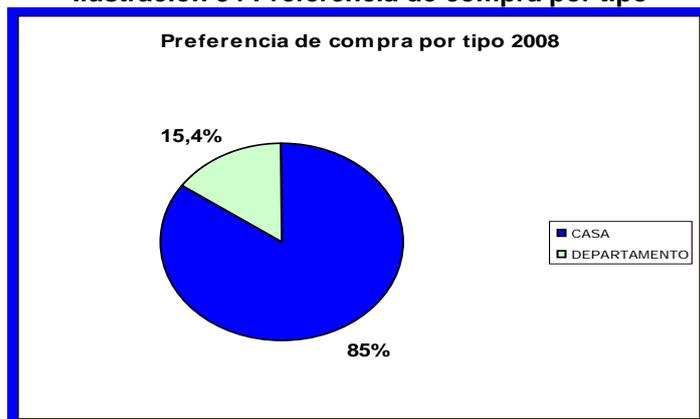
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4.2 Preferencia de compra por tipo

En base a los estudios realizados por Market Watch y Gamboa & Asociados, el 85% de la muestra tiene la preferencia de elegir departamentos que casas.

Esto se da principalmente por el sentido de seguridad, tradición y por nuestra cultura cuando pensamos en el concepto de familia.

Ilustración 34 Preferencia de compra por tipo

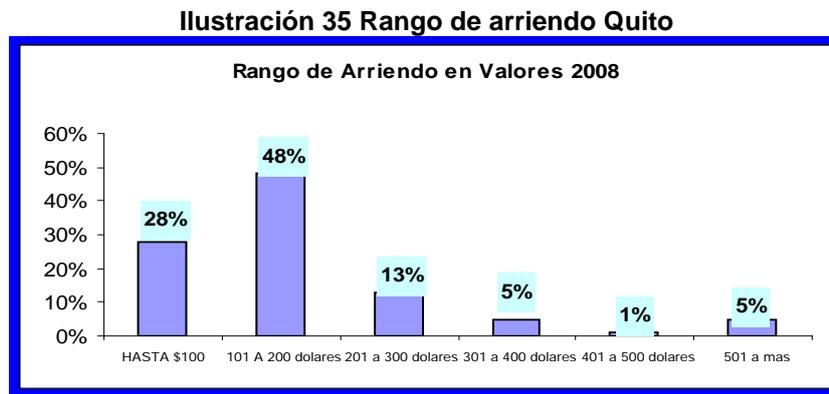


Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4.3 Preferencia por valor de arriendo

Cuando se trata de arrendar vivienda, podemos identificar claramente que el rango más importante de precios esta entre los \$100-\$200 dólares mensuales. Este arriendo pertenece a un nivel socio económico medio bajo - bajo que es donde se concentra la mayor cantidad de arrendatarios en la ciudad de Quito.



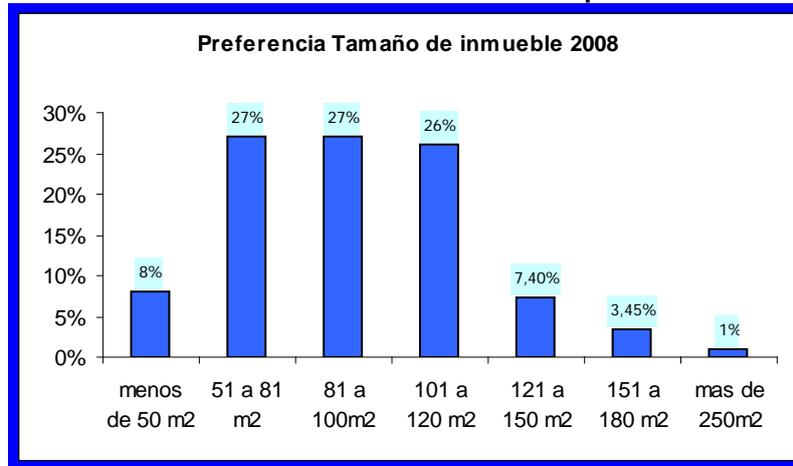
Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4.4 Preferencia de tamaño en inmuebles

En lo que se refiere al tamaño de los inmuebles, podemos ver que el rango de demanda esta entre los 51-120 m². Se igual manera, este tamaño de vivienda esta estratificado en base al sector y al nivel social que los proyectos están dirigidos.

Ilustración 36 Preferencia de inmueble por tamaño



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

En base al análisis realizado del sector competitivo y a la experiencia del promotor, se puede concluir que en el sector de Cumbayá se opta por demandar departamentos entre 121 y 180 m², seguidos por departamentos entre 60-80 m². Los departamentos de más de 200m² son también requeridos por el segmento alto.

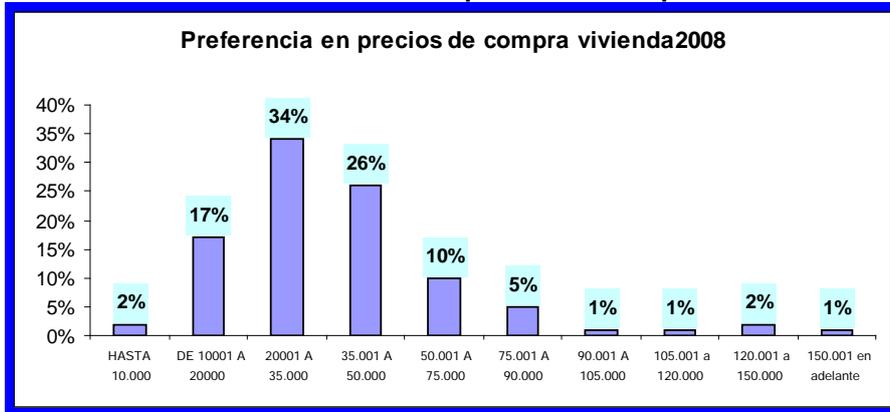
2.1.4.5 Preferencia de compra por tipo precios de vivienda

En el cuadro a continuación, se presenta un análisis del valor que están dispuestos a pagar en la ciudad de Quito por la compra de un bien inmueble dependiendo de los distintos segmentos de mercado.

El rango entre \$20000 y \$35000 dólares es el más representativo, y en este es donde más oferta de proyectos podemos encontrar en el mercado.

Existe también un segmento entre \$35000 y \$50000, que conjuntamente con el expuesto antes, hacen el 60% de las preferencias en rango de precios.

Ilustración 37 Preferencia en precios de compra vivienda



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

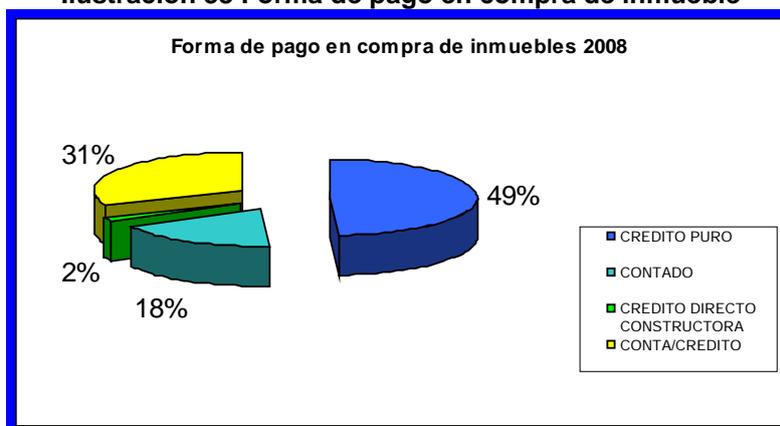
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4.6 Preferencia en la forma de pago en compra de vivienda

La forma de pago es uno de los factores más importantes en el momento de decisión de compra de un bien.

La principal manera de financiamiento es mediante el crédito directo entidades privadas. Por otro lado vemos que los planes mixtos de financiamiento (contado y crédito) también son una de las opciones preferidas por los clientes.

Ilustración 38 Forma de pago en compra de inmueble



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.1.4.7 Preferencias por Importancia de ciertas características

En base a la investigación realizada por Gridcom, el cuadro siguiente nos enseña cuáles son las características principales en el momento de buscar una vivienda.

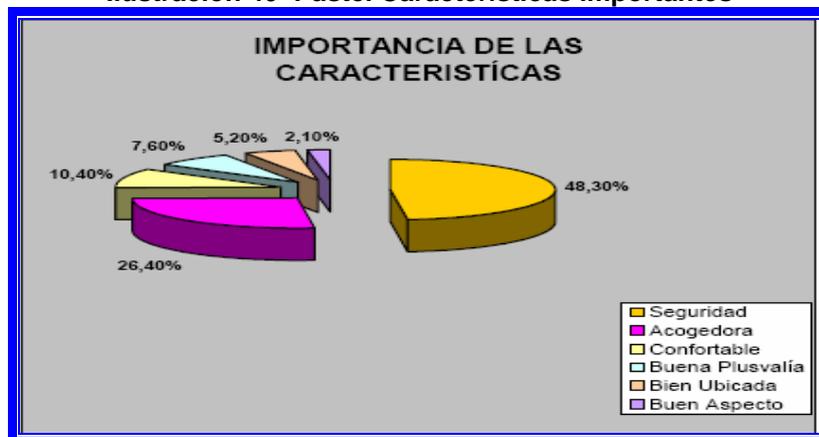
Ilustración 39 Características importantes en la compra



Fuente: Gridcon, 2007

En una encuesta realizada por Marco Robalino estudiante del MDI en el año 2006 (al mismo segmento de mercado que al que el Edificio Manuela esta dirigido) ,se confirma que las variables coinciden con el estudio de Gridcom.

Ilustración 40 Pastel Características importantes



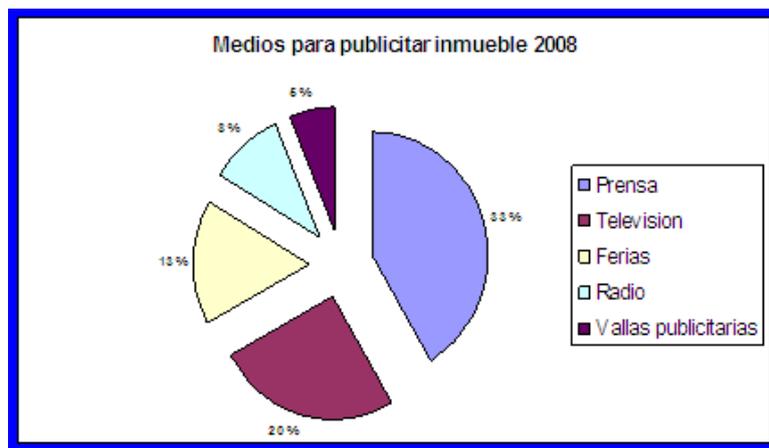
Fuente: Marco Robalino, 2006

2.1.4.8 Preferencias medios publicitarios

Por último, vemos que los medios publicitarios juegan un gran papel en la búsqueda de proyectos inmobiliarios.

Como promotores, es sumamente importante saber destinar recursos, pero es aún más importante saber como los destinamos. Este puede ser uno de los errores más visibles en la inversión publicitaria, y puede ser el causante del fracaso de los objetivos comerciales de una empresa.

Ilustración 41 Medios más importante



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Si bien vemos en el cuadro que la prensa escrita es la de mayor importancia, debemos estar concientes que no siempre este medio va a ser el mejor canal de comunicación. Dependiendo del proyecto, de a quien este va dirigido, de la intensidad de la inversión, los promotores deben identificar cuáles son los medios adecuados en donde sus clientes potenciales van a tener un contacto efectivo.

En general, la prensa es el medio más importante y el más utilizado en la industria inmobiliaria para promocional los productos en el mercado.

2.1.5 Conclusiones Análisis de Demanda

En el análisis anterior podemos ver un resumen de las principales variables de demanda del mercado inmobiliario.

Como se mencionó al principio del este capítulo, esta información nos da una pauta de cómo es el comportamiento de la demanda en el sector inmobiliario más no es un reflejo de la situación actual del mercado.

En el cuadro a continuación se detalla un resumen de los principales factores de demanda para el proyecto Manuela:

Ilustración 42 Resumen Demanda vs. Edificio Manuela

Demanda vs. Edificio Manuela		
Característica de la Demanda	Estudio de Mercado	Proyecto Manuela
Preferencia Casa vs. Departamento	Casas	Departamentos
Precios	Entre USD70-USD180	USD140000
Áreas preferidas	137-163m ²	140 m ²
Condiciones de Venta	Crédito Hipotecario	Mixto 30%-70%
Crecimiento de demanda	17% en Cumbayá	Cumbaya

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

2.2 Análisis de la Oferta

En esta sección se realizará un análisis de los principales datos de la oferta de inmuebles en la ciudad de Quito.

A continuación se presentan los temas a tratar:

Análisis de la Oferta:

- Características del Estudio
- La oferta de proyectos en la ciudad de Quito
- La oferta en unidades
- La evolución del mercado inmobiliario
- La variable de precios en el mercado ofertarte
- Conclusiones del análisis de la Oferta
- Información general de demanda

2.2.1 Características del Estudio

El presente análisis de la oferta esta basado en un estudio realizado por Ernesto Gamboa y Asociados y Market Watch.

Las características de la investigación se detallan a continuación (Ernesto Gamboa):

Zonificación de la Ciudad:

- 8 Zonas: Norte, Centro Norte, Centro, Sur, Valle de Calderón, Valle de Pomasqui, Valle de Cumbayá -Tumbaco, Valle de Los Chillos

Investigación Secundaria y Primaria:

- Recopilación de información de ferias, periódicos, revistas especializadas, revistas de circulación gratuita, páginas web.
- Recorrido por cada Zona
- Visita tipo cliente fantasma a cada uno de los proyectos
- Actualización Telefónica: No. unidades disponibles, fecha de entrega, precios.

Tamaño de la Muestra: 866 proyectos – +/-5 de margen de error. (95% del universo)

Actualización del Estudio: Trimestral desde Sept. 2006

2.2.2 Introducción

En este capítulo se realizará un análisis de la oferta de proyectos inmobiliarios en la ciudad de Quito.

Es importante comunicar que el objetivo del presente análisis es proporcionar una visión general sobre la situación de la oferta inmobiliaria en la ciudad de Quito con datos obtenidos los años 2007 y 2008.

Para fines del presente análisis, se va a dividir el tema en los siguientes puntos:

- La oferta de proyectos en la ciudad de Quito
- La oferta en unidades
- La evolución del mercado inmobiliario
- La variable de precios en el mercado ofertarte

2.2.3 La oferta de proyectos en la ciudad de Quito

En el año 2008 podemos ver que existe una gran expansión de la oferta de proyectos de vivienda comparado con el mismo período del 2007. Cabe resaltar que en inventario existente en este año es alto comparado con el 2007.

El 2008 fue un año en el cual no existió mucha confianza por parte de los promotores inmobiliarios en realizar inversiones agresivas en la industria debido a la crisis económica mundial y a la inestabilidad por la que atravesó el país, es por esto que existe una disminución en el número de proyectos nuevos de un 34% comparado con el año 2007.

Esta baja en las inversiones se da principalmente por la inestabilidad económica y por todo el proceso político que hemos visto hasta el momento.

Ilustración 43 Inventario Actual de Proyectos Inmobiliarios

Inventario Actual de Proyectos inmobiliarios		
Detalle	No. De Proyectos	
	2007	2008
Total de Proyectos de Vivienda de Primer Uso	670	866
Proyectos Detenidos	9	31
TOTAL INVENTARIO	679	897
Proyectos Nuevos (Que iniciaron ventas o construcción en el período de análisis)	330	218
Períodos de Análisis:	sept-2006 a sept-2007	sept-2007 a sept-2008

Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Pese a esta disminución de inversión en la industria, las empresas promotoras han utilizado herramientas promocionales más agresivas, como la feria de la vivienda y varios medios masivos para promocionar proyectos ya existentes y nuevos, que han contribuido a que se mantenga la inversión en proyectos inmobiliarios en los últimos meses del 2008.

Ilustración 44 Evolución de proyectos en Quito En 2007- En 2008

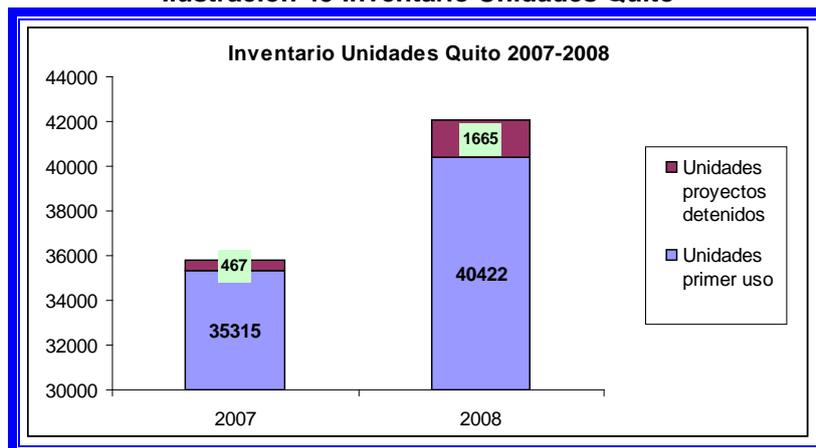


Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

2.2.4 La oferta en unidades

El año 2008 representó un incremento del 15% aproximadamente en la oferta de vivienda en la ciudad de Quito. Pese al crecimiento en el año 2008, existe un considerable número de proyectos detenidos por la disminución en la demanda de inmuebles y por los rezagos causados por la crisis del 2008.

Ilustración 45 Inventario Unidades Quito

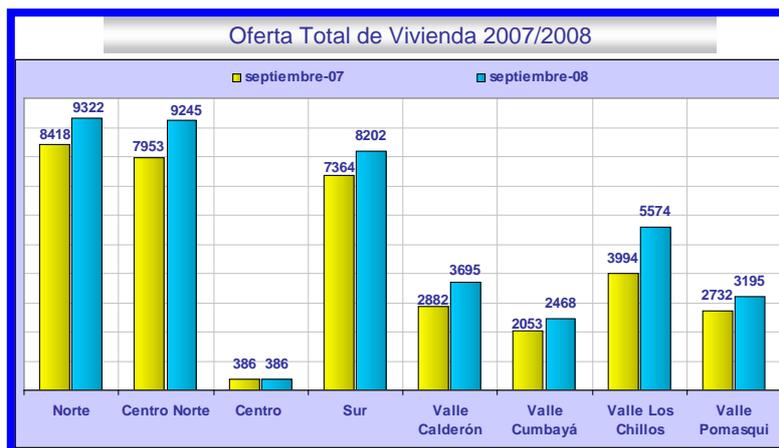


Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

En el cuadro a continuación, podemos ver la variación en unidades entre el año 2007 y 2008 por los distintos sectores geográficos de la ciudad de Quito. De éste, se puede concluir que todas las zonas tuvieron un crecimiento interesante en el año 2008.

Ilustración 46 Oferta Total de Vivienda 2007-2008



STATUS	2007	2008
Total Unidades de Vivienda de Primer Uso	35315	40422
Total Unidades en Proyectos Detenidos	467	1665
TOTAL INVENTARIO	35782	42087

Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

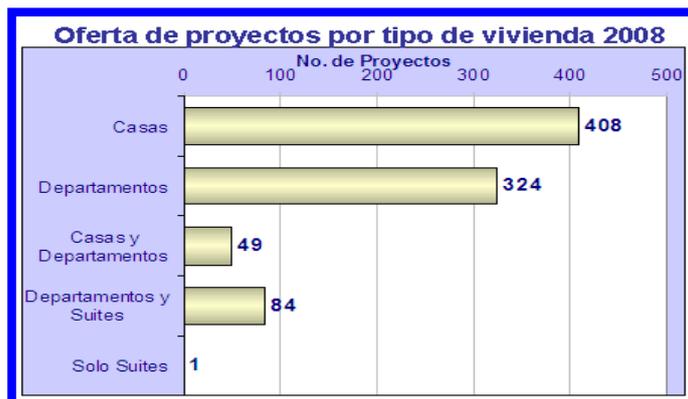
En porcentajes, los valles aledaños a la ciudad de Quito en el 2008, son los que presentan un mayor crecimiento en unidades comparado con el año 2007: Calderón 28%, Cumbayá 20%, Los Chillos 40% y Pomasqui 17%.

De esto podemos concluir, que existe una gran aceptación de los proyectos en la zona de los valles por los clientes del sector inmobiliario.

Se espera que la tendencia de crecimiento en los valles continúe. En el valle de Tumbaco y Cumbayá, la construcción del nuevo aeropuerto va a ser primordial para la inversión y desarrollo inmobiliario del sector.

En base al estudio de Ernesto Gamboa y Market Watch, no existe una gran diferencia entre la oferta de unidades por tipo de vivienda. Como vemos en el cuadro a continuación, de los 866 proyectos donde se realizó la investigación, un 47% corresponde a casas y un 37% a departamentos.

Ilustración 47 Oferta de proyectos por tipo 2008



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

2.2.5 La evolución del mercado inmobiliario

En el año 2008, se ve una disminución del 20,9% en el total de unidades vendidas comparadas con el año 2007. La crisis del país, que nace a raíz de la caída del petróleo y las crisis financieras e inmobiliarias en el exterior, trae como consecuencia una reducción del nivel de absorción del inventario de unidades en al año 2008 vs. el 2007.

Ilustración 48 Evolución y Absorción de Inventario 2007-2008

ZONAS QUITO	PERIODO 2007					PERIODO 2008				
	Unidades disponibles para periodo	Unidades iniciadas en el periodo	Total vendidas	Unidades vendidas por mes	Absorción	Unidades disponibles para periodo	Unidades iniciadas en el periodo	Total vendidas	Unidades vendidas por mes	Absorción
Norte	↑ 2681	2895	2421	202	43,4%	3155	904	1975	165	48,7%
Centro Norte	↓ 3303	2103	2558	213	47,3%	2848	1292	1763	147	42,6%
Centro	↓ 37	126	99	8	60,7%	64	0	11	1	17,2%
Sur	↓ 1868	2742	1897	158	41,1%	2713	838	1154	96	32,5%
Valle Cumbayá	↑ 572	938	639	53	42,3%	871	415	611	51	47,5%
Valle los Chillos	↑ 1322	1788	1298	108	41,7%	1812	1580	1736	145	51,2%
Valle Calderón	↓ 990	1087	1274	106	61,3%	803	813	832	69	51,5%
Valle Pomasqui	↓ 844	574	706	59	49,8%	712	463	530	44	45,1%
TOTAL	11617	12253	10892	908	46%	12978	6305	8612	718	45%

Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

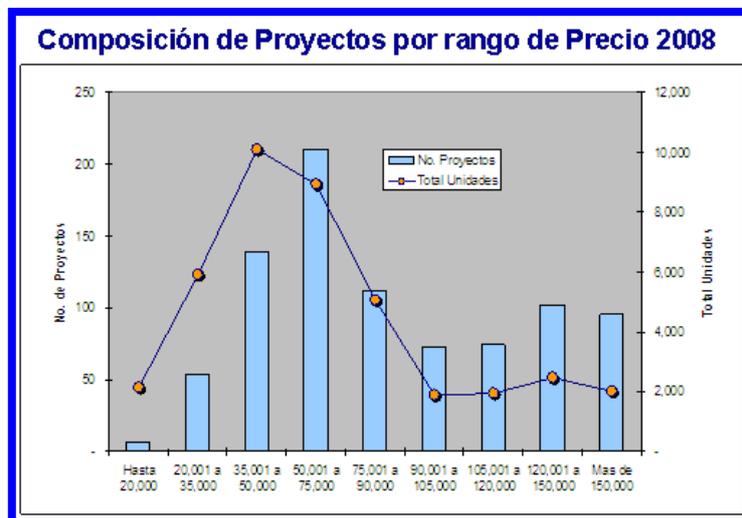
2.2.6 La variable de precios en el mercado ofertarte

El mercado inmobiliario en Quito, ofrece una gran variedad de inmuebles que se acomodan al presupuesto de los mercados o segmentos referenciales.

En la gráfica podemos ver que el rango de precios en donde existe mayor oferta de vivienda es entre \$50000 y \$75000. El rango entre \$35000 y \$50000, es el segundo en número de proyectos ofertados. Este rango de precios corresponde a la proliferación de proyectos para vivienda de tipo medio medio-bajo en todos los sectores de la ciudad.

Por otro lado, muchos de los proyectos enfocados en nivel medio y medio bajo, buscan aprovechar las líneas de crédito hipotecario que se están entregando por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) como política del Gobierno Central.

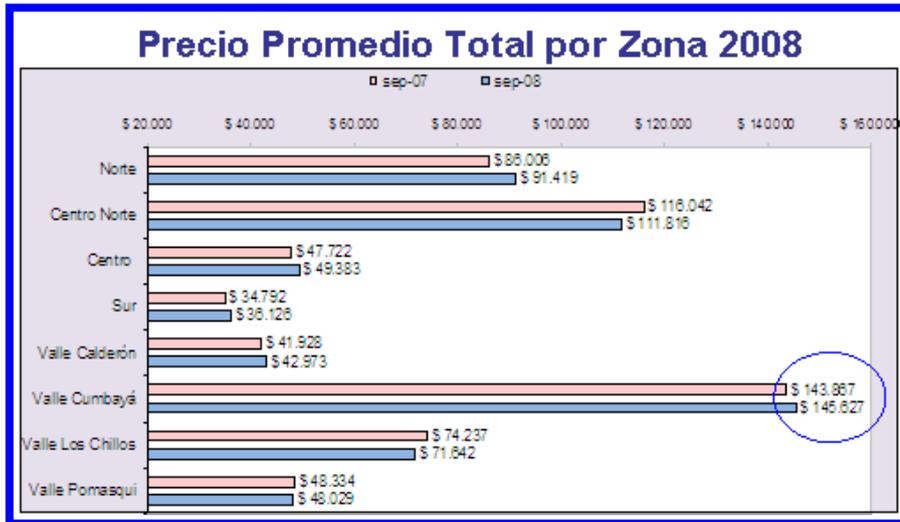
Ilustración 49 Composición de proyectos por precios



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

En el cuadro siguiente, podemos ver los rangos de precios promedios de las distintas zonas de la ciudad de Quito. Se puede verificar que los rangos de precios de los departamentos de Manuela están dentro del promedio existente en la zona de Cumbayá.

Ilustración 50 Precio promedio Total



Fuente: Ernesto Gamboa y Asociados, Market Watch 2008

2.2.7 Conclusiones del análisis de la Oferta

Como conclusiones del análisis de la oferta, se detalla a continuación los puntos más relevantes a considerar:

- Existe una disminución en el número de proyectos nuevos de un 34% comparado con el año 2007.

- El año 2008 representó un incremento del 15% aproximadamente en la oferta de vivienda en la ciudad de Quito debido al inventario final del 2007.

- Los valles aledaños a la ciudad de Quito son los que presentan un mayor crecimiento en unidades en el año 2008 comparado con el año 2007: Calderón 28%, Cumbayá 20%, Los Chillos 40% y Pomasqui 17%.

- En términos porcentuales, el 47% de la oferta de vivienda en unidades corresponde a casas y el 37% a departamentos.

- Existe una disminución del 20,9% en el total de unidades vendidas comparadas con el año 2007

3 CAPITULO III: Definición del Cliente Potencial

3.1.1 Generalidades del análisis

Con el fin de definir el perfil del cliente para el Edificio Manuela, nos vamos a basar en la teoría de segmentación de mercados presentada por Philip Kotler. (Fundamentos de Marketing, Philip Kotler, 2003)

La teoría de Kotler, conjuntamente con el análisis realizado de demanda y oferta, nos conducen a realizar una selección del perfil del cliente más enfocada y de mejor calidad.

En esta sección, vamos a definir a los clientes en base a las siguientes variables:

- Geográficas: define donde y en que lugar esta ubicado el cliente.
- Demográficas: edad, tamaño de familia, estado civil, ocupación y educación
- Segmentación por ingreso: de identificará el nivel de ingresos de nuestro segmento
- Segmentación psicográfica: clase social, estilo de vida y características de la personalidad del segmento objetivo.
- Segmentación por beneficios: se definirá cuáles son los beneficios esperados del segmento.

3.1.2 Proceso de Segmentación por variables

3.1.2.1 Variable geográfica

El segmento objetivo del proyecto Manuela se encuentra principalmente ubicado principalmente en el Distrito Metropolitano de Quito y los valles que lo rodean. Esto no excluye a posibles clientes que se encuentran en otras ciudades del país.

3.1.2.2 Variable demográfica

- Edad: El proyecto Manuela esta enfocado a un segmento comprendido entre 35 y 45 años de edad.
- Estado civil: Soltero / casado
- Tamaño de familia: 2-4 integrantes
- Ocupación: Profesionales dependientes e independientes
- Educación: Universitaria o Superior

3.1.2.3 Variable de ingreso

La modalidad de venta en la actualidad en segmentos medio alto y alto esta definida de la siguiente manera:

10% de reserva de la vivienda
20% durante la construcción o en un período fijo
70% contra entrega del inmueble

El valor estimado para los departamentos del Edificio Manuela están en un rango entre USD140000 USD160000. Para efectos del presente análisis vamos a utilizar los dos valores con el fin de dar un rango de ingreso.

Se asumen los siguientes supuestos:

- a. Que el posible cliente opta por el método de pago señalado anteriormente
- b. Una tasa de interés para créditos hipotecarios del 12% anual
- c. Un plazo de 10 años (120 meses)
- d. Que las instituciones bancarias requieren que se destine un 30% del ingreso familiar al pago del inmueble en compra.

A continuación se detalla el ingreso familiar que el cliente potencial del proyecto Manuela debe percibir:

Tabla 3 Cálculo Crédito Hipotecario

COSTO MENUSAL DEL CRÉDITO HIPOTECARIO, INGRESO FAMILIAR					
Valor del Inmueble	Separación	Pago del 20%	70% contra entrega	Cuota mensual 70% financiamiento a 10 años	Ingreso Familiar
\$ 140.000	\$ 14.000	\$ 28.000	\$ 98.000	\$ 1.406,02	\$ 4.686,72
\$ 160.000	\$ 16.000	\$ 32.000	\$ 112.000	\$ 1.606,87	\$ 5.356,25

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Como vemos en la tabla, el ingreso familiar debe estar entre USD4.686 y USD5.356 dólares para poder acceder a un préstamo hipotecario con las condiciones descritas anteriormente.

3.1.2.4 Variable psicográfica

El segmento objetivo esta en un estrato social medio alto - alto.

Este segmento se caracteriza por llevar un estilo de vida muy sofisticado y moderno. Es un segmento que se considera muy ambicioso y refleja su ambición en su estilo de vida.

Como rasgo de personalidad, también se considera un segmento muy seguro de si mismo debido a su éxito profesional y su posición social.

Gusta de una vida tranquila pero con lujos. Comparte en familia los fines de semana realizando actividades al aire libre en clubes sociales de prestigio.

Es un segmento que cuida mucho su bienestar físico y figura, por lo que le gusta realizar actividades deportivas que están de moda como trotar, ciclying, buceo, etc.

3.1.2.5 Variable de beneficios

Este segmento al momento de comprar busca beneficios como:

- Comodidad
- Ambiente sano
- Elegancia
- Diseño
- Status
- Facilidad de servicios
- Condiciones climáticas

3.1.2.6 Cuadro de resumen perfil del cliente

En el cuadro a continuación, se da un resumen de las características principales del perfil del cliente para el Edificio Manuela:

Ilustración 51 Perfil del Cliente Edificio Manuela

PERFIL DEL CLIENTE EDIFICIO MANUELA	
Variable	Características del perfil del cliente
Geográfica	Ubicado en la ciudad de Quito principalmente
Demográficas	Edad: 35 y 45 años de edad Estado civil: Soltero / casado Tamaño de familia: 2-4 integrantes Ocupación: Profesionales dependientes e independientes Educación: universitaria o superior
Ingresos	Entre USD4686 - USD5356 ingreso familiar
Psicográficas	Estrato Social: Medio alto - alto Estilo de vida moderno y sofisticado Segmento preparado profesional y académicamente, por lo que demuestra seguridad y solvencia Miembro de clubes sociales de pretstigio Se enfoca aen el cuidado de la salud y el deporte
Beneficios	Comodidad, status y elegancia, climas más atractivos, excelencia en el diseño, acceso a servicios, etc.
Elaborado por: Esteban Vergara	

4 CAPITULO IV: Componente Técnico - Arquitectónico

4.1 Introducción

Este capítulo analizará los componentes técnicos del Edificio Manuela.

Los temas que se van a abordar son los siguientes:

1. Localización del proyecto
2. Sobre la Urbanización
3. Malla vial al Edificio Manuela
4. Sitios de interés en la zona de influencia
5. Zonificación
6. Infraestructura
7. Área de terreno y linderos
8. Estudios Topográficos y de suelos
9. Descripción del producto
10. Especificaciones del producto
11. Diseño y Componente Arquitectónico

4.2 Localización del proyecto

El distrito Metropolitano de Quito se divide en 3 Distritos o Zonas Municipales: Norte, Sur y Centro de Quito.

Por su ubicación geográfica, la ciudad de Quito esta rodeado de valles que han sido el eje primordial para el desarrollo inmobiliario de la Ciudad.

El proyecto inmobiliario “Edificio Manuela” está ubicado en el sector de Cumbayá, en la Urbanización Miravalle 4, a una distancia de 5 Km. de la ciudad de Quito y a un minuto de la zona comercial de Cumbayá.

La Urbanización cuenta con una hermosa vista al valle de Cumbayá y de la cordillera oriental que permite tener un paisaje panorámico de algunos volcanes importantes del país.

**Cordillera Oriental vista desde
Vía Oriental**



Volcán Cotopaxi desde Miravalle



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

El valle de Cumbayá y Tumbaco ha experimentado un crecimiento muy agresivo desde el año 2003 (Ernesto Gamboa, MDI).

A partir del nacimiento de la Universidad San Francisco de Quito, el sector ganó mucha fuerza en su desarrollo recibiendo la llegada de inversiones en el área comercial e inmobiliaria y permitiendo de esta manera, la consolidación de la zona en un centro de vivienda de alta plusvalía en la ciudad.

Desde entonces este sector es uno de los más completos en crecimiento. En la actualidad podemos encontrar en el valle de Cumbayá desde guarderías hasta hospitales de primer orden.

Existe una gran variedad de oferta comercial que va desde centros comerciales y almacenes de tecnología, hasta una alta variedad de restaurantes que dan a relucir un ambiente nocturno muy acogedor.

El sector se caracteriza por la calidad de vida que ofrece a sus habitantes. Se dice que en este valle tiene una temperatura muy acogedora (3-4 grados centígrados más que en la ciudad de Quito).

Ilustración 52 Mapa Distrito Metropolitano de Quito

Fuente: GEO-Base (Cadbury Ecuador)

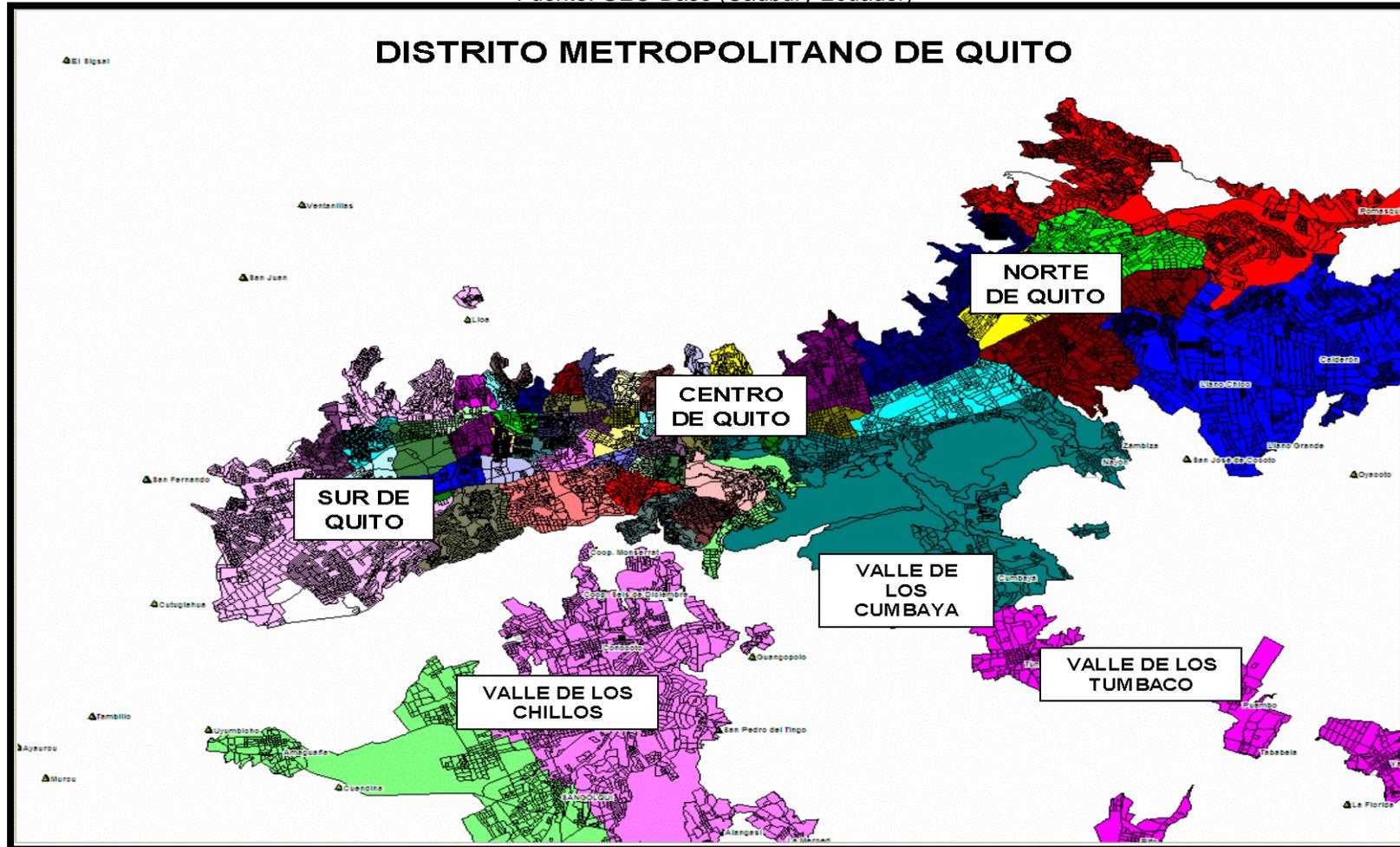


Ilustración 53 Mapa Satelital Miravalle 4 – Edificio Manuela



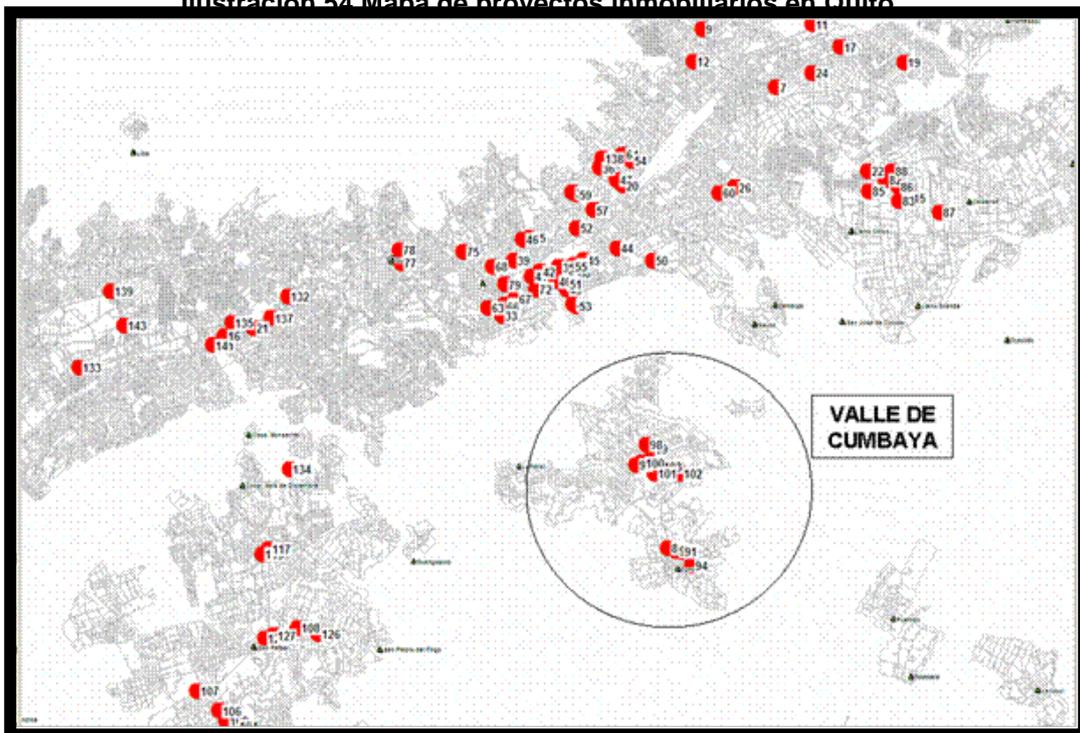
Fuente: Google Earth

Elaborado por: Esteban Vergara

El valle de Cumbayá ha sido uno de los principales sectores de crecimiento de la ciudad de Quito, y constituye el punto partida para el desarrollo inmobiliario hacia los valles continuos (Tumbaco, Pifo y los sectores cercanos al nuevo aeropuerto de Tababela).

En el mapa a continuación, podemos tener una idea clara de la concentración de proyectos inmobiliarios en la ciudad de Quito.

Ilustración 54 Mapa de proyectos inmobiliarios en Quito



Fuente: GEO-Base (Cadbury Ecuador)

Elaborado por: Esteban Vergara

4.3 Sobre la Urbanización

La Urbanización Miravalle 4 se considera la más atractiva de todas debido a la gran cantidad de espacios verdes existentes, la poca concentración de vivienda y a que esta Urbanización ofrece canchas deportivas de uso exclusivo de sus co-propietarios.

A continuación se presenta algunos de los beneficios que ofrece la Urbanización Miravalle 4:

- Seguridad a la entrada de la Urbanización 24 horas
- Seguridad motorizada 24 horas al día
- Dos áreas de canchas deportivas
- Acceso interno a todas las urbanizaciones que comprenden Miravalle
- Salidas directas a la avenida interoceánica y a la Urbanización Miravalle 2 (Junto a la Mobil del Rancho San Francisco)
- Cuenta con transporte público cercano.
- Existen los servicios básicos como luz eléctrica, agua potable, servicio telefónico y de alcantarillado.

Fotos Miravalle 4



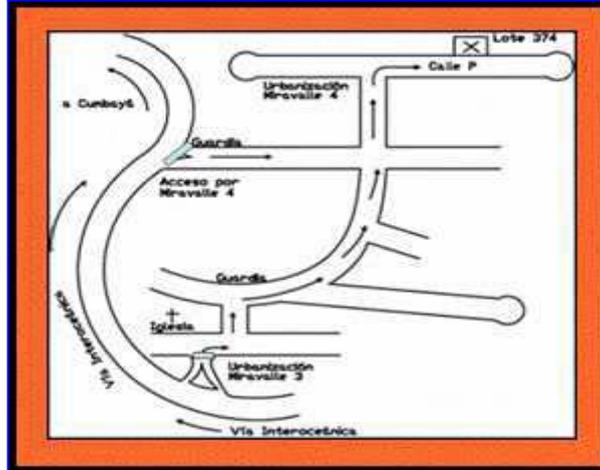


Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

4.4 Malla vial del Edificio Manuela

El proyecto “Edificio Manuela” se encuentra ubicado en la Urbanización Miravalle 4, Calle P Lote 274.

Ilustración 55 Mapa Localización Edificio Manuela



Elaborado por. Esteban Vergara

El proyecto está rodeado de varias rutas de acceso. La principal vía es la Avenida Interoceánica, sea en dirección desde Quito o desde Cumbayá.

La Urbanización Miravalle 4 cuenta con una entrada principal a la altura del puente del Río Chiche.

Debido a que la entrada a Miravalle 4 es peligrosa por su diseño, especialmente en horas pico, la administración de Miravalle 4 conjuntamente con las administraciones de las otras 3 etapas, realizaron un proyecto conjunto en el que todos los habitantes de las cuatro urbanizaciones tienen libre tránsito vehicular dentro de toda la Urbanización.

De esta manera se puede acceder al Edificio Manuela desde cualquier entrada de las Urbanizaciones que conforman Miravalle lo que brinda a los habitantes varias opciones para acceder a la Urbanización.

En lo que se refiere a la malla vial de acceso a la Urbanización presentamos los siguientes gráficos:

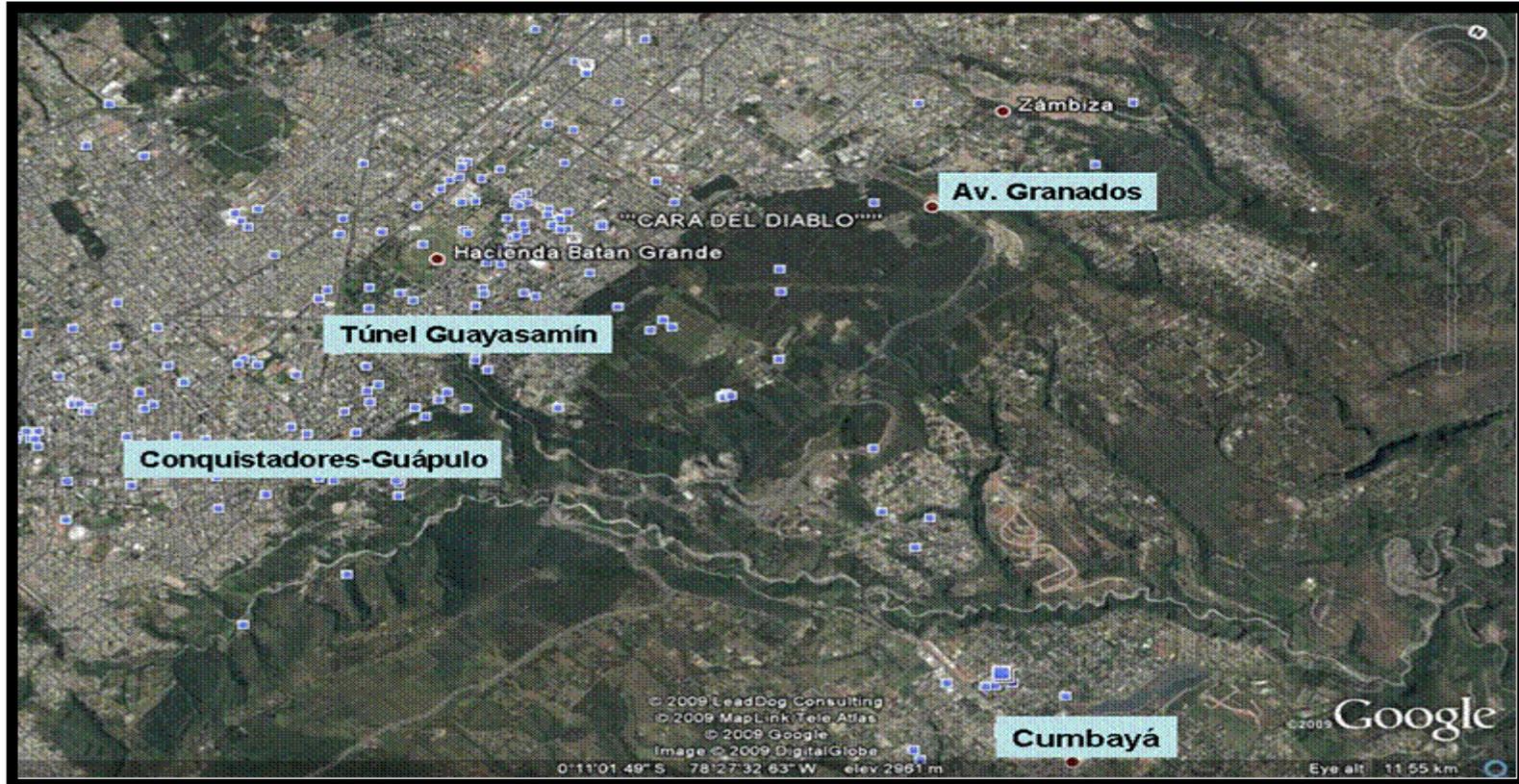
Ilustración 56 Malla vial Sector Cumbayá



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Esteban Vergara

Ilustración 57 Malla vial Sector Cumbayá - Quito



Fuente: Google Earth

Elaborado por: Esteban Vergara

Como se puede ver en los mapas viales anteriores, existen varias vías de acceso que las detallamos a continuación:

Accesos desde el Norte de Quito a Miravalle 4:

1. La principal vía de acceso es por el túnel Guayasamín desde donde toma 7 minutos hasta llegar al Edificio Manuela.
2. La segunda vía de acceso es por la Avenida Granados hasta llegar al intercambiador de la Avenida interoceánica de donde se accede a Miravalle 4
3. La tercera opción es por la Avenida de los Conquistadores, sector Guápulo, hasta llegar a Cumbayá.

Accesos desde el Sur y Centro de Quito a Miravalle 4:

1. Desde el sur o Centro de Quito, tenemos como mejor opción el corredor Oriental Sur hasta llegar a la Venida de los Conquistadores o la Avenida Interoceánica.

4.5 Sitios de interés en la zona de influencia

Como se menciona anteriormente, el sector de Cumbayá es considerado uno de los más importantes por su gran desarrollo en la última década.

En el cuadro a continuación se presentan algunos de los sitios de interés más importantes de la zona:

Ilustración 58 Sitios de Interés en la zona

Sitios de Interés	Distancia aproximada km	Tiempos desde Manuela
Centros Educativos		
Universidad San Francisco	1.5	5 minutos
Colegio Menor	2	7 minutos
Colegio Alemán	4.5	10 minutos
Zonas Comerciales y restaurantes		
Centro Comercial Cumbayá	1	3 minutos
Via Ventura	5.5	10 minutos
Parque central de Cumbayá	2.5	7 minutos
Hospitales y Farmacias		
Hospital de los Valles	3.5	7 minutos
Clínica Univ. San Francisco	1.5	5 minutos
Fybeca	1	3 minutos
Supermercados		
Sumermaxi C.C. Cumbayá	1	3 minutos
Supermaxi Via Ventura	5.5	10 minutos
Santa María Tumbaco	7	12 minutos
Clubes		
Rancho San Francisco	2.5	7 minutos

Elaborado por: Esteban Vergara

El sector cuenta con una variedad de servicios lo que hace de esta localización un gran lugar para vivir.

Como beneficios del sector podemos enumerar los siguientes:

1. Cercanía con la ciudad de Quito
2. Vías de acceso desde norte, centro y sur de Quito.
3. El clima brinda una mejor calidad de vida
4. Cerca de instituciones educativas y centros comerciales
5. Accesibilidad a instituciones de salud
6. Vía de acceso al nuevo aeropuerto e Quito.
7. Transporte público disponible

El nuevo aeropuerto de Quito, traerá nuevas inversiones en el ámbito comercial de la zona prometiendo una expansión que beneficiará a todos los habitantes del sector.

4.5.1 Fotos de zona comercial Cumbayá

4.5.1.1 Zonas Comerciales y de Entretenimiento

- Plaza Cumbayá



- Pazamodena Cumbayá



- Centro Comercial Cumbayá - Supermaxi Cumbayá



4.5.1.2 Estaciones de Servicio

- Primax



4.5.1.3 Restaurantes comida rápida

- KFC



- McDonalds



4.5.1.4 Servicios de Salud

- Farmacias Fybeka



- Hospital de los Valles



4.5.1.5 Centros financieros

- Banco Internacional



- Banco Pichincha



4.5.1.6 Universidad San Francisco



4.5.1.7 Otros de importancia

- Tecnología



- Restaurantes



4.6 Zonificación

En base a la información del Municipio Metropolitano de Quito, la regulación metropolitana del lote se detalla a continuación:

Tabla 4 Tabla Regulaciones Municipales

VARIABLE	REGULACIÓN	Edificio Manuela
ZONIFICACION	A8(603-35)	
FORMA DE OCUPACION DEL SUELO	AISLADA	
CLASIFICACION DEL SUELO	SU-SUELO URBANO	
USO	RESIDENCIAL BAJA DENSIDAD	
PISOS	3	3
ALTURA MAXIMA	9 METROS	9 METROS
RETIROS:		
FRONTAL	5 METROS	5 METROS
LATERAL	3 METROS	3 METROS
POSTERIOR	3 METROS	3-5 metros
ENTRE BLOQUES	6 METROS	6 METROS
COS PB	ART. II. 177 ORDENANZA 0095	35%+5% SEGÚN ORDENANZA
COS TOTAL	120%	120%

Elaborado por: Esteban Vergara

4.7 Infraestructura

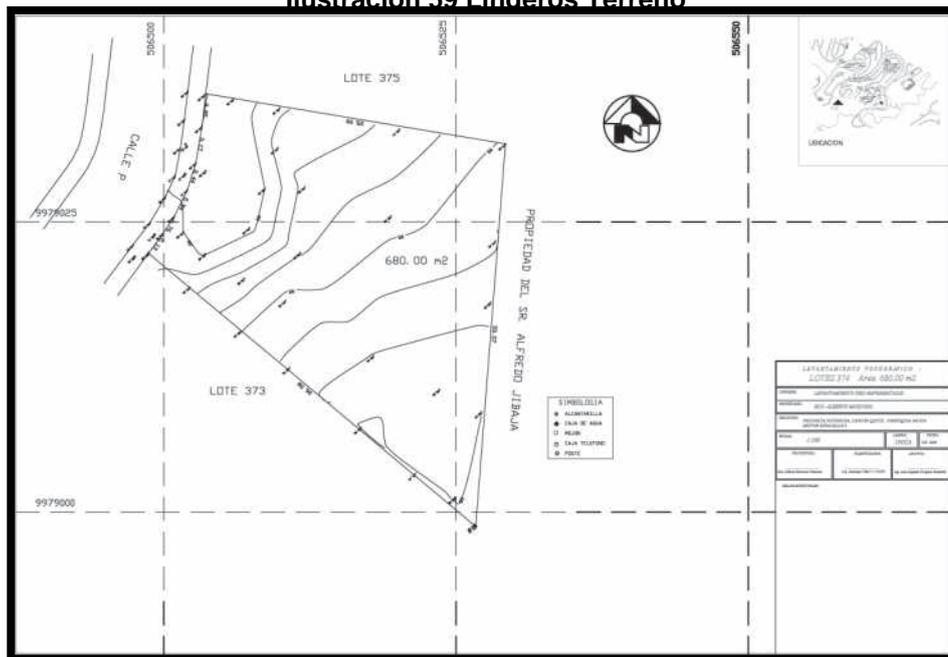
Como se ha mencionado, la zona de Cumbayá tiene mucha influencia por su desarrollo. A continuación se detalla la infraestructura accesible en la zona:

1. Red de Agua Potable
2. Red Eléctrica y alumbrado Público
3. Red de telefonía pública
4. Calles asfaltadas en el entorno

4.8 Área de terreno y linderos

El terreno donde se levanta el Edificio Manuela es de propiedad del promotor y forma parte de un conjunto de terrenos adquiridos hace algunos años con el fin de levantar proyectos inmobiliarios.

Ilustración 59 Linderos Terreno



Fuente: Augusto Vergara, Proyecto Manuela

Las dimensiones de los linderos del terreno son:

- Norte: 25,99 m con terreno adyacente.
- Sur: 36,58 m con terreno del mismo promotor.
- Oriente: 33,07 m con lote privado.
- Occidente: 15,99 m con Calle P.

4.9 Estudios Topográficos y de suelos

El terreno en estudio presenta una estratigrafía conformada por suelos de grano fino y suelos granulares constituidos por limos arenosos y arenas limosas poco o nada plásticas tipo ML y SM según el Sistema Unificado de Clasificación de Suelos SUCS, de color café a café claro, en estado poco húmedo, presencia de esquistos de pómez, gravas y gravillas, de una compacidad relativa suelta en un espesor de 1.50 metros y de compacidad media en profundidades subsiguientes hasta los 6 metros prospectados.

En el cuadro a continuación, se presenta un resumen de los tipos de suelos encontrados en los sondeos realizados.

C U A D R O ESPECIFICACIONES

Prof. (m)	POZO 1	POZO 2	POZO 3
1	ML	ML	SM
2	ML	ML	ML
3	ML	ML	ML
4	ML	ML	ML
5	ML	ML	ML
6	ML	ML	ML

Elaborado por: Esteban Vergara

4.9.1 Conclusiones y recomendaciones de los estudios Topográficos y de Suelos

En base al informe técnico presentado por el Ing. Ricardo Salvador quién realizó los estudios de suelos para el proyecto Manuela, detallo las recomendaciones presentadas:

- El terreno en donde se proyecta construir un Edificio Manuela el cual cuenta con 4 plantas y 1 subsuelo ubicado en la Urbanización Miravalle, Cumbayá, presenta una estratigrafía conformada por suelos de grano fino y suelos granulares constituidos por limos arenosos y arenas limosas poco o nada plásticas tipo ML y SM según el Sistema Unificado de Clasificación de Suelos SUCS, de color café a café claro, en estado poco húmedo, presencia de esquistos de pómez, gravas y gravillas, de una compacidad relativa suelta en un espesor de 1.50 metros y de compacidad media en profundidades subsiguientes hasta los 6 metros prospectados.
- En base a los datos de la estructura de 4 plantas y 1 subsuelo de hormigón armado, así como de los resultados del estudio de suelos, se recomienda diseñar la fundación utilizando zapatas aisladas calculadas con una capacidad portante admisible de 13 T/m² y desplantadas a una profundidad mínima de 1.60 metros medidos a partir del nivel de plataforma en zonas de corte, o medidos a partir del nivel natural del terreno en zonas de plataforma en relleno.
- Los parámetros del suelo que se recomiendan adoptar para efectos de diseño de muro de subsuelo serán:
 - Peso unitario: 1.80 T/m³
 - Coeficiente de empuje $k_a = 0.33$
 - Capacidad portante del suelo: 10 T/m²

- Profundidad de desplante: mínimo 60 cm. medidos a partir del nivel de plataforma en zonas de corte o medido a partir del nivel natural del terreno en zonas de plataforma en relleno.
- Las recomendaciones de capacidad portante del suelo, tipo de cimentación y nivel de fundación han sido determinadas considerando una carga de servicio no factorada máxima de 115 toneladas, la misma que si por causa de cualquier índole aumenta, deberá notificarse al ingeniero de suelos a fin de que se proceda a chequear nuevamente los parámetros de cimentación recomendados.

En base a esta información, se puede concluir que el terreno donde se ubicara el Edificio Manuela, cuenta con las condiciones de tierra aceptables para poder implementar el proyecto en su aspecto técnico.

Por las características del suelo, se asegura que no se deben realizar obras civiles adicionales a las que se establecen en el presupuesto que se presenta en este plan de negocios.

4.10 Descripción del producto

El Edificio Manuela es la propuesta de una experiencia única en el Valle de Cumbayá.

La calidad en su construcción, su diseño y su locación, hacen de este proyecto un lugar que sin duda, aportará en la calidad de vida de sus propietarios.

Ilustración 60 Fachada Edificio Manuela



Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela



Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

El Edificio Manuela comprende una torre de 6 departamentos distribuidos en 3 pisos desde el nivel de la Calle principal.

Cuenta con áreas comunales como terraza, recibidor, áreas de lavado, parqueos caracterizados por su amplitud y ambiente acogedor.

4.10.1 Áreas del proyecto

En el cuadro a continuación detallamos las áreas del proyecto:

Tabla 5 Especificaciones del producto en m2

ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO						
DEPARTAMENTO	AREA UTIL M2	AREA JARDINES M2	AREA TERRAZAS M2	AREA PARQUEOS MS	BODEGA M2	AREA TOTAL SIN TERRAZAS O JARDINES
S-2	138,50	111,80		24,24	6,43	169,17
S-1	138,07	23,60		24,24	4,57	166,88
PB-1	142,37			28,39	4,95	175,71
PB-2	146,08		37,92	24,24	3,45	173,77
101	140,64		34,78	31,40	6,20	178,24
102	140,66		91,00	27,41	6,50	174,57
TOTALES	846,32	135,40	163,70	159,92	32,10	1038,34

Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

Elaborado por: Esteban Vergara

El tamaño de los departamentos nace a partir de la experiencia que ha tenido el promotor en proyectos anteriores dentro de la misma Urbanización.

Al ser este un sector de nivel socio económico alto, el segmento siempre esta buscando lugares más amplios que se ajuste a sus necesidades de confort.

4.10.2 Especificaciones del producto

En la tabla a continuación se detalla las características de cada uno de los departamentos disponibles en el proyecto Manuela.

Tabla 6 Especificaciones del producto. Características

ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO								
DEPARTAMENTO	DORMITORIOS	SALA ESTAR	AREA SOCIAL	BAÑOS	COCINA	AREA LAVADO	BODEGA	PARQUEOS
S-2	3	1	1	3	1	1	1	2
S-1	3	1	1	3	1	1	1	2
PB-1	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
PB-2	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
101	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
102	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2

Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

Elaborado por: Esteban Vergara

Como podemos ver en el cuadro anterior, todos los departamento cuentan con 3 dormitorios, sala de estar y un área social bien distribuida.

Los departamentos PB-1, PB-2, 101 y 102, cuentan con 2 baños completos mientras que el S1 y S2 cuentan con 3 baños completos.

Todos los departamentos cuentan con 2 parqueaderos y área de bodega, además de que existen 2 parqueaderos de visitas en el proyecto.

4.10.3 Especificaciones áreas comunales

En el siguiente cuadro se detallan las especificaciones de las áreas comunales del Edificio Manuela:

Tabla 7 Especificaciones áreas comunales

CUADRO DE AREAS COMUNALES EDIFICIO MANUELA		
CUADRO AREAS COMUNALES	NIVELES	AREA
CUARTO DE BOMBAS	N.-6.25	7,00
CIRCULACION VEHICULAR	N.-3.35	143,80
BODEGA COMUNAL	N.-3.35	3,05
MEDIDORES	N.-3.35	5,00
WC. COMUNAL	N.-3.35	4,10
ACCESOS PEATONALES	N.-0.45	28,47
ESTACIONAMIENTOS DE VISITA (13)	N.-0.60	13,35
ACCESO VEHICULAR	N.-1.30	12,41
RECREACION COMUNAL	N.+2.25	99,50
CIRCULACION HORIZONTAL	VARIOS	64,86
CIRCULACION VERTICAL Y DUCTOS	VARIOS	83,92
TOTAL		465,46

Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

Elaborado por: Esteban Vergara

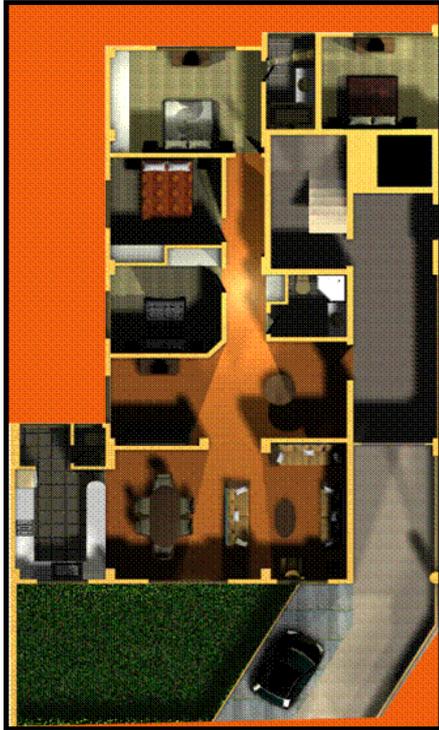
4.10.4 Planos de implantación de viviendas

A continuación se presenta los planos de las distintas unidades que el Edificio Manuela ofrece a sus clientes:

Ilustración 61 Renders arquitectónicos Edificio Manuela



Departamento S1 y S2



Departamento PB 1



Departamento PB 2

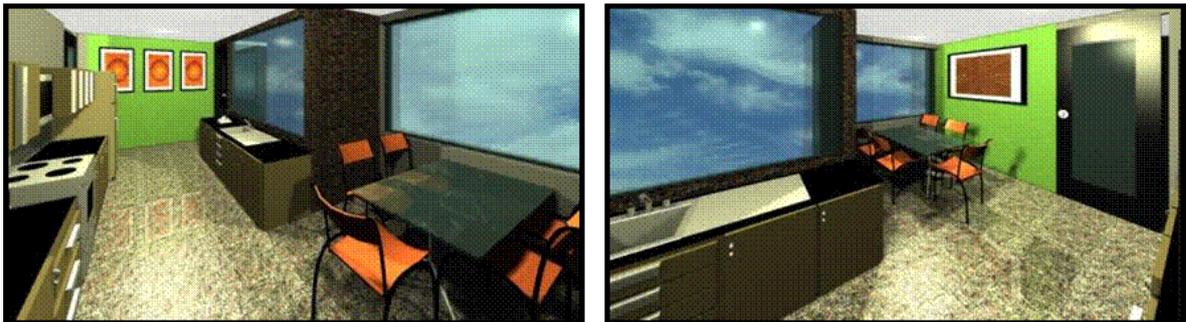


Departamento 101 y 102

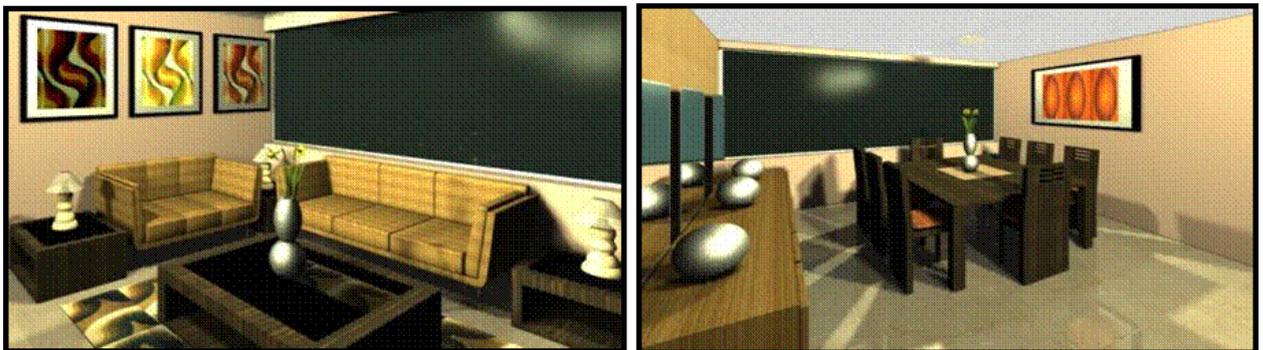
A continuación se presenta las imágenes interiores de los departamentos del proyecto Manuela:

Ilustración 62 Renders Tridimensionales Edificio Manuela

Área de cocina departamentos Edificio Manuela



Áreas sociales departamentos Edificio Manuela



Áreas dormitorios departamentos Edificio Manuela



Elaborado por: Esteban Vergara

4.10.5 Especificaciones de acabados y técnicas

En el siguiente cuadro, se presenta un resumen de los acabados de las especificaciones técnicas del Edificio Manuela:

Tabla 8 Tabla de Acabados

CUADRO DE ACABADOS	
ITEM	DESCRIPCIÓN
FACHADA:	PINTURA EXTERIORES BLANCA
ASCENSOR:	6 PERSONAS (Otis)
CISTERNA:	30m ³
BOMBAS:	2 AGUA POTABLE - 1 INCENDIOS
GAS:	CENTRALIZADO
ALARMAS:	EN PUERTAS PRINCIPALES Y EN VENTANAS ASQUIBLES
HALLS DE INGRESO Y ASCENSOR:	PORCELANATO ESPAÑOL O SIMILAR
VENTANERIA:	ALUMINIO NATURAL Y VIDRIO GRIS CLARO
PAREDES:	ESTUCADAS
	PINTURA SATINADA PINTULAC
PUERTAS DE VIVIENDAS	MADERA SEIKE PUERTAS PRINCIPALES. MDF LACADAS MACIZAS Y TAMBORADAS EN INTERIORES
PUERTAS SUBSUELO Y BODEGAS:	METALICAS
PUERTAS INGRESO CONJUNTO:	METALICAS A CONTROL REMOTO
PUERTAS INGRESO A EDIFICIO:	VIDRIO TEMPLADO CON CHAPAS DE SEGURIDAD
CHAPAS:	SCHLAGE O SIMILAR
PISOS AREAS SOCIALES	PORCELANATO-CERAMICA O FLOTANTE
PISOS AREAS CIRCULACION Y ESTARES:	PORCELANATO O CERAMICA
PISOS COCINAS Y BAÑOS	CERAMICA BRASILERAS Y NACIONALES
PISOS BALCONES	CERAMICAS NACIONALES Y BRASILERAS
PISOS TERRAZAS Y HALLS	TAB LON DE GRES COLOMBIANO
DORMITORIOS	ALFOMBRA AMERICANA O PISO FLOTANTE
MUEBLES DE COCINA:	MODUPANEL EN MDF LACADO
MUEBLES DE BAÑO:	MODUPANEL EN MDF LACADO
CLOSETS:	MODUPANEL EN MDF LACADO
SANITARIOS: EDESA-FV	INODOROS TANQUE BAJO MASTER. INODOROS ALTOS EN OTROS BAÑOS
GRIFERIA:	FV O SIMILAR
PIEZAS ELECTRICAS	VETO, LUMINEX O SIMILAR TV CABLE, SONIDO
TUBERIAS: AGUA FRIA:	COBRE
AGUA CALIENTE:	COBRE
CALEFONES	1 POR VIVIENDA DE 28 LITROS
PARQUEADEROS:	12 PARQUEOS. 2 CADA DTO.
PORTEROS ELECTRICO	EN PUERTA PEATONAL
BODEGAS	1 POR CADA DEPARTAMENTO
TELEFONOS	12 POR DEPARTAMENTO (OPCIONAL ADICIONAL)
MEDIDORES:	LUZ CADA DEPARTAMENTO; AGUA POR ALICUOTA

Elaborado Por: Esteban Vergara

4.11 Diseño y Componente Arquitectónico

El Edificio Manuela, presenta un diseño sobrio en donde resalta su elegancia y comodidad. Se procura en el diseño, tener muchas entradas de luz aprovechando la ubicación generosa del proyecto que permite un acceso de luz natural desde todos los ángulos.

Dado el entorno que existe alrededor del Edificio Manuela, el cual se caracteriza por la gran cantidad de áreas verdes comunales, la fachada del proyecto trata de armonizar con el contexto del entorno en el que se encuentra, cuidando la ornamentación del ambiente y del sector.

La utilización de colores claros, tanto en su interior como en el exterior, da una sensación de amplitud en espacio, y esto hace que las personas se sientan en un ambiente de libertad y paz, tal como lo es vivir en un valle como el de Cumbayá

4.11.1 El Diseño del Edificio

El Edificio Manuela se caracteriza por su estilo modernista dejando atrás la tradicional configuración de espacios, formas compositivas y estéticas.

Su diseño aprovecha las bondades del uso de materiales como el hormigón armado, el acero laminado y el vidrio plano en grandes dimensiones.

Los cortes de caracterizan por plantas y secciones ortogonales, generalmente asimétricas, con ausencia de decoración en las fachadas y grandes ventanales horizontales conformados por perfiles de acero.

Los espacios interiores son luminosos y diáfanos entregando un ambiente amplio y dando un espíritu de libertad y paz. (Arquitectura moderna, www.arquitectonline.com).

4.11.2 Colores

En cuanto al aspecto general de los colores del Edificio Manuela, se ha procurado elegir aquellos que den una sensación de amplitud.

Manteniendo el estilo modernista del diseño arquitectónico, la fachada utiliza el color blanco que favorece el diseño sobrio y plano de la fachada que carece de un estilo con decoración.

En su interior, los colores son suaves dando sensación de amplitud. Estos combinados con los diseños elegidos de cerámica y baldosas crean ambientes claros, acogedores e iluminados.

4.11.3 El entorno

Es importante analizar el entorno donde el Edificio Manuela está localizado ya que es uno de los principales beneficios diferenciales en la zona.

Como se explicó anteriormente, la Urbanización Miravalle 4 cuenta con una amplia área verde destinada al beneficio de los co-propietarios. Esto hace que el ambiente que se genera en la Urbanización sea acogedor.

La administración de la Urbanización, hace mucho enfoque en mantener estas áreas verdes limpias y organizadas inspirando una percepción de imagen, calidad y lujo en la Urbanización.

Las áreas recreativas y de deporte forman una parte fundamental de la Urbanización. Estas implican una ventaja comparando la Urbanización con otras que se han descuidado en la mantención de áreas verdes para fomentar mayor cantidad de inversiones inmobiliarias.

En cuanto a la seguridad de la Urbanización que es uno de los principales factores que influyen en la decisión de compra de inmuebles, esta cuenta con seguridad permanente durante 24 horas en todos los accesos de a la Urbanización, además de patrullaje motorizado durante las noches.

4.11.4 Conclusiones

El edificio Manuela, por su diseño, su concepto y el ambiente que ofrece, constituye una excelente propuesta para el mercado objetivo que se ha propuesto.

Como se ha visto en éste capítulo, el componente técnico y arquitectónico del edificio Manuela busca llenar ese espacio de insatisfacción en el mercado de inmuebles en el sector de Miravalle, ofreciendo ambientes amplios, tranquilos y seguros.

Es por eso, como dice el slogan de el Edificio Manuela, ***es su mejor inversión.***

5 CAPITULO V: Análisis de la Competencia

5.1 Introducción

El concepto de oferta inmobiliaria, se refiere a la cantidad de unidades de vivienda que está a disposición de posibles clientes a un precio determinado. (Ernesto Gamboa, MDI 2009).

La competencia directa, son todos aquellos proyectos inmobiliarios que compiten en un mismo sector y que están dirigidos al mismo segmento objetivo.

El propósito de este capítulo es realizar un análisis de todos aquellos proyectos que están localizados en la zona de Cumbayá que de alguna manera están compitiendo en el mismo segmento que el Edificio Manuela ha considerado como objetivo.

En este capítulo analizaremos los siguientes puntos.

- Competencia de Edificio Manuela
- Localización de la Competencia
- Características de la Competencia
- Cuadro comparativo de los proyectos con Edificio Manuela
- Cuadro de posicionamiento de Edificio Manuela con su competencia
- Conclusiones

5.2 Competencia de Edificio Manuela

Por medio de una investigación de salida de campo y visitas realizadas a distintos proyectos en el sector, se ha establecido cuáles son los proyectos que compiten con el Edificio Manuela, basándonos en los siguientes puntos.

1. Locación del proyecto
2. Segmento al cual están enfocados
3. Calidad de los acabados
4. Características arquitectónicas del proyecto
5. Composición del proyecto en unidades
6. Rango en metros cuadrados de los departamentos y/o casas
7. Rango de precios de los proyectos

Como resultado de la investigación realizada se presenta en el siguiente cuadro un resumen de las principales características de los proyectos que compiten con el Edificio Manuela.

Tabla 9 Tabla de análisis de competencia

Competencia Edificio Manuela-Cumbayá			
Nombre del proyecto	Tipo de Unidad habitacional	Area en m2	Precio m2
Manuela	6 departamentos	Desde 136m2	Desde \$950
Huaycos	7 Departamentos	Desde 130m2,	\$1050 m2
Badajoz	3 torres total 41 departamentos	Desde 70-160 m2,	\$1050 m2
Miró	6 departamentos	Desde 169m2	\$ 1,075
Mikari	15 departamentos	Suites esde 48m2 y departamentos y duplex desde 118m2	\$1290 m2
Plaza del Rancho	26 casas y 12 departamentos	Casas 202-226 m2, departamentos desde 91m2	\$1075-\$1100 m2
MiralEste	26 Departamentos	Desde 70 m2 a 229 m2 aprox.	Desde \$1000 m2
Indigo	12 Departamentos	12 departamentos desde 110-240 m2	Desde \$1075m2
Provenza	10 Casas	181 m2	\$931 m2
Irotama	8 casas	220 m2	\$780 m2

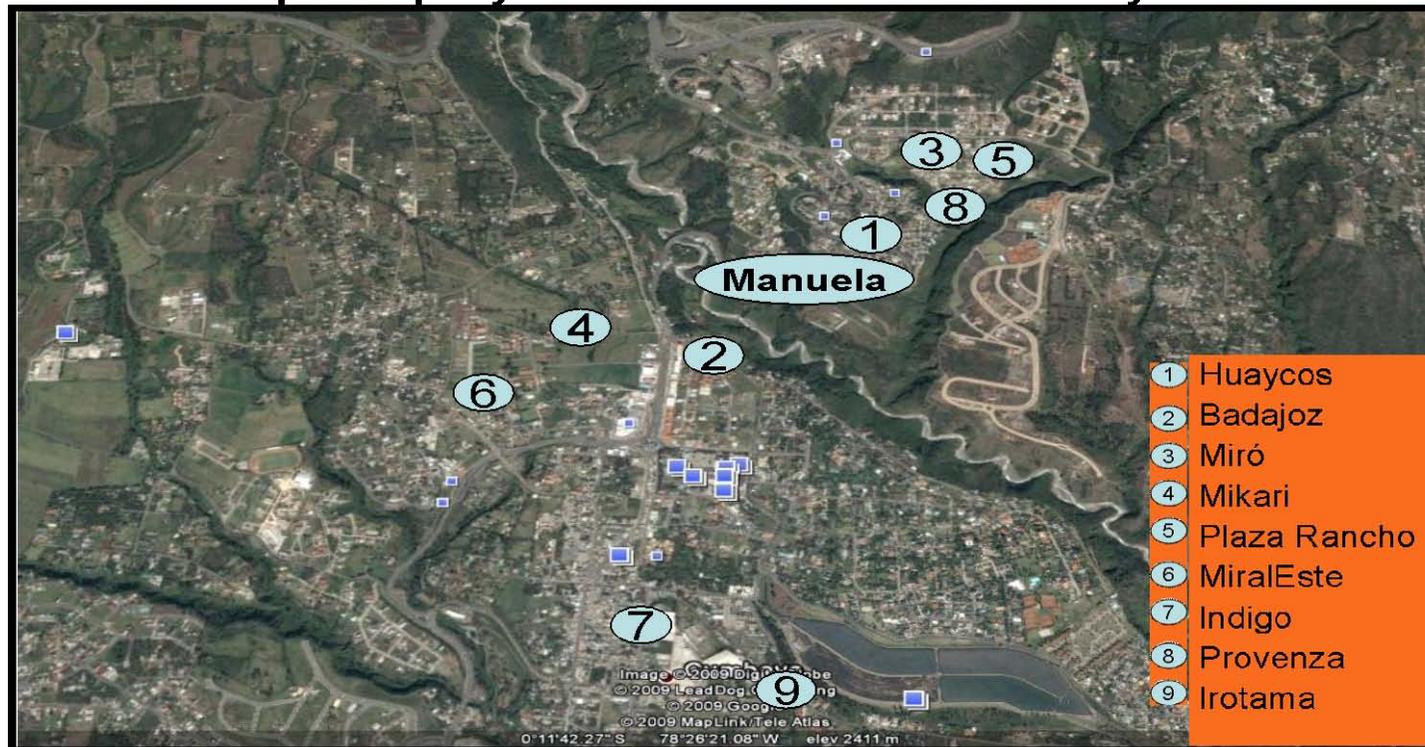
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

5.3 Localización de la Competencia

El mapa a continuación, nos da una idea de cómo estos proyectos que compiten en el mismo mercado están distribuidos geográficamente.

Ilustración 63 Ubicación Competencia Edificio Manuela

Mapa de proyectos Inmobiliarios Cumbayá



Fuente: Google Earth
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Todos los proyectos tienen el beneficio de tener una muy buena ubicación, y la diferencia de distancia de la competencia con el Edificio Manuela es mínima como vemos en el cuadro siguiente.

Tabla 10 Tabla de distancia de Competencia

Competencia Edificio Manuela-Cumbayá/distancia		
Nombre del proyecto	Sector	Distancia con Edificio Manuela (km)
Huaycos	Miravalle 3	0,4
Badajoz	Cumbayá	1
Miró	Rancho San Francisco	1
Mikari	Cumbayá	2
Plaza del Rancho	Rancho San Francisco	1
MiralEste	Cumbayá	2
Indigo	Cumbayá	2
Provenza	Rancho San Francisco	2
Irotama	Cumbayá	2

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Al estar los proyectos ubicados tan cerca, las ventajas competitivas de locación se disminuyen. Es por esta razón, que los proyectos deben presentar factores diferenciadores que permitan atraer el interés de los clientes para poder conciliar ventas efectivas.

5.4 Características de la Competencia

A continuación, se realizara un breve análisis de cada uno de los proyectos mencionados anteriormente por medio de una ficha técnica diseñada exclusivamente para este fin.

5.4.1 Huaycos

- Características Generales:

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Huaycos
Constructor y/o Promotor	Grupo Activo
Sector y Dirección	Miravalle 3
Teléfono	80376206
Total Unidades	7 departamentos
Unidades disponibles para la venta	5 unidades
Información General de unidades	
Area	123-200m2
Precio	USD136500 - USD235000
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	10% reserva, 20% en construcción, 70% entrega

- Valla publicitaria:



5.4.2 Badajoz

– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Badajoz
Constructor y/o Promotor	Jerico
Sector y Dirección	La Comarca-Cumbayá
Teléfono	6007055
Total Unidades	41 departamentos
Unidades disponibles para la venta	
Información General de unidades	
Area	Departamentos desde 70-160 m2,
Precio	Desde \$75000
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	1-2-3 dormitorios
# baños	1-3 1/2
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	Financiamiento con línea de crédito produbanco

- Valla publicitaria:



- POP publicitario



5.4.3 Miró

– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Miró
Constructor y/o Promotor	Mendoza Constructores
Sector y Dirección	Rancho San Francisco
Teléfono	2899585
Total Unidades	6 departamentos
Unidades disponibles para la venta	1 unidad
Información General de unidades	
Area	Departamentos desde 169m ²
Precio	Desde \$180000
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2-3 dormitorio
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	MM jaramillo Arteaga

- Valla publicitaria



5.4.4 MiKari

– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	MiKari
Constructor y/o Promotor	Castro Alvarez
Sector y Dirección	Cumbayá
Teléfono	2042295
Total Unidades	15 departamentos
Unidades disponibles para la venta	12 unidades
Información General de unidades	
Area	Suites desde 48m2 y departamentos y duplex desde 118m2
Precio	De \$62000 a 137000
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2-3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	Constructora Alvarez Castro, Financiamiento directo con la constructora o credito hipotecario con el banco a escoger por el cliente

– Valla Publicitaria



5.4.5 Plaza Rancho

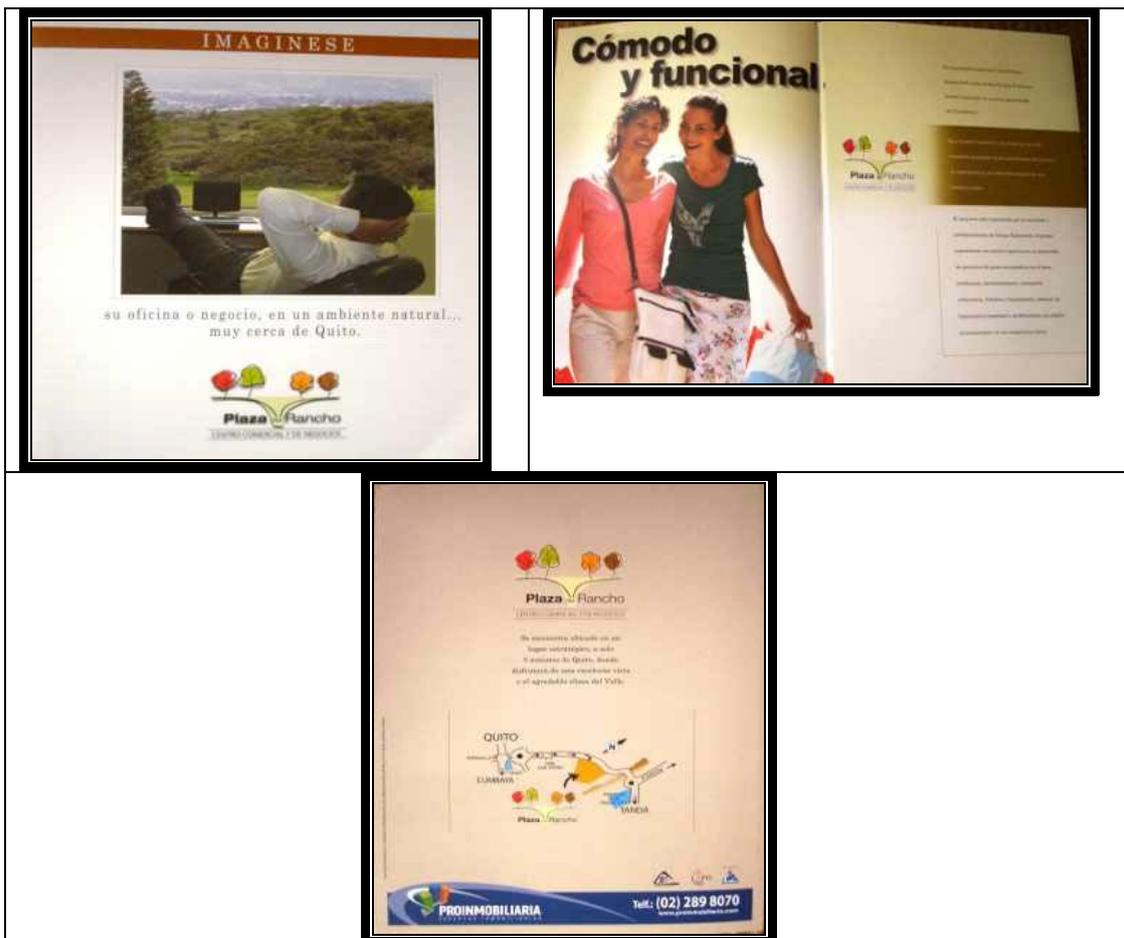
– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Plaza del Rancho
Constructor y/o Promotor	Proinmobiliaria
Sector y Dirección	Rancho San Francisco
Teléfono	2898070
Total Unidades	26 casas y 12 departamentos
Unidades disponibles para la venta	5 unidades
Información General de unidades	
Area	Casas desde 202-226 m2 con terreno, departamentos desde 91m2
Precio	USD1075-USD1100 m2
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2 y 3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	Proinmobiliaria

– Valla Publicitaria



– POP publicitario



5.4.6 MiralEste

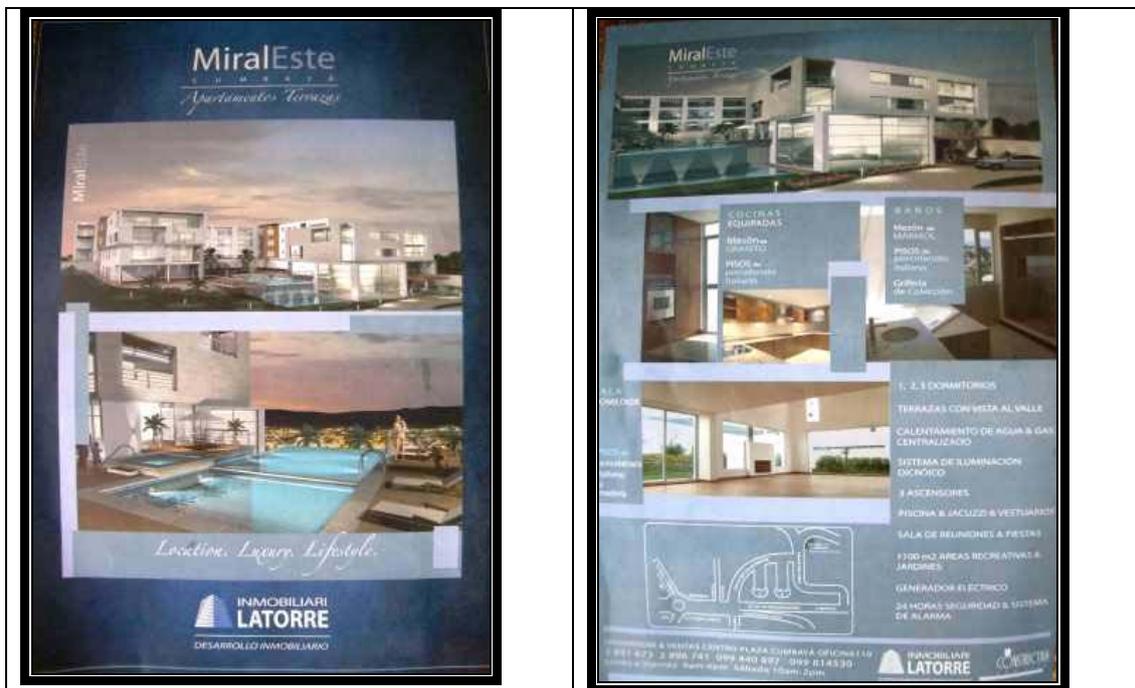
– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	MiralEste
Constructor y/o Promotor	Inmobiliaria LA Torre
Sector y Dirección	Cumbayá
Teléfono	1800 latorre
Total Unidades	26 departamentos
Unidades disponibles para la venta	16 unidades
Información General de unidades	
Area	70 m2 a 229 m2 aprox.
Precio	Desde USD1075 m2
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2-3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo, piscina, jacuzzi, sala de reuniones
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	10% reserva, 20% en construcción, 70% entrega

– Valla Publicitaria



– POP publicitario

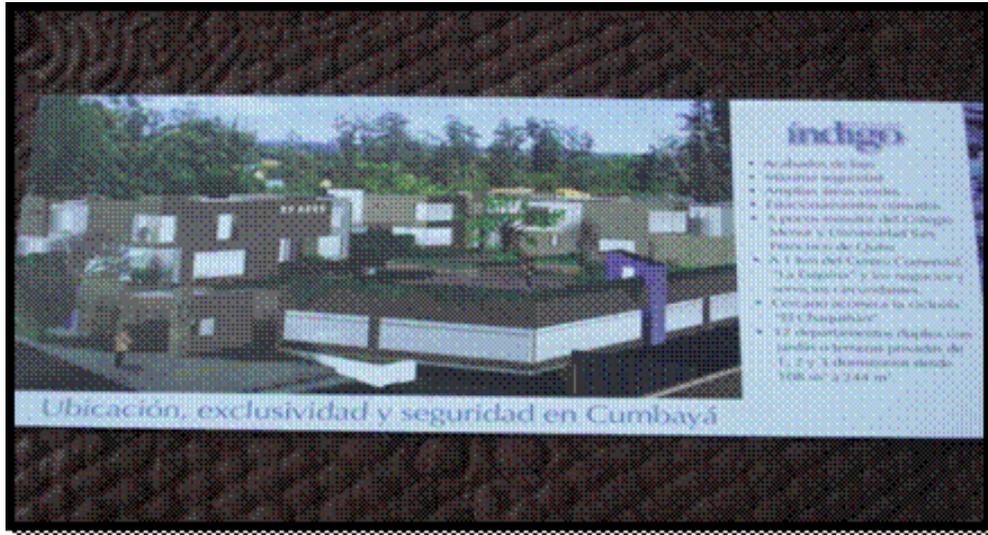


5.4.7 Índigo

– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Indigo
Constructor y/o Promotor	Privado
Sector y Dirección	Cumbayá
Teléfono	2891978
Total Unidades	12 Departamentos
Unidades disponibles para la venta	14 unidades
Información General de unidades	
Area	Desde 110-240 m ²
Precio	Desde USD 1075 m ²
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2-3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo spa y gimnasio
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	\$5000 reserva, 40% en tres meses, 60% Crédito Hipotecario cualquier banco ciudad

– Valla publicitaria



– PO publicitario



5.4.8 Provenza

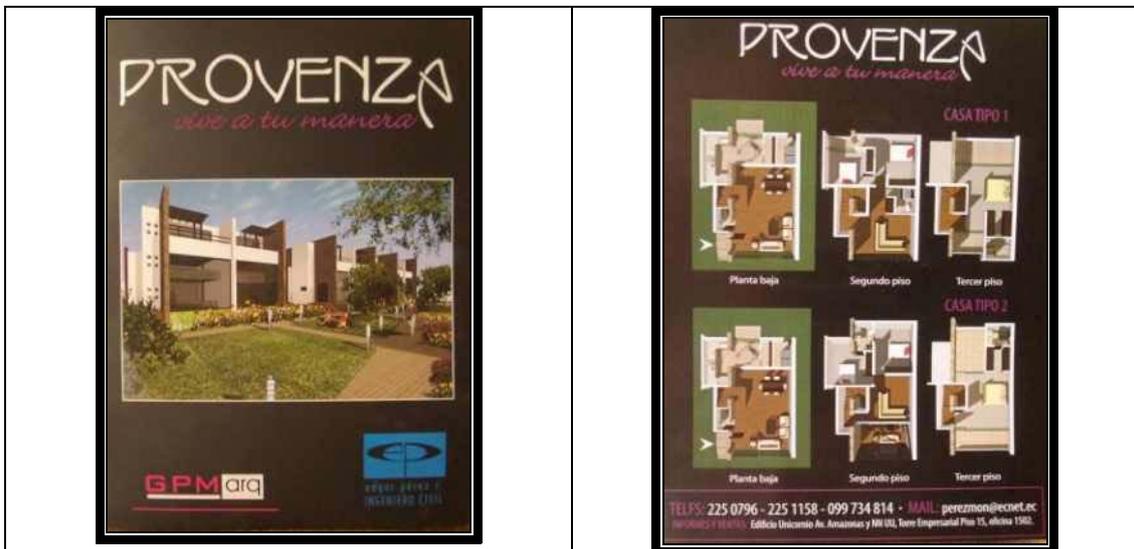
– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Provenza
Constructor y/o Promotor	Edgar Pérez
Sector y Dirección	Cumbayá
Teléfono	2250796
Total Unidades	10 Casas
Unidades disponibles para la venta	4 unidades
Información General de unidades	
Area	181 m ²
Precio	USD178396
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	3 dormitorios
# baños	2 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo, piscina, juegos infantiles
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	Proinmobiliaria

- Valla publicitaria



- POP publicitario

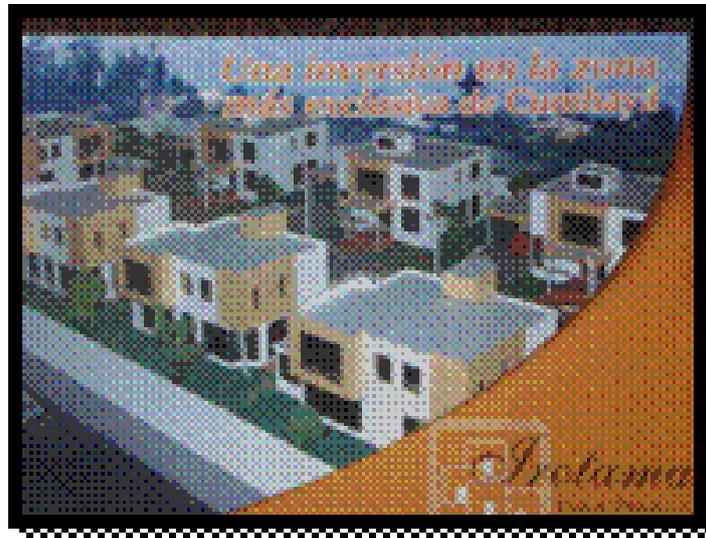


5.4.9 Irotama

– Características generales

Información General del Inmueble	
Nombre del Conjunto	Irotama
Constructor y/o Promotor	Urbyser
Sector y Dirección	Cumbayá
Teléfono	2440737
Total Unidades	8 casas
Unidades disponibles para la venta	5 unidades
Información General de unidades	
Area	220 m2
Precio	USD174820
Incluye parqueadero	SI
Incluye bodega	SI
Distribución	
# habitaciones	2-3 dormitorios
# baños	2 1/2 a 3 1/2 baños
Acabados	
Generalidades	Acabados de lujo
Financiamiento	
Forma de Financiamiento	Proinmobiliaria

– Valla publicitaria



– POP publicitario

EL PROYECTO

- Ubicado en una de las zonas más exclusivas de Cumbaya, a 20 min. de la zona comercial.
- Con toda seguridad de obras.
- Amplios y dobles en circulación interna.
- Construcción privada de 6 casas independientes y 4 departamentos.
- Amplias áreas verdes por zona.

SEGURIDAD

- Edificio privado totalmente cerrado.
- Inspecciones en toda vivienda con guarderías.
- Seguridad 24/7 en todo.
- Perseguidores' control 24/7 en todo.

6 CASAS

- 3 dormitorios y 3 baños completos.
- Cocina completa con electrodomésticos.
- Baños completos con baño privado.
- Amplias áreas verdes y jardines.
- Amplias áreas verdes y jardines.

4 DEPARTAMENTOS

- 2 dormitorios y 2 baños completos.
- Baños completos con baño privado.
- Amplias áreas verdes y jardines.
- Amplias áreas verdes y jardines.

6 líneas y modernas 100% 4 amplios departamentos.

En un complejo privado, totalmente cerrado, ubicado en la zona más exclusiva de Cumbaya, donde siempre tendrá una vista excepcional del Valle.

Casas independientes de 224 m².

- 3 dormitorios con baño privado.
- 2 garajes cubiertos.

Departamentos con acabados de primera

- 2 y 3 dormitorios.
- 2 garajes cubiertos por departamento.

UBICACIÓN EN LA ZONA MÁS EXCLUSIVA DE CUMBAYA

- Seguridad 24/7 en todo.
- Inspecciones en toda vivienda con guarderías.
- Perseguidores' control 24/7 en todo.
- Amplias áreas verdes y jardines.
- Amplias áreas verdes y jardines.

5.5 Cuadro comparativo de los proyectos con Edificio Manuela

En la tabla a continuación, se puede realizar un análisis comparativo de las principales variables de la competencia de Edificio Manuela.

Tabla 11 Resumen de la Competencia

Tabla de Resumen Competencia Edificio Manuela						
Nombre del proyecto	Tipo de Unidad habitacional	Area en m2	Descripción vivienda	Precio promedio	Precio m2	Financiamiento
Manuela	6 departamentos	136-150 m2	Departamentos de 3 dormitorios, 2 1/2 baños, terraza, 2 parqueaderos y bodega	Desde \$130000	Desde \$950	10% reserva, 20% en construcción, 70% entrega
Huaycos	7 Departamentos	4 departamentos 130m2, 3 departamentos de 200 m2	Departamentos de 3 dormitorios, 2 1/2 baños, terraza, 2 parqueaderos y bodega Departamentos de 3 dormitorios, 3 1/2 baños, sala de estar, terraza, 2 parqueaderos y bodega	\$ 136,500.00 \$ 235,200.00	\$ 1,050.00 \$1050 m2 + \$300 m2 de terraza	10% reserva, 20% en construcción, 70% entrega
Badajoz	3 torres total 41 departamentos	Departamentos desde 70-160 m2,	1-2-3 dormitorios, 2 parqueaderos, bodega, 2 1/2, sala de estar en departamentos de 160m2	Desde \$75000	\$1050 m2	Financiamiento con línea de crédito produbanco
Miró	6 departamentos	Departamentos desde 169m2	2-3 dormitorio, terraza, 2y 3 parqueaderos	Desde\$180000	\$ 1,075	MM jaramillo Arteaga
Mikari	15 departamentos	Suites desde 48m2 y departamentos y duplex desde 118m2	Edificio de lujo 2 y 3 dormitorios, terrazas, jardines verticales, 2 parqueaderos	De \$62000 a 137000	\$	Constructora Alvarez Castro, Financiamiento directo con
Plaza del Rancho	26 casas y 12 departamentos	Casas desde 202-226 m2 con terreno, departamentos desde 91m2	2-3 dormitorios, 2 parqueaderos, bodega y jardines	Varios	\$1075-\$1100 m2	Proinmobiliaria
MiralEste	26 Departamentos	26 departamentos desde 70 m2 a 229 m2 aprox.	1,2,3 dormitorios, 2 parqueadros, bodega, piscina, jacuzzi, sala reuniones, áreas recreativas, gas centralizados	Varios	Desde \$1000 m2	10% reserva, 20% en construcción, 70% entrega
Indigo	12 Departamentos	12 departamentos desde 110-240 m2	Duplex de 1,2,3 dormitorios, patios privados y áreas verdes comunales, 2 parqueaderos, bodega, spa y gimnasio, terrazas con vista panorámica	Varios	Desde \$1075m2	reserva, 40% en tres meses, 60% Credito
Provenza	10 Casas	10 casas de 181 m2	casas de 3 pisos, 3 dormitorios, 2 1/2 baños, sala de estar, áreas verdes, piscina, juegos infantiles, sala comunal, gas centralizado, cisquito cerrado	178,396	\$931 m2	Proinmobiliaria
Irotama	8 casas	220 m2	2 plantas, 3 dormitorios con baño privado, amplias áreas sociales, áreas de servicio independiente, 4 garajes por casa	174820	\$780 m2	Proinmobiliaria

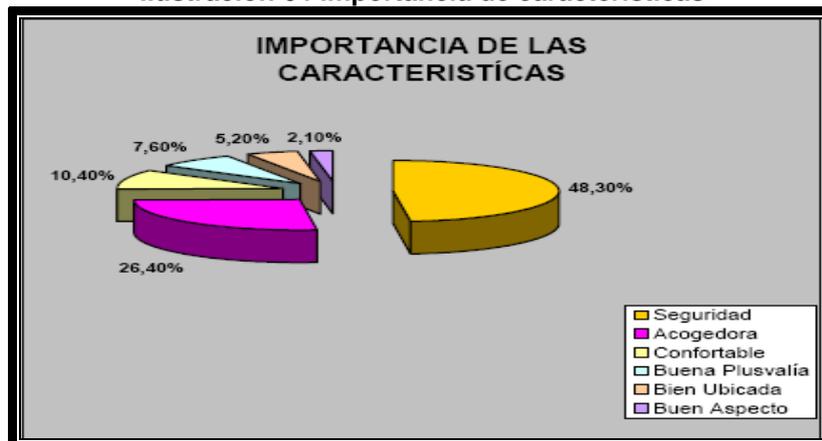
Elaborado por: Esteban Vergara 2009

5.5.1 Posicionamiento Edificio Manuela vs. su competencia

En base a la investigación realizada por Gridcom en el año 2007 sobre las características principales en el momento de elegir un inmueble (Capítulo Demanda), se va a realizar una ponderación de las variables más importantes para el segmento, con el fin de definir en forma numérica cual es el proyecto con mejor posicionamiento en el sector.

En una encuesta realizada por Marco Robalino estudiante del MDI 2006, se puede ver en términos porcentuales los pesos de las variables más influenciadas en la decisión de compra.

Ilustración 64 Importancia de características



Fuente: Marco Robalino, 2006

5.5.1.1 Método de ponderación

En base a los resultados de las dos investigaciones (Gridcom 2007 y M. Robalino 2006) se detalla las características más valiosas en orden de importancia

1. Seguridad
2. Acogedor
3. Confortable
4. Buena Plusvalía
5. Ubicación
6. Aspecto

La ponderación se la realizará con la siguiente metodología:

- Cada una de las variables será calificada en base a 5 características que otorgan 1 punto cada una. Es decir la máxima puntuación que cada variable puede obtener es 5 puntos.
- La suma de las puntuaciones de las variables dará como resultado la ponderación total. Mientras más alta sea la ponderación total, mejor posicionado esta el proyecto.

En cuadro a continuación presenta le resultado de la ponderación total por variable.

Tabla 12 Tabla de Posicionamiento Proyectos Cumbayá

Tabla de posicionamiento de Proyectos Cumbayá										
Variable	Manuela	Huaycos	Badajoz	Miró	Mikari	Plaza del Rancho	MiralEste	Indigo	Provenza	Irotama
Seguridad	23	23	15	10	15	20	15	15	15	10
Acogedor	18	20	21	20	22	21	23	24	18	16
Confortable	18	20	16	19	20	20	23		21	16
Buena Plusvalía	21	17	13	21	21	21	21	20	19	20
Ubicación	25	25	25	25	25	25	20	17	22	17
Aspecto	18	17	15	19	24	23	25	23	21	16
Total ponderación	123	122	105	114	127	130	127	99	116	95

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

Tabla 13 Ranking posicionamiento proyectos Cumbayá

Ranking Posicionamiento Proyectos Cumbayá		
Proyecto	Ponderación	Posicionamiento en base al segmento
Plaza del Rancho	130	1
Mikari	127	2
MiralEste	127	3
Manuela	123	4
Huaycos	122	5
Provenza	116	6
Miró	114	7
Badajoz	105	8
Indigo	99	9

Elaborado por: Esteban Vergara 2009

5.6 Conclusión

Como conclusión del análisis de los proyectos inmobiliarios que forman parte del ambiente competitivo del Edificio Manuela, se puede decir que el proyecto Plaza del Rancho es el de mejor posicionamiento en la zona debido a sus características de locación, la imagen de su promotor (Proinmobiliaria), y la gran cantidad de atributos que el proyecto presenta a sus clientes.

En el segundo y tercer lugar están Mikari y MiralEste. Estos son proyectos nuevos que están promulgando una imagen innovadora basada en su diseño modernista y en los servicios adicionales que brinda a sus propietarios.

El Edificio Manuela está en el cuarto puesto lo cual nos presenta una oportunidad en el mercado debido a que no existe un plan estratégico comercial en la actualidad.

En el siguiente capítulo, se realizará un análisis de la estrategia comercial y se detallarán las recomendaciones necesarias para el éxito del proyecto.

6 CAPITULO VI: Estrategia Comercial

6.1 Introducción

La estrategia comercial inmobiliaria implica todas las actividades que el promotor de un proyecto desarrollará con el fin de alcanzar los objetivos comerciales para un proyecto dado.

La importancia de desarrollar una estrategia comercial completa y bien enfocada al segmento objetivo que se ha definido en el proyecto, nos lleva a diseñar una propuesta que permita al promotor comunicar las bondades del proyecto. Para este fin existen varias herramientas.

En el presente capítulo vamos a analizar las siguientes secciones:

1. Estrategias de comunicación
 - La Marca
 - La Valla como medio de publicidad
 - Materiales POP
 - Medios escritos
 - Plan de Inversión

2. Estrategia de canales
 - Sala de ventas
 - Agentes corredores de bienes raíces
 - Promotor

3. Estrategia de precios y financiamiento

4. Estrategia de ventas

6.2 Estrategia de comunicación

6.2.1 La Marca

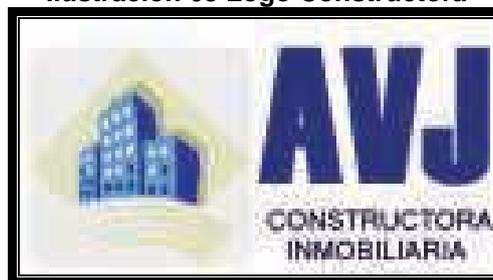
Una marca constituye el nombre, término, signo, símbolo o diseño, con una combinación de todos estos elementos, que busca identificar los bienes o servicios de una empresa o grupo de empresas con sus clientes y diferenciarlos de los de sus competidores. (Philip Kotler, Fundamentos de Marketing, 2003).

Es importante que un proyecto adopte una marca que refleje la promesa de venta que ofrece en el mercado.

En el caso del Edificio Manuela, es muy complicado generar una marca de un nombre natural ya que este no comunica ningún tipo de concepto.

Como inicio de la estrategia de marca, se ha realizado un diseño sobrio de la empresa del promotor. Por su experiencia y la calidad de sus proyectos anteriores, la reputación del promotor en el sector de Miravalle es muy importante para la imagen del proyecto.

Ilustración 65 Logo Constructora



Fuente: Augusto Vergara, 2009

Pese a que la imagen del promotor es muy buena, es difícil desarrollar una campaña de comunicación basada en la marca del constructor. Por esta razón toda la campaña estará dirigida a comunicar las bondades del proyecto.

El nombre “Manuela”, al ser un nombre propio, no comunica ningún tipo de beneficio al segmento dirigido, esto nos lleva a desarrollar un concepto basado en los beneficios funcionales y de percepción que el promotor ha plasmado en el inmueble.

La estrategia de comunicación nacerá a partir del slogan elegido para el proyecto:



Tu mejor inversión!

Se ha elegido este slogan, ya que uno de los principales elementos a considerar en el momento de compra de un inmueble es la relación costo & beneficio de la inversión a realizar.

Según Felipe Menal, profesor de MDI, los conceptos de inversión y de familia, son los más importantes y más utilizados en proyectos inmobiliarios.

Cuando hablamos de inversión, estamos buscando satisfacer las necesidades principales de los clientes.

En el capítulo de demanda, se analizó cuáles son las principales características que influyen en la decisión de compra de inmuebles. Estas son:

- Seguridad
- Acogedor
- Confortable
- Buena Plusvalía
- Ubicación
- Aspecto

En base a estos conceptos, se ha decidido comunicar los beneficios que los clientes del Edificio Manuela obtendrán al realizar su inversión. Estos 3 conceptos han sido elegidos, de entre otros, para reforzar la estrategia de comunicación:



6.2.2 La Valla como medio de publicidad

Según información proporcionada por Ernesto Gamboa y Asociados, en proyectos pequeños como el Edificio Manuela, una valla tiene una incidencia del 30% al 40% del tráfico generado al proyecto.

El diseño establecido para la valla del Edificio Manuela refleja los conceptos de la marca y la estrategia de comunicación detallada anteriormente.

Valla Edificio Manuela

Ilustración 66 Valla publicitaria Edificio Manuela



Elaborado por: Esteban Vergara

6.2.3 Materiales POP

El objetivo de este tipo de herramientas, es el de comunicar y promocionar de una manera masiva el proyecto.

En el caso del Edificio Manuela, el uso de este díptico informativo no es muy efectivo. Usualmente, las personas no llegan al proyecto por algún impacto de esta herramienta.

Esto no quiere decir que no sea necesario. Una vez que un cliente potencial llega a la obra, debe salir con toda la información necesaria y la imagen del proyecto bien posicionada, con el fin de pasar a ser una opción de compra.

A continuación se presenta el díptico informativo del proyecto Manuela:

Ilustración 67 Portada y Contra portada Díptico Edificio Manuela



Elaborado por: Esteban Vergara

Ilustración 68 Interiores Dóptico Edificio Manuela

4 confortables departamentos - 156-198 m².
 3 dormitorios, sala de estar, jardines, terrazas
 2 patios, biología, área de lavado y secado
 Ascensor, gas centralizado, sistema
 Sistema contra incendios, alarmas
 Canchas deportivas, espacios verdes
 Seguridad 24 horas

Seguridad
Bienestar
Tranquilidad
Tu mejor inversión!

Elaborado por: Esteban Vergara

Ilustración 69 Papelería para información escrita a clientes



Elaborado por: Esteban Vergara

6.2.4 Medios escritos

Los medios escritos son una pieza fundamental en la estrategia de comunicación. En base a la experiencia del constructor y los datos recopilados en proyectos pasados, alrededor de un 30% de los potenciales clientes que llegan a los proyectos, reciben información por medio de pautas realizadas en medios escritos.

Los medios escritos a pautar para promocionar el Edificio Manuela serán:

- Revista Inmobilia: Revista especializada en construcción & inmobiliaria.
- Prensa escrita: Se pautará en los clasificados de El Comercio.

6.2.5 Plan de Inversión

A continuación realizaremos una evaluación del plan de inversión tanto en valores como en tiempos.

Se ha destinado un 1% de los costos de construcción al rubro de publicidad.

Este valor asciende a USD4.810 dólares americanos, por lo que la planificación en la inversión es primordial para que los recursos causen el impacto deseado.

Al ser la inversión limitada, los medios escogidos conjuntamente con los esfuerzos del promotor, aseguran un resultado favorable en la estrategia comercial que se ha diseñado para el Edificio Manuela

En la tabla a continuación, se asignan los valores de inversión según los rubros pertinentes.

Ilustración 70 Inversión en medios

Inversión Medios Edificio Manuela			
Medios	Inversion	% vs. Inversión Publicidad	Tiempo
Vallas en obra	1000	20%	Al inicio de la construcción del proyecto
Dípticos y papelería	800	4%	Durante todo el proyecto
Publicación Inmobilia	1200	10%	Cada trimestre
Publicida prensa	810	7%	Cada 2 meses
Lay Out sala de ventas	1000	16%	Durante la construcción y venta en su totalidad del proyecto
Total Inversion Publicidad	4810	100%	15 meses

Elaborado por: Estaban Vergara, 2009

Adicionalmente presentamos el cronograma de inversión y el plan de medios durante el periodo estimado de ventas:

Ilustración 71 Cronograma de inversión de medios

Cronograma de inversión de medios															
Medios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Vallas en obra	\$ 1.000														
Dípticos y papelería	\$ 800														
Publicación Inmobilia	\$ 300			\$ 300				\$ 300				\$ 300			
Publicida prensa		\$ 135		\$ 135	\$ 135		\$ 135			\$ 135			\$ 135		
Lay Out sala de ventas	\$ 1.000														
Total Inversion Medios	\$ 3.100	\$ 135	\$ -	\$ 435	\$ 135	\$ -	\$ 135	\$ 300	\$ -	\$ 135	\$ -	\$ 300	\$ 135	\$ -	\$ -

Elaborado por: Esteban Vergara

Ilustración 72 Cronograma de implementación de medios

Cronograma de implementación en medio de comunicación															
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Vallas en obra															
Dípticos y papelería															
Publicación Inmobilia															
Publicidad prensa															
Lay Out sala de ventas															

Elaborado por: Esteban Vergara

6.3 Estrategia de canales

6.3.1 Sala de ventas

La sala de ventas se considera el lugar más importante para cerrar las ventas del Edificio Manuela.

En el presupuesto que se estableció en el plan de inversión, se considera un rubro para el Lay Out de la sala de ventas.

Las siguientes variables deben ser consideradas en el diseño de la misma:

- Mantener colores claros que den un ambiente cálido y de bienestar
- Tener imágenes claras de los renders de cada una de las unidades en venta del Edificio Manuela
- Tener las herramientas de información descritas anteriormente: dípticos y papelería.
- Tener toda la información necesaria: planos, cuadro de acabados, listas de precios, variedades de financiamientos, muestras de acabados (en caso de que no este listo el departamento modelo), etc.
- Mantener la imagen de seriedad y profesionalismo, cuidando la limpieza, el orden y la imagen de las personas que estén a cargo de la sala de ventas.

En el caso de este proyecto, el promotor es el encargado de la dirección de la sala de ventas conjuntamente con las personas asignadas por El.

6.3.2 Agentes corredores de bienes raíces

Se ha destinado un porcentaje del 4% de comisión de ventas para los corredores que cierren negocios.

En los proyectos realizados anteriormente por el promotor, ha existido una relación comercial con Proinmobiliaria como con corredores independientes.

6.3.3 Promotor

El promotor y las personas asignadas por éste, representan el canal más fuerte de ventas del proyecto.

6.3.4 Indicadores de productividad

Para motivos de empezar a fomentar una cultura de procesos y formalizar la gestión de ventas se ha empezado a utilizar indicadores de productividad de todas aquellas personas que están ligadas directamente a la comercialización del proyecto.

Estos indicadores ayudarán a seleccionar de mejor manera los corredores idóneos en la zona y focalizar de mejor manera nuestra estrategia de comunicación.

Es importante conocer que tan efectivos son los vendedores, es decir, de los contactos que han realizado y visitado el proyecto, cuál es el porcentaje de ventas efectivas.

Por otro lado el empezar a llenar información creando históricos de ventas, velocidad de ventas, impacto publicitario y eficiencia de canales, permitirán al promotor inmobiliario encontrar excelencia en la gestión comercial.

6.4 Estrategia de precios y financiamiento

Para establecer los precios de venta de los departamentos, se ha elegido el método de promedio de mercado distribuido en base a las alícuotas de cada uno de los departamentos del Edificio Manuela.

En el cuadro a continuación se establecen los valores de cada departamento y la manera cómo estos precios están calculados.

Tabla 14 Estrategia de Precios

ESTRATEGIA DE PRECIOS DEPARTAMENTOS EDIFICIO MANUELA				
LOCAL	AREA m2 CONSTRUIDA	ALICUOTA PARCIAL	Precio Promedio de la zona	Precio de venta x departamento
DEPARTAMENTO S-02	131,50	983%	850	111.775
LAV. SEC. S-02	7,00	52%	300	2.100
PATIO PRIVADO S-02	111,80	836%	300	33.540
ESTACIONAMIENTO 6	11,76	88%	500	5.880
ESTACIONAMIENTO 7	12,48	93%	500	6.240
BODEGA 1	6,43	48%	500	3.215
DEPARTAMENTO S-02				162.750
DEPARTAMENTO S-01	131,20	981%	900	118.080
LAV. SEC. S-01	6,87	51%	500	3.435
PATIO PRIVADO S-01	23,60	176%	116	2.738
ESTACIONAMIENTO 8	11,76	88%	500	5.880
ESTACIONAMIENTO 9	12,48	93%	500	6.240
BODEGA 6	4,57	34%	500	2.285
DEPARTAMENTO S-01				138.658
DEPARTAMENTO PB-01	138,00	1032%	950	131.100
ESTACIONAMIENTO 1	15,43	115%	500	7.715
ESTACIONAMIENTO 12	12,96	97%	500	6.480
BODEGA 2	4,95	37%	500	2.475
LAV. SEC. 4	4,37	33%	500	2.185
DEPARTAMENTO PB-01				149.955
DEPARTAMENTO PB-02	142,00	1062%	950	134.900
PATIO PRIVADO PB-02	37,92	284%	116	4.399
ESTACIONAMIENTO 2	12,00	90%	500	6.000
ESTACIONAMIENTO 3	12,24	92%	500	6.120
BODEGA 3	3,45	26%	500	1.725
LAV. SEC. 1	4,08	31%	500	2.040
DEPARTAMENTO PB-02				155.184
DEPARTAMENTO 101	136,50	1021%	950	129.675
TERRAZA PRIVADA 101	34,78	260%	300	10.434
ESTACIONAMIENTO 4	15,12	113%	500	7.560
ESTACIONAMIENTO 5	16,28	122%	500	8.140
BODEGA 5	6,20	46%	500	3.100
LAV. SEC. 3	4,14	31%	500	2.070
DEPARTAMENTO 101				160.979
DEPARTAMENTO 201	136,50	1021%	950	129.675
TERRAZA PRIVADA 201	91,00	680%	300	27.300
ESTACIONAMIENTO 10	12,96	97%	500	6.480
ESTACIONAMIENTO 11	14,45	108%	500	7.225
BODEGA 4	6,50	49%	500	3.250
LAV. SEC. 2	4,16	31%	500	2.080
DEPARTAMENTO 201				176.010
TOTAL INGRESO VENTAS				943.535

Elaborado por: Esteban Vergara

Cabe señalar que los precios aquí señalados son un promedio que se utilizará durante el período de ventas. El precio promedio por metro cuadrado de área útil vendible **USD 923.59**.

Como estrategia de financiamiento, se establece la siguiente política:

Tabla 15 Forma de Financiamiento

Pago	Forma de pago	Observaciones
10%	Entrada	
20%	10 cuotas mensuales	30% máximo cancelado hasta el mes 16 del proyecto
70%	Mes 17 del proyecto	

Elaborado por: Esteban Vergara

6.5 Estrategia de ventas

Se ha establecido para este proyecto un período de ventas de 12 meses a partir de la etapa de planificación, considerando tres meses de preventa antes de que empiece la construcción del proyecto.

Se considera una velocidad de ventas de 1 unidad cada 2 meses. Este valor se lo ha considerado en base a la experiencia con los siguientes proyectos realizados por el promotor:

- Luxor
- Bellavista 1
- Bellavista 2
- Terrazas del Valle

Todos estos proyectos, han sido construidos y comercializados en la Urbanización Miravalle 4 en los últimos 7 años.

Para el cálculo del flujo de ventas, se ha utilizado el modelo entregado por Federico Eliscovich, profesor de la Universidad San Francisco de Quito.

Este modelo permite dividir el valor de las ventas totales en los periodos establecidos, generando de esta manera, flujos de ventas que permitan la viabilidad del proyecto.

En base al análisis de sensibilidad al precio establecido en el capítulo de Análisis Financiero, el promotor puede considerar descuentos en la compra de los departamentos de un 10%.

7 CAPITULO VII: Gerencia del proyecto

La Gerencia de proyectos constituye una herramienta fundamental para poder garantizar el éxito de un proyecto en todas sus etapas.

En el sector inmobiliario, debido a que existe mucha informalidad por la gran cantidad de promotores que existen, no se toma en cuenta de manera adecuada la importancia de la Gerencia de Proyectos, y esto constituye una gran oportunidad para poder hacer de este sector más organizado y productivo.

En este capítulo se realizará un análisis de los siguientes temas:

1. Acta de constitución del proyecto
 - a. Alcance del proyecto
 - b. Metas del Proyecto
 - c. Los clientes del proyecto
 - d. Ciclo de vida del proyecto
 - e. Promoción, Construcción, Financiación y Comercialización
 - f. Factores condicionantes, grado de riesgos aceptados y límites del proyecto
 - g. Política de cambios
2. Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)
3. Cronograma
 - a. Cronograma por fases
 - b. Diagrama de Gantt
4. Hitos del proyecto

7.1 Acta de Constitución del Proyecto

7.1.1 Alcance del proyecto

El alcance del proyecto considera la etapa de planificación, ejecución, promoción y ventas, y la entrega de los seis departamentos del Edificio Manuela ubicado en el sector de Cumbayá, en la Urbanización Miravalle 4.

7.1.2 Metas del proyecto

7.1.2.1 Resultados Económicos Financieros

Como objetivo financiero del proyecto, se dese obtener un margen de utilidad sobre ventas de mínimo un 34.38% con una tasa de retorno efectiva anual igual o superior al 20% que es la tasa de descuento escogida para el proyecto.

7.1.2.2 Cronogramas

La etapa de planificación del proyecto se deberá llevar a cabo en un período de 4 meses, en la cual se cumplirán todos los requerimientos legales que permitan empezar la construcción de la obra. (Mes -1 al mes 2)

Una vez concluida la etapa de Planificación, se empezará con el cronograma de construcción establecido para el Edificio Manuela el cual tomará 15 meses. (Mes 3-17)

Se ha establecido un periodo de ventas de 12 meses en partes iguales, considerando tres meses de preventa antes de la iniciación de la etapa de construcción del proyecto. (Mes 0 al mes11).

Considerando la forma de financiamiento establecida en la estrategia de precios, las ventas generarán ingresos hasta el mes 17.

Las entregas de las unidades y cierre se realizarán a partir del mes 17 con un período de plazo de 2 meses como máximo.

7.1.3 Descripción del producto

El Edificio Manuela comprende una torre de 6 departamentos distribuidos en 4 losas y 3 pisos desde el nivel de la Calle principal.

Ilustración 73 Fachada lateral Edificio Manuela



Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

7.1.3.1 Áreas del proyecto

En el cuadro a continuación detallamos las áreas del proyecto:

Tabla 16 Áreas del proyecto

ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO						
DEPARTAMENTO	AREA UTIL M2	AREA JARDINES M2	AREA TERRAZAS M2	AREA PARQUEOS MS	BODEGA M2	AREA TOTAL SIN TERRAZAS O JARDINES
S-2	138,50	111,80		24,24	6,43	169,17
S-1	138,07	23,60		24,24	4,57	166,88
PB-1	142,37			28,39	4,95	175,71
PB-2	146,08		37,92	24,24	3,45	173,77
101	140,64		34,78	31,40	6,20	178,24
102	140,66		91,00	27,41	6,50	174,57
TOTALES	846,32	135,40	163,70	159,92	32,10	1038,34

Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

Elaborado por: Esteban Vergara

7.1.3.2 Especificaciones del producto

En la tabla a continuación se detalla las características de cada uno de los seis departamentos disponibles en el Edificio Manuela.

Tabla 17 Especificaciones del producto

ESPECIFICACIONES DE PRODUCTO								
DEPARTAMENTO	DORMITORIOS	SALA ESTAR	AREA SOCIAL	BAÑOS	COCINA	AREA LAVADO	BODEGA	PARQUEOS
S-2	3	1	1	3	1	1	1	2
S-1	3	1	1	3	1	1	1	2
PB-1	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
PB-2	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
101	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2
102	3	1	1	2	1	EN TERRAZA +2,25	1	2

Fuente: Augusto Vergara, Edificio Manuela

Elaborado por: Esteban Vergara

Como podemos ver en el cuadro anterior, todos los departamentos cuentan con 3 dormitorios, sala de estar y un área social bien distribuida.

Los departamentos PB-1, PB-2, 101 y 102, cuentan con 2 baños completos mientras que el S1 y S2 cuentan con 3 baños completos.

Todos los departamentos cuentan con 2 parqueaderos y área de bodega, además de que existen 2 parqueaderos de visitas en el proyecto.

7.1.4 Clientes del proyecto

El perfil del cliente al cual esta dirigido el proyecto se detalla en el cuadro a continuación:

Ilustración 74 Perfil del cliente

PERFIL DEL CLIENTE EDIFICIO MANUELA	
Variable	Características del perfil del cliente
Geográfica	Ubicado en la ciudad de Quito principalmente
Demográficas	Edad: 35 y 45 años de edad Estado civil: Soltero / casado Tamaño de familia: 2-4 integrantes Ocupación: Profesionales dependientes e independientes Educación: universitaria o superior
Ingresos	Entre USD4686 - USD5356 ingreso familiar
Psicográficas	Estrato Social: Medio alto - alto Estilo de vida moderno y sofisticado Segmento preparado profesional y académicamente, por lo que demuestra seguridad y solvencia Miembro de clubes sociales de pretigio Se enfoca a en el cuidado de la salud y el deporte
Beneficios	Comodidad, status y elegancia, climas más atractivos, excelencia en el diseño, acceso a servicios, etc.
Elaborado por: Esteban Vergara	

7.1.5 Ciclo de Vida del Proyecto

El ciclo de vida del proyecto se establece en cuatro fases:

- Planeación
- Ejecución
- Comercialización y Ventas
- Entrega de Unidades y cierre del proyecto

7.1.5.1 Planeación

La planeación del proyecto comprende el análisis de prefactibilidad, la compra del terreno con sus respectivos análisis de suelos y el desarrollo de los planes arquitectónicos, eléctricos e hidrosanitarios, que permitan la obtención del permiso de construcción.

Como se comentó anteriormente, este proceso va a tomar 3 meses para ser completado.

7.1.5.2 Ejecución

El proceso de ejecución del proyecto, consiste en toda la etapa de construcción del proyecto.

Esta establecido una duración de 15 meses para completar la etapa del construcción al 100%. Esta empezará en el mes 3 y llegará hasta el mes 17 del cronograma establecido.

En esta etapa se consideran todas las actividades que están relacionadas directamente con la gestión técnica del proyecto.

7.1.5.3 Promoción y Ventas

El proceso de promoción y ventas ha sido definido de la siguiente manera:

Las ventas, como se indicó anteriormente, empezarán en el mes 0 estableciendo tres meses de preventa antes de que el proyecto empiece.

En lo que se refiere a la parte promocional, durante el mismo periodo se realizara todo el esfuerzo promocional y publicitario necesario para alcanzar la meta de ventas establecida.

7.1.5.4 Entrega de unidades y cierre del proyecto

Esta es la etapa final del proyecto. Se asignan dentro del cronograma el mes 17 y 18 para la entrega de viviendas y cierre de proyecto.

Para esta etapa, se considera que los compradores deben ya haber completado el pago total de los departamentos y que estos han sido entregados con la conformidad de las partes.

Una vez entregado todos los departamentos, se debe entregar la administración del edificio a los copropietarios para dar por concluido el proyecto y establecer su cierre total.

7.1.6 Factores condicionantes, Grado de Riesgo aceptados y Límites del Proyecto

7.1.6.1 Factores condicionantes

Los condicionantes principales para la realización del Edificio Manuela son:

- Localización: Cumbayá, Urbanización Miravalle
- Cliente meta: NSE medio alto y alto
- Acabados: De primera calidad
- Precio de venta promedio m²: USD 923.59. dólares.
- Venta directa de los departamentos por parte del promotor y se utilizará corredoras certificadas con un 4% de comisión por ventas.
- Financiamiento: 10% de entrada, 20% en 10 cuotas mensuales máximo pagaderos hasta el mes 16 y 70% en el mes 17 del proyecto

7.1.6.2 Grados de Riesgos Aceptados

Los riesgos que se consideran dentro del proyecto deben ser evitados por el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Cumplir con todas las normas que permitan la construcción del proyecto.
- Cumplir con los requerimientos arquitectónicos establecidos para el proyecto.
- Para efectuar la entrega de unidades, se debe cumplir con el 100% de los pagos y establecer un acta de recepción que indique que las partes han quedado satisfechas en la transacción.

- Se debe respetar el presupuesto establecido para la construcción del proyecto con el fin que no exista problemas de flujos de fondos que limiten la construcción y la consecución de todas las actividades.

7.1.6.3 Límites del proyecto

- No se realizará ningún tipo de cambios que afecten lo aprobado por las instancias respectivas.
- Cualquier cambio requerido por los compradores en relación con la distribución o acabados del proyecto, deben estar sustentados en un requerimiento de cambio, con la aprobación respectiva del gerente de proyecto.

7.2 Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)

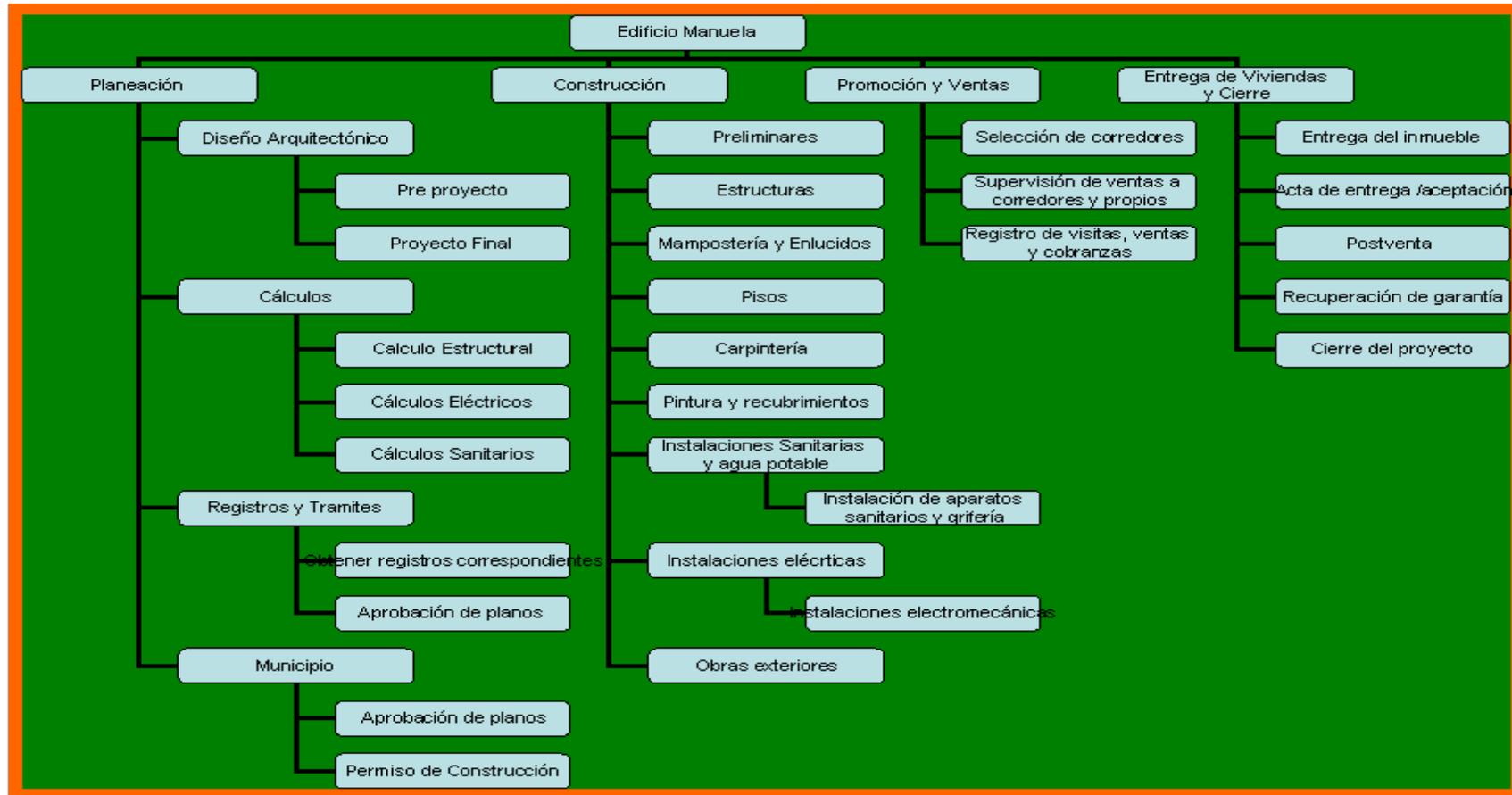
El EDT, es una herramienta que permite identificar cuales son los trabajos a realizar en un proyecto. El beneficio de esta herramienta, es que permite señalar las actividades con el grado de detalle más bajo requerido, formando de esta manera, paquetes de trabajo. (Federico Eliscovich, MDI 2009)

Según el PMBOK, un paquete de trabajo es un producto entregable o componente de trabajo del proyecto en el nivel más bajo de la estructura de desglose del trabajo.

A Continuación se presenta el EDT establecido para el Edificio Manuela.

7.2.1 EDT Edificio Manuela

Ilustración 75 EDT Edificio Manuela

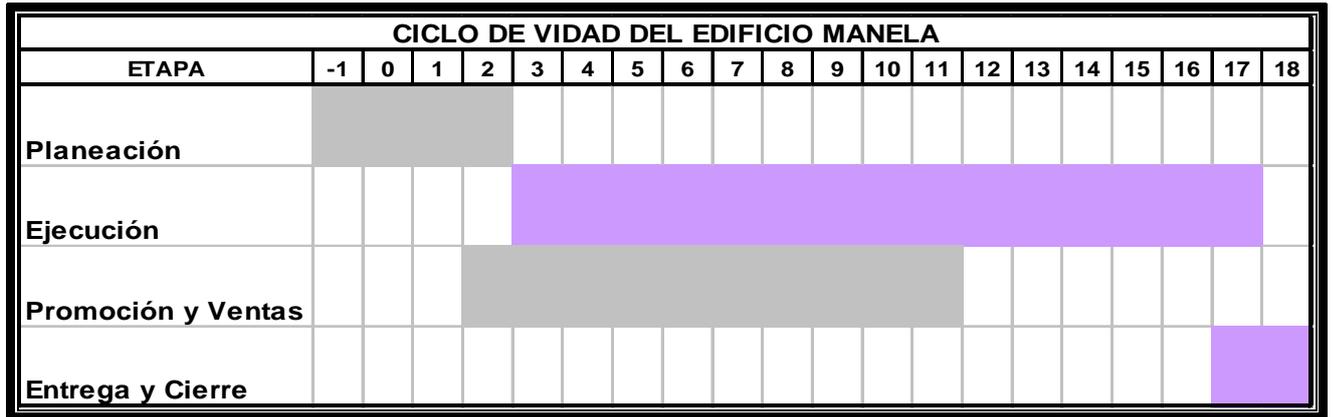


Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

7.3 Cronograma por fases

En el cuadro a continuación, se presenta un cronograma de las fases del edificio Manuela.

Ilustración 76 Cronograma por Fases Edificio Manuela

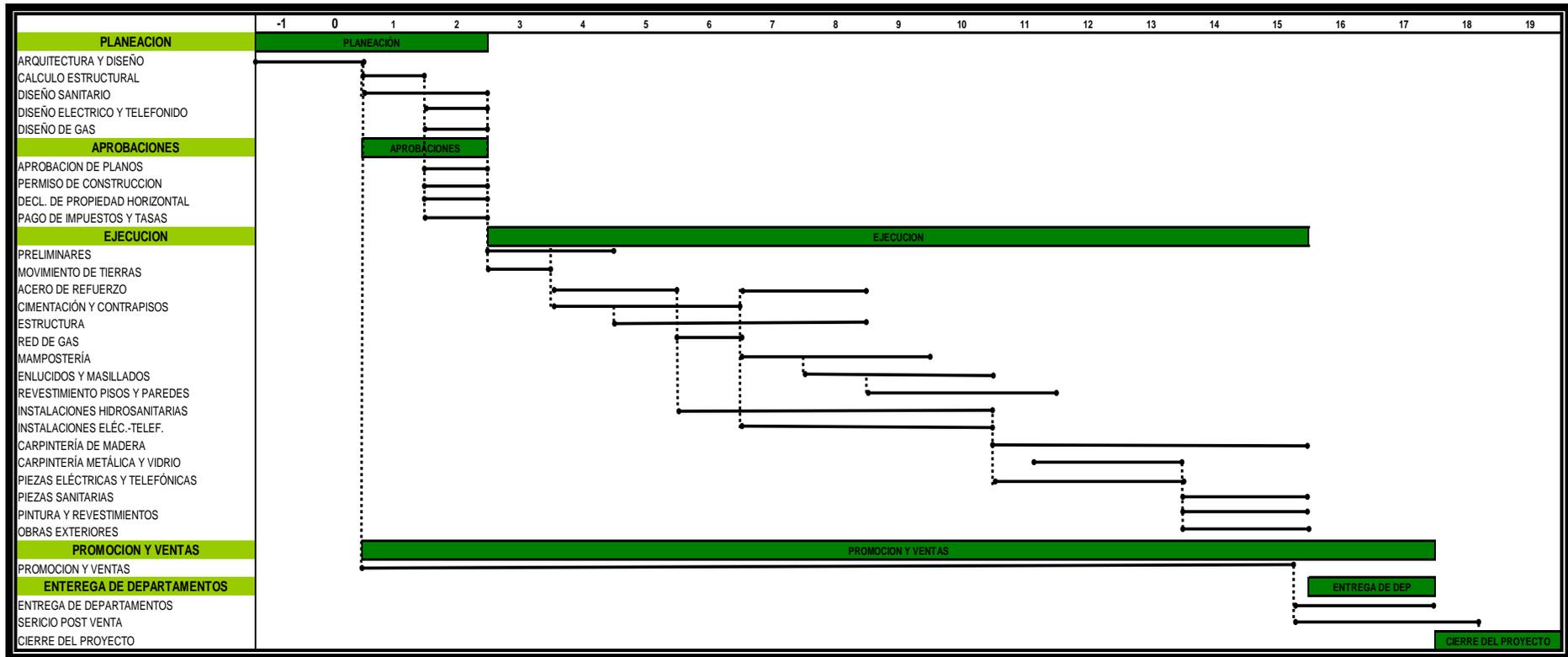


Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Desde su etapa de planificación hasta el cierre del proyecto, se tomará 20 meses para todo el proceso que implica el desarrollo exitoso del proyecto.

7.4 Diagrama de Gantt

A continuación se presenta el Diagrama de Gantt para el proyecto. Este indica la correlación existente entre las distintas actividades a realizarse.



Elaborado por Esteban Vergara, 2009

7.5 Hitos

A continuación se presentan los hitos para el proyecto.

Tabla 18 Hitos del Proyecto

HITOS DEL PROYECTO	
MES	DESCRIPCIÓN
-1	Acta de Constitución del proyecto
1	Aprobación de Planos Arquitectónicos Obtención del permiso de construcción Inicio periodo de ventas
3	Inicio de la etapa de Ocnstrucción del proyecto
6	Etapa de Cimentación
8	Estructura y cimentación terminada al 100%
11	Inicio de la etapa de acabados
17	Final de la Construcción Entrega de Unidades
18	Cierre del Proyecto

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

7.6 Presupuesto del Proyecto

A continuación se presenta un resumen de los resultados estimados del proyecto:

Tabla 19 Valores Generales del Proyecto

INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	
Descripción	Valores
Ventas	\$943.54
Costo Total	\$702.12
Utilidad Sobre Ventas	\$241.415 (34.25)
Inversión Máxima	\$370.28
VAN	\$141.63
Tasas de Descuento	20% Anual, 1.53% mensual
TIR	82.19% anual, 5% mensual
INFORMACIÓN POR M2 DE ÁREA VENDIBLE	
Descripción	Valores Unitarios
Terreno	\$ 77.73 (11%)
Costos Directos	\$470.90 (69%)
Costos Indirectos	\$138.65 (20%)
Costos Totales	\$687.28
Precio de Venta	\$923.59
Utilidad	\$236.31

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8 CAPITULO VIII: Análisis de Costos Edificio Manuela

8.1 Introducción

Para emprender cualquier tipo de proyecto, es básico realizar un análisis económico financiero que nos permita asegurar que, tanto la gestión del proyecto tenga los suficientes flujos de capital para su desenvolvimiento normal, como que los accionistas aseguren el rendimiento de su capital en base a los requerimientos establecidos.

Para fines de realizar este análisis se divide este capítulo en dos partes fundamentales: 1. Análisis de costos y 2. Análisis Financiero

En el análisis de costos, vamos a revisar como los costos directos e indirectos están distribuidos en el proyecto. Los siguientes puntos son los que van a ser analizados:

1. Análisis de Costos Totales Edificio Manuela
2. Costos Directos
3. Costos indirectos
4. Terreno: Análisis del Método Residual
5. Resumen costo unitario por m² de construcción
6. Flujo de Gastos Edificio Manuela
7. Cronograma de actividades

8.2 Análisis de Costos Totales Edificio Manuela

En el cuadro a continuación, se presenta la incidencia de los distintos costos sobre el costo total del proyecto.

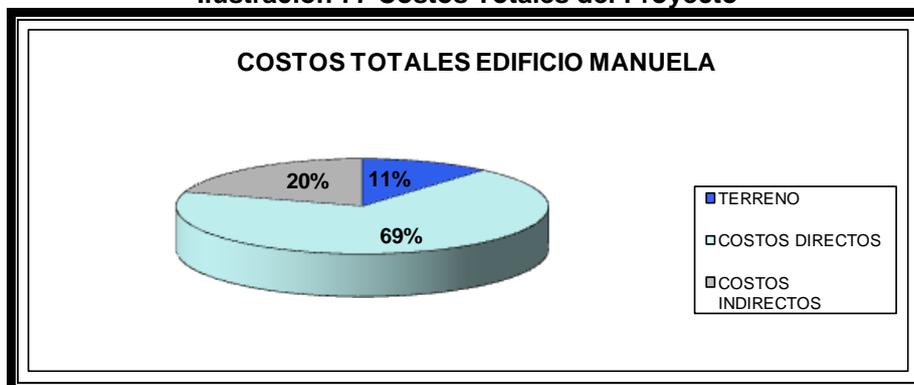
Tabla 20 Costos del Proyecto

RESUMEN DE COSTOS DEL PROYECTO			
Descripción	Valor	% / Costo Total	Incidencia en área útil
TERRENO	\$ 79.408	11%	\$ 77,73
COSTOS DIRECTOS	\$ 481.065	69%	\$ 470,90
COSTOS INDIRECTOS	\$ 141.646	20%	\$ 138,65
	\$ 702.120	100%	\$ 687,28

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Como podemos ver, el terreno representa un 11% del costo total, los costos directos un 69% y los costos indirectos un 20%.

Ilustración 77 Costos Totales del Proyecto



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8.3 Costos Directos

Los costos directos de construcción representan el 68% del total de costos en el proyecto Manuela.

En el cuadro a continuación podemos identificar todas las variables que incluyen en los costos directos del proyecto en orden cronológico y sus respectivas incidencias en el costo directo total.

Adicionalmente vemos como cada una de las variables contribuye al costo del metro cuadrado útil, esto quiere decir que los costos directos representan \$470,90 dólares por cada metro cuadrado de área útil del proyecto.

Tabla 21 Detalle de Costos Directos

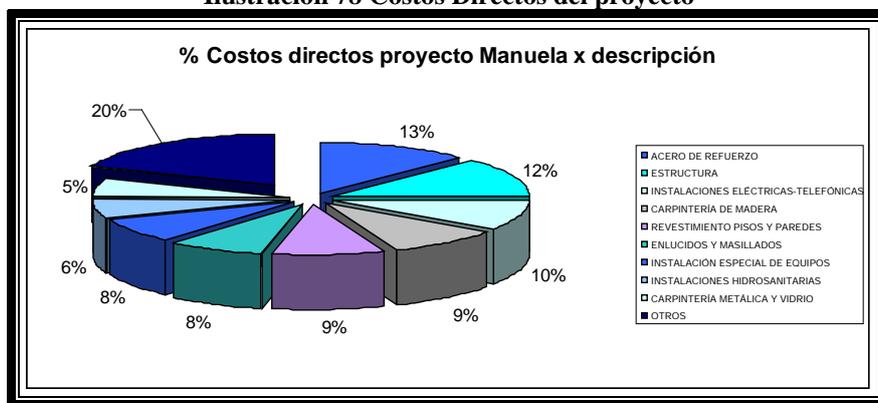
DETALLE DE COSTOS DIRECTOS			
Descripción	Valor	%	Incidencia en área útil
1 PRELIMINARES	\$ 2.172,62	0%	\$ 2,13
2 MOVIMIENTO DE TIERRAS	\$ 5.255,11	1%	\$ 5,14
3 ACERO DE REFUERZO	\$ 60.520,40	13%	\$ 59,24
4 CIMENTACIÓN Y CONTRAPISOS	\$ 18.186,66	4%	\$ 17,80
5 ESTRUCTURA	\$ 59.935,08	12%	\$ 58,67
6 MAMPOSTERÍA	\$ 19.107,87	4%	\$ 18,70
7 ENLUCIDOS Y MASILLADOS	\$ 39.739,30	8%	\$ 38,90
8 REVESTIMIENTO PISOS Y PAREDES	\$ 44.027,37	9%	\$ 43,10
9 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS	\$ 30.358,85	6%	\$ 29,72
10 INSTALACIONES ELÉCTRICAS-TELFÓNICAS	\$ 46.106,92	10%	\$ 45,13
11 CARPINTERÍA DE MADERA	\$ 45.580,00	9%	\$ 44,62
12 CARPINTERÍA METÁLICA Y VIDRIO	\$ 26.023,73	5%	\$ 25,47
13 PIEZAS ELÉCTRICAS Y TELEFÓNICAS	\$ 2.625,00	1%	\$ 2,57
14 PIEZAS SANITARIAS	\$ 18.239,40	4%	\$ 17,85
15 PINTURA Y REVESTIMIENTOS	\$ 15.392,70	3%	\$ 15,07
16 OBRAS EXTERIORES	\$ 4.614,23	1%	\$ 4,52
17 INSTALACIÓN ESPECIAL DE EQUIPOS	\$ 36.180,00	8%	\$ 35,42
19 GENERADOR DE EMERGENCIA	\$ -	0%	\$ -
20 INSTALACIÓN RED DE GAS	\$ 7.000,00	1%	\$ 6,85
21 IMPREVISTOS	\$ -	0%	\$ -
	\$ 481.065,23	100%	\$ 470,90

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

En el Anexo 7 se puede ver una tabla completa de cada uno de los rubros que implican los costos directos de construcción

En el gráfico siguiente podemos ver la incidencia de cada variable sobre el costo directo total del proyecto. Las variables con mayor peso son: acero de refuerzo 13% y las estructuras con el 12% e instalaciones eléctricas y telefónicas con el 10%.

Ilustración 78 Costos Directos del proyecto



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Es importante conocer la incidencia de los costos directos en cada metro de construcción. El cuadro a continuación nos indica que el costo directo x metro cuadrado es de USD470,90.

Tabla 22 Costos Directos por m2

INDIDENCIA COSTOS DIRECTOS POR M2 DE CONSTRUCCIÓN	
Descripción	Valor
COSTOS DIRECTOS	\$ 481.065
AREA VENDIBLE M2	1.021,59
Incidencia terreno / costo m2	\$ 470,90

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8.4 Costos indirectos

Los costos indirectos representan un 20% del costo total del proyecto.

Tabla 23 Costos indirectos x m2

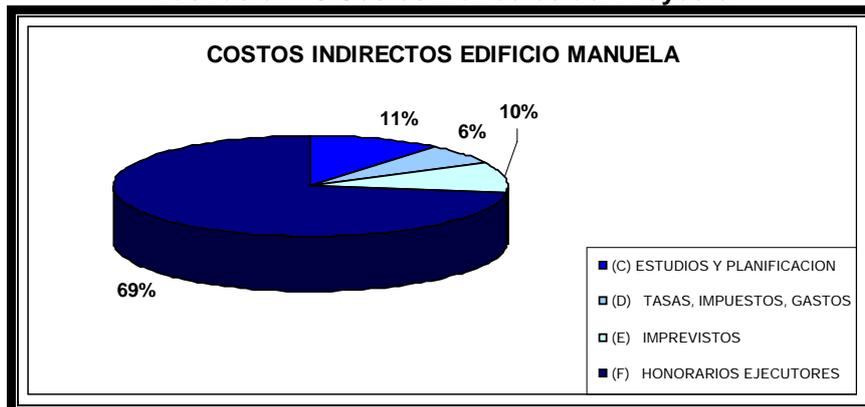
DETALLE DE COSTOS INDIRECTOS			
Descripción	Valor	%	Incidencia en área útil
(C) ESTUDIOS Y PLANIFICACION	\$ 15.849,77	11%	\$ 15,51
(D) TASAS, IMPUESTOS, GASTOS	\$ 9.428,88	7%	\$ 9,23
(E) IMPREVISTOS	\$ 14.431,96	10%	\$ 14,13
(F) HONORARIOS EJECUTORES	\$ 101.935,73	72%	\$ 99,78
	\$ 141.646,33	100%	

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

El rubro más importante en los costos indirectos es el de honorarios ejecutores que representa un 72%. Este rubro implica todos los gastos de construcción, dirección técnica y gerencia del proyecto. En segundo lugar están los gastos relacionados con ventas y publicidad, que representan un 8,9% del costo total del proyecto.

En el siguiente gráfico se puede ver de mejor manera la distribución de los costos indirectos según su utilización

Ilustración 79 Costos Indirectos del Proyecto



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

La incidencia de los Costos Indirectos por m² de área útil esta reflejada en el siguiente cuadro.

Tabla 24 Costos Indirectos por m²

INDIDENCIA COSTOS INDIRECTOSPOR M2 DE CONSTRUCIÓN	
Descripción	Valor
COSTOS INDIRECTOS	\$ 141.646
AREA VENDIBLE M2	1.021,59
Incidencia terreno / costo m ²	\$ 138,65

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

En el Anexo 8 se presenta una tabla completa y desglosada de los costos indirectos del proyecto.

8.5 Terreno: Análisis del Método Residual

El terreno en proyectos inmobiliarios, es considerado el recurso más estratégico desde el punto de vista comercial. De su ubicación, tamaño y plusvalía nace el concepto del proyecto a realizar.

En base al método residual (Ernesto Gamboa, MDI 2009) se analizará el valor del terreno en dependiendo de sus capacidades comerciales.

En el cuadro a continuación, aplicando las consideraciones del método residual, podemos concluir que un terreno ubicado en Miravalle 4 con las mismas características que tiene actualmente el terreno donde se construye el Edificio Manuela, tiene un valor potencial entre USD191 y USD225 dólares por metro cuadrado en base al método residual

Tabla 25 Método Residual

VALORACIÓN TERRENO EDIFICIO MANUELA				
Método Residual				
Datos para Vivienda		Unidad	Valores	
Área de Terreno		M2	680,00	
Precio Venta m2 en la Zona		US\$ * M2	\$1.157,12	
Ocupación del Suelo COS PB		%	40%	
Altura Permitida (h)		Pisos	3,0	
K = Área Útil		%	82%	
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" I		%	11%	
Rango de Incidencia (Terreno) "ALFA" II		%	13%	
Cálculos				
Área Construida Máxima = Área Vendible / K			1.245,84	
Área Útil Vendible = Área Terreno * COS PB * Pisos			1.021,59	
Valor de Ventas = Área Útil * Precio Venta (M2)			\$1.182.105,88	
"ALFA" I Peso del Terreno			\$130.031,65	\$191,22
"ALFA" I Peso del Terreno			\$153.673,76	\$225,99
Media "ALFA"			\$141.852,71	12%
VALOR DEL (M2) DE TERRENO EN US\$			\$208,61	
Margen de Construcción				
Descripción		Unidad	Valores	%
Valor de Venta M2 Tipo (Vivienda) (VM2)		US\$	\$1.157,12	
Coeficiente de Área Útil Vendible (K)		%	82%	
Costo Directo de Construcción (CD)		US\$	\$619,51	
Multiplicador Costo Total Vivienda Rango X (M)			1,2	
Área Total Construida (AT)		M2	1.245,84	
Costo Total Construcción (CC)		CD*M*AT	US\$ \$926.173,49	
Valor de Ventas (VV)		VM2*K*AT	US\$ \$1.182.105,88	
Margen Operacional		VV-CC	US\$ \$255.932,38	21,65%
Valor Esperado del Lote			US\$ \$141.852,71	12,00%
Utilidad Esperada		15%	US\$ \$177.315,88	
Utilidad Real			US\$ \$114.079,68	9,65%

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

El terreno fue adquirido a un precio de USD116.78 dólares el m2 lo cual constituye una ventaja para el promotor. Para efectos del presente análisis utilizaremos el precio de compra real del terreno (precio de mercado).

Basándonos en el precio de compra del terreno, en el siguiente cuadro podemos ver la incidencia en dólares del terreno por metro cuadrado de construcción.

Tabla 26 Costo terreno x m2

INCIDENCIA TERRENO POR M2 DE CONSTRUCCIÓN	
Descripción	Valor
TERRENO	\$ 79.408
AREA VENDIBLE M2	1.021,59
Incidencia terreno / costo m2	\$ 77,73

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8.6 Resumen costo unitario por m2 de construcción

Después de haber analizado la incidencia de los costos directos, los costos indirectos y del terreno sobre el costo total y unitario en el proyecto, podemos ver en el cuadro siguiente un resumen de cómo esta compuesto el costo unitario por m2 para el proyecto.

Tabla 27 Resumen Costos por m2

COSTO POR M2 DE CONSTRUCCIÓN			
Descripción	Valor	\$/Area útil	% Incidencia costo / m2
TERRENO	\$ 79,408.33	\$ 77.73	11%
COSTOS DIRECTOS	\$ 481,065.23	\$ 470.90	69%
COSTOS INDIRECTOS	\$ 141,646.33	\$ 138.65	20%
AREA VENDIBLE		1,021.59	
COSTO UNITARIO M2		\$ 687.28	

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8.7 Flujo de Gastos Edificio Manuela

El cuadro a continuación indica el flujo de gastos mensuales y acumulados del Edificio Manuela desde la etapa de planificación hasta la terminación de la obra.

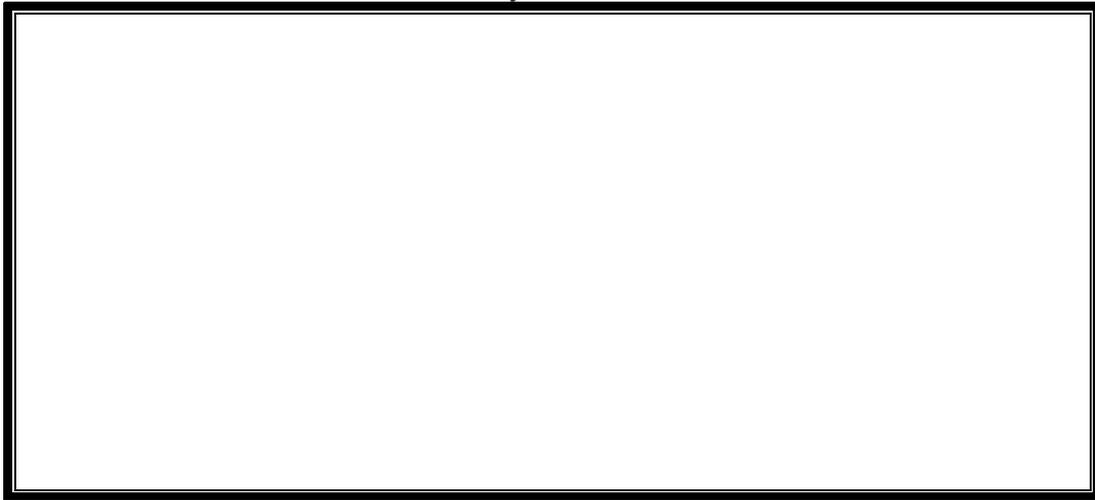
Tabla 28 Flujo de Gastos Edificio Manuela

FLUJO DE GASTOS INDIRECTOS EDIFICIO MANUELA																			
DESCRIPCIÓN	TOTAL COSTO	MESES																	
		-	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1 PRELIMINARES	2.173				1.086	1.086													
2 MOVIMIENTO DE TIERRAS	5.255				2.628		1.314				1.314								
3 ACERO DE REFUERZO	60.520				19.042	6.347	-	8.647	11.126	15.358									
4 CIMENTACIÓN Y CONTRAPISOS	18.187					6.062	6.062	6.062											
5 ESTRUCTURA	59.935							19.978	19.978										
6 MAMPOSTERÍA	19.108								6.369	6.369	6.369								
7 ENLUCIDOS Y MASILLADOS	39.739									13.246	13.246	13.246							
8 REVESTIMIENTO PISOS Y PAREDES	44.027										14.676	14.676	14.676						
9 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS	30.359						9.108	2.656	2.656	2.656	2.656	2.656		2.656	2.656	2.656	2.656		
10 INSTALACIONES ELÉCTRICAS-TELFÓNICA	46.107								13.832	4.034	4.034	4.034		4.034	4.034	4.034	4.034	4.034	4.034
11 CARPINTERÍA DE MADERA	45.580										7.597	7.597	7.597	7.597	7.597	7.597			
12 CARPINTERÍA METÁLICA Y VIDRIO	26.024														6.506	6.506	6.506	6.506	
13 PIEZAS ELÉCTRICAS Y TELEFÓNICAS	2.625															6.506	6.506	6.506	2.625
14 PIEZAS SANITARIAS	18.239																6.080	6.080	6.080
15 PINTURA Y REVESTIMIENTOS	15.393																	5.131	5.131
16 OBRAS EXTERIORES	4.614																		2.307
17 INSTALACIÓN ESPECIAL DE EQUIPOS	36.180												6.030	6.030	6.030	6.030	6.030	6.030	6.030
19 GENERADOR DE EMERGENCIA	-																		
20 INSTALACIÓN RED DE GAS	7.000														2.333	2.333	2.333	2.333	
TOTAL COSTOS DIRECTOS	481.065		-	-	22.756	13.496	7.376	43.795	53.963	61.643	49.893	42.210	28.302	13.627	29.157	29.157	32.771	35.369	17.552
TERRENO	79.408	79.408																	
COSTOS INDIRECTOS	141.646	1.720	13.397	11.880	8.670	5.255	5.120	6.199	5.416	5.281	5.808	5.603	5.303	5.909	6.529	6.571	6.949	4.807	31.226
TOTAL COSTO DE CONSTRUCCIÓN																			
TOTAL GASTO MENSUAL		81.128	13.397	11.880	31.426	18.751	12.496	49.994	59.379	66.924	55.701	47.813	33.606	19.536	35.686	35.728	39.720	40.177	48.779
TOTAL GASTO ACUMULADO		81.128	94.525	106.405	137.831	156.582	169.078	219.072	278.451	345.375	401.076	448.889	482.494	502.030	537.716	573.444	613.164	653.341	702.120

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

A continuación se podemos ver en el gráfico, la intensidad de gastos durante el período de construcción. En el mes de Agosto del 2008, es el de mayor intensidad en inversión durante todo el proyecto.

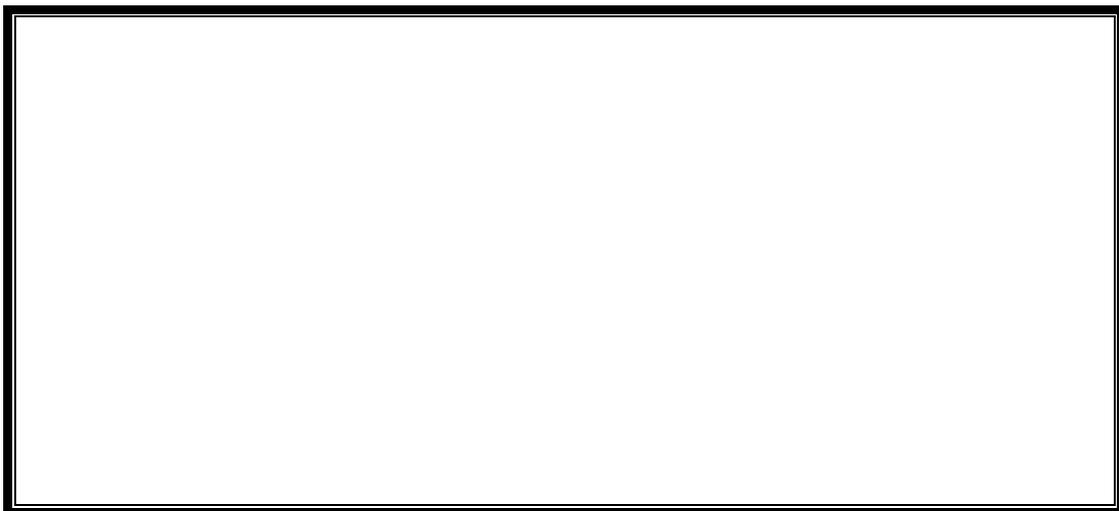
Ilustración 80 Flujo de Gastos Mensuales



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

El siguiente gráfico, muestra el flujo acumulado de gastos del proyecto en el período de 17 meses desde la etapa de planificación.

Ilustración 81 Intensidad de Gasto Acumulada



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

8.7.1 Cronograma de actividades y gastos

En el siguiente cuadro podemos ver un cronograma que indica el tiempo y los meses donde se van a llevar las actividades más importantes de la ejecución del proyecto y la manera como se van a desembolsar los gastos respectivos.

Ilustración 82 Cronograma de Actividades de Construcción

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES EDIFICIO MANUELA																		
DESCRIPCIÓN	MESES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
PLANEACION DEL PROYECTO	█																	
1 PRELIMINARES				█	█													
2 MOVIMIENTO DE TIERRAS				█	█	█												
3 ACERO DE REFUERZO				█	█	█	█	█										
4 CIMENTACIÓN Y CONTRAPISOS					█	█	█	█	█									
5 ESTRUCTURA							█	█	█	█								
6 MAMPOSTERÍA								█	█	█	█							
7 ENLUCIDOS Y MASILLADOS									█	█	█	█						
8 REVESTIMIENTO PISOS Y PAREDES										█	█	█	█					
9 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS								█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
10 INSTALACIONES ELÉCTRICAS-TELFÓNICAS								█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
11 CARPINTERÍA DE MADERA										█	█	█	█	█	█	█	█	█
12 CARPINTERÍA METÁLICA Y VIDRIO											█	█	█	█	█	█	█	█
13 PIEZAS ELÉCTRICAS Y TELEFÓNICAS												█	█	█	█	█	█	█
14 PIEZAS SANITARIAS																█	█	█
15 PINTURA Y REVESTIMIENTOS																	█	█
16 OBRAS EXTERIORES																	█	█
17 INSTALACIÓN ESPECIAL DE EQUIPOS													█	█	█	█	█	█
19 GENERADOR DE EMERGENCIA																		
20 INSTALACIÓN RED DE GAS																	█	█

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

9 CAPITULO IX: Análisis Económico Financiero

9.1 Introducción

Para poder realizar el análisis financiero de cualquier proyecto es necesario generar un flujo de fondos del proyecto. En otras palabras, debemos calcular los saldos que se generan de la diferencia entre los ingresos y los gastos, durante todo el período que este dure.

A partir del flujo de fondos o de efectivo se podrá realizar un análisis de todas las variables financieras que nos permitan entender si el proyecto es o no es rentable, además de darnos la posibilidad de realizar análisis de sensibilidad entre algunas variables importantes.

En el presente capítulo se va a realizar un análisis de los siguientes temas:

1. Análisis de Egresos
2. Análisis de Ingresos
3. Flujo de Efectivo Edificio Manuela
4. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa de Descuento
5. Análisis del Método CAMP
6. Valor Actual Neto (VAN) y Tasa de Descuento del Edificio Manuela
7. Análisis de Sensibilidad del VAN
 - a. Variación de costos
 - b. Variación en ingresos
 - c. Variación en tiempo de ventas
8. Determinación del VAN y TIR del proyecto con apalancamiento bancario.

9.2 Análisis de Egresos

El primer paso para poder realizar el flujo de efectivo es tener claro cuales son los egresos del proyecto.

Para establecer los egresos del proyecto nos basamos en las siguientes consideraciones:

- El terreno será cancelado en su totalidad en la etapa de planificación del proyecto. (mes 0)

- Los costos directos de la construcción tendrán una incidencia en un período de 15 meses (mes 3-15)

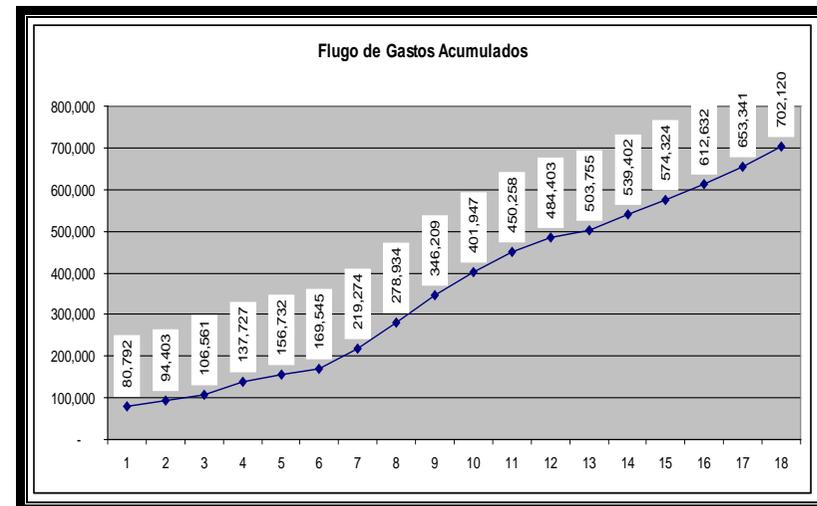
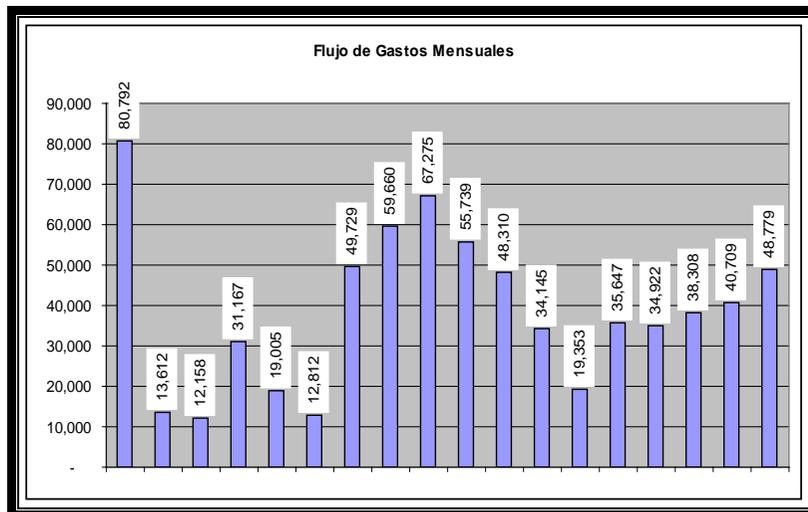
- Los costos indirectos de construcción se han distribuido en un período de 18 meses (mes 0-17). Dentro de estos, los gastos por concepto de comisiones van hasta el mes 17, cuando se recupera el 70% de las ventas consideradas anteriormente.

9.2.1 Flujo de Egresos Edificio Manuela

Tabla 29 Flujo de Gastos Edificio Manuela

FLUJO DE GATOS INDIRECTOS EDIFICIO MANUELA																		
DESCRIPCIÓN	MESES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Costos Directos	-	-	-	22,756	13,496	7,376	43,795	53,963	61,643	49,893	42,210	28,302	13,627	29,157	29,157	32,771	35,369	17,552
Costos Indirectos	1,384	13,612	12,158	8,411	5,509	5,436	5,934	5,697	5,632	5,846	6,101	5,843	5,726	6,490	5,765	5,537	5,339	31,226
Terreno	79,408	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos mensuales	80,792	13,612	12,158	31,167	19,005	12,812	49,729	59,660	67,275	55,739	48,310	34,145	19,353	35,647	34,922	38,308	40,709	48,779
Gastos acumulados	80,792	94,403	106,561	137,727	156,732	169,545	219,274	278,934	346,209	401,947	450,258	484,403	503,755	539,402	574,324	612,632	653,341	702,120

Ilustración 83 Gráficos Flujo de Gastos mensual y acumulados Edificio Manuela



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

9.3 Análisis de Ingresos

Con el fin de calcular los ingresos mensuales que se generarán, se va a tener en consideración la siguiente hipótesis:

- Se considera que las ventas se van a realizar durante en un período de 12 meses divididos en partes iguales, empezando en la etapa de planificación del proyecto, es decir asumiendo dos meses de preventa.

Esta política implica una velocidad de ventas de 1 unidad por cada 2 meses, terminando la venta de los departamentos en el mes 11. (Ver Estrategia Comercial)

En cada uno de los meses se venden unidades por un valor del 1/12 del monto de ventas, es decir del 8.33% aproximadamente.

Trayendo esta información a valores reales, el valor de venta del proyecto esta considerado en USD943.535, por lo que los valores de venta mensuales son de USD78.627.94

Esta estrategia permitirá que el promotor tenga un flujo de ingresos desde el mes 0 hasta el mes 17, tiempo total que toma el proyecto desde su etapa de planificación.

La forma de financiamiento de venta se refleja en el siguiente cuadro:

Ilustración 84 Formas de Financiamiento

Pago	Forma de pago	Observaciones
10%	Entrada	
20%	10 cuotas mensuales	30% máximo cancelado hasta el mes 16 del proyecto
70%	Mes 17 del proyecto	

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Analizando el cuadro, podemos ver que para efectos de entrada y/o reserva de un departamento se tendrá que dar el 10% del valor del mismo.

A partir de éste pago, realizara un pago del 20% hasta el mes 16 dividido en cuotas iguales. Estas cuotas serán calculadas en base al tiempo a los meses restantes para llegar al mes 16.

Por último se considera que en el mes 17, se realizara la cancelación del 70% de todos los departamentos que se han dispuesto para la venta.

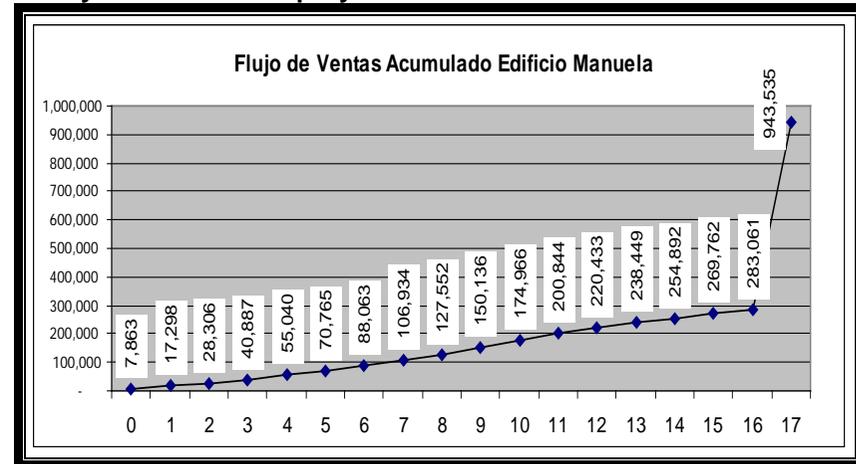
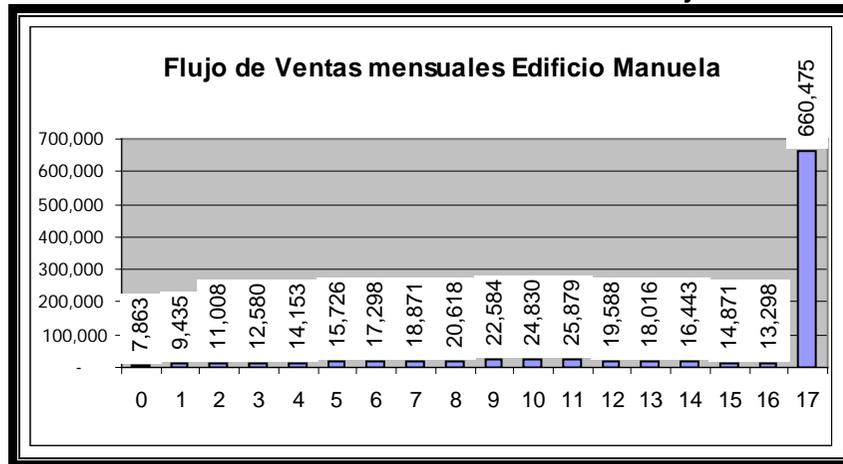
A continuación se presenta un cuadro donde podemos ver los flujos de ingresos generados y sus respectivos gráficos.

9.3.1 Flujo de Ingresos Edificio Manuela

Ilustración 85 Flujo de Ingresos Edificio Manuela

FLUJO DE INGRESOS EDIFICIO MANUELA																				
MES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Ventas x mes	
1	7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573								55,040	78,628
2		7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573							55,040	78,628
3			7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573						55,040	78,628
4				7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573					55,040	78,628
5					7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573				55,040	78,628
6						7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573			55,040	78,628
7							7,863	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573	1,573		55,040	78,628
8								7,863	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	1,747	55,040	78,628
9									7,863	1,966	1,966	1,966	1,966	1,966	1,966	1,966	1,966	1,966	55,040	78,628
10										7,863	2,247	2,247	2,247	2,247	2,247	2,247	2,247	2,247	55,040	78,628
11											7,863	2,621	2,621	2,621	2,621	2,621	2,621	2,621	55,040	78,628
12												7,863	3,145	3,145	3,145	3,145	3,145	3,145	55,040	78,628
Ingresos x mes	7,863	9,435	11,008	12,580	14,153	15,726	17,298	18,871	20,618	22,584	24,830	25,879	19,588	18,016	16,443	14,871	13,298	660,475		
Ingresos acum.	7,863	17,298	28,306	40,887	55,040	70,765	88,063	106,934	127,552	150,136	174,966	200,844	220,433	238,449	254,892	269,762	283,061	943,535	943,535	

Ilustración 86 Flujo de Ventas mensual y acumulado del proyecto



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

9.4 Flujo de Efectivo Edificio Manuela

El cuadro a continuación presenta un análisis de los saldos generados durante el proyecto. El mes de 17 es el que más requerimiento de inversión necesita durante el proyecto.

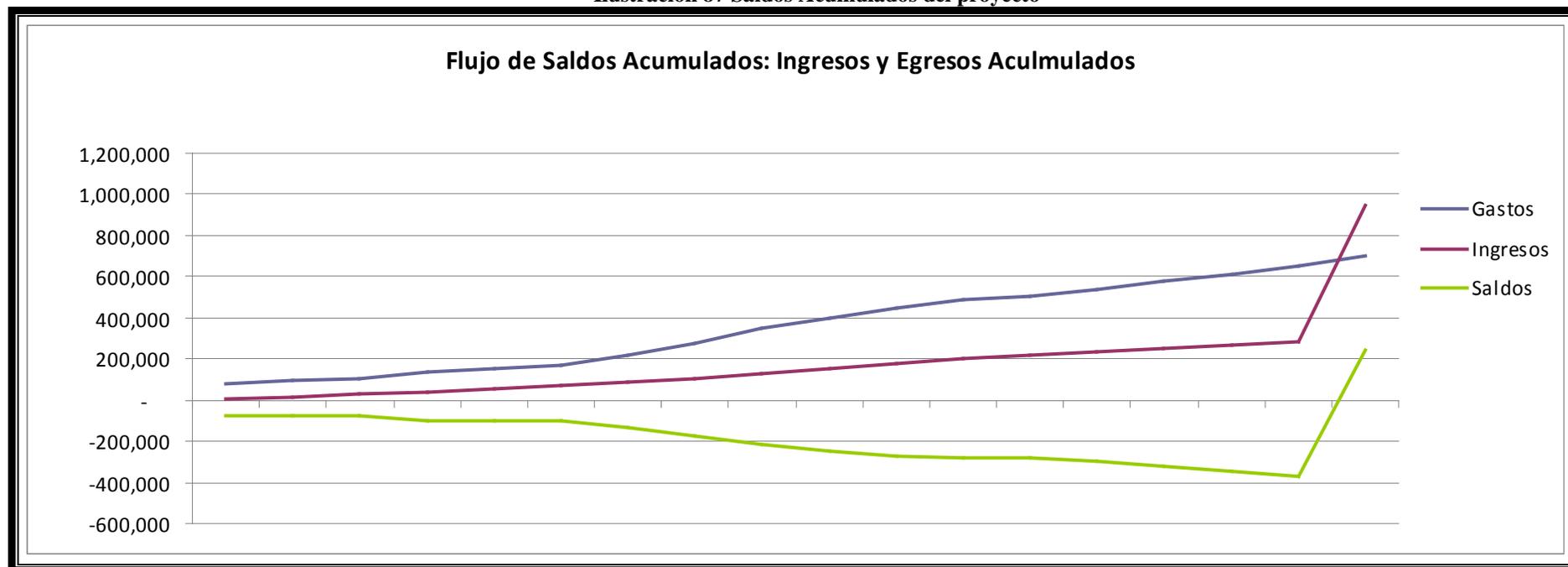
Tabla 30 Flujo de Efectivo Indirectos

FLUJO DE GATOS INDIRECTOS EDIFICIO MANUELA																		
DESCRIPCIÓN	MESES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Gastos mensuales	80,792	13,612	12,158	31,167	19,005	12,812	49,729	59,660	67,275	55,739	48,310	34,145	19,353	35,647	34,922	38,308	40,709	48,779
Ingresos	7,863	9,435	11,008	12,580	14,153	15,726	17,298	18,871	20,618	22,584	24,830	25,879	19,588	18,016	16,443	14,871	13,298	660,475
Saldo	-72,929	-4,176	-1,150	-18,586	-4,852	2,913	-32,431	-40,789	-46,657	-33,155	-23,480	-8,266	236	-17,631	-18,479	-23,437	-27,411	611,696
Gastos Acumulados	80,792	94,403	106,561	137,727	156,732	169,545	219,274	278,934	346,209	401,947	450,258	484,403	503,755	539,402	574,324	612,632	653,341	702,120
Ingresos Acumulados	7,863	17,298	28,306	40,887	55,040	70,765	88,063	106,934	127,552	150,136	174,966	200,844	220,433	238,449	254,892	269,762	283,061	943,535
Saldos Acumulados	-72,929	-77,105	-78,255	-96,841	-101,692	-98,779	-131,210	-172,000	-218,657	-251,812	-275,292	-283,558	-283,323	-300,954	-319,432	-342,870	-370,280	241,416

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

A continuación se presenta los saldos flujos y saldos acumulados del proyecto Edificio Manuela.

Ilustración 87 Saldos Acumulados del proyecto



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

9.5 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa de Descuento

El cálculo del VAN, es una herramienta financiera que nos permite visualizar la valuación de un proyecto.

Consiste en determinar cual es el valor presente de una inversión por medio de los flujos de efectivo generados en un período de tiempo.

Según Samuelson & Nordaus, “el valor actual de un activo que genera una corriente de renta a los largo del tiempo: para valorar este corriente, es necesario calcular el valor actual de cada componente de la renta, lo que se hace aplicando una tasas de descuento (o tipo de interés) a las futuras rentas”.

Como explica el concepto de Samuelson & Nordaus, para poder calcular el VAN, es necesario aplicar una tasa de descuento que implica el costo del capital en el tiempo.

A continuación se presenta el modelo del Método CAMP que es utilizado para realizar el cálculo de la tasas de descuento.

9.5.1 MÉTODO CAPM

Para entender que implica el método CAPM, se presenta la teoría de Sergio Bravo Orellana Profesor del ESAN (Escuela de Administración de Negocios para Graduados Lima-Perú):

“Es un modelo que explica el comportamiento de una inversión en función del comportamiento del mercado. Además pretende servir para proyectar el retorno futuro de una inversión, en función del comportamiento del mercado; no obstante, se debe tener cuidado en ubicar las posibilidades predictivas del CAPM”

“Uno de los aportes del CAPM es la relación que establece entre el riesgo de una inversión con su retorno. Se muestra que la varianza de una inversión, por si misma, no es importante para determinar el retorno esperado de la inversión “.

“Lo que es importante es medir el grado de co-variabilidad que tiene la acción respecto a una medida estándar de riesgo, el que corresponde al mercado. Es el beta de mercado de la acción, el cual mide la co varianza del retorno de la acción respecto al retorno del índice de mercado, redimensionado por la varianza de ese índice”.

Adicionalmente Sergio Bravo Orellana indica cuales son los supuestos que el modelo considera:

1. Los inversionistas son personas adversas al riesgo.
2. Los inversionistas cuidan el balance entre retorno esperado y su varianza asociada para conformar sus portafolios.
3. No existen fricciones en el mercado.
4. Existe una Tasa Libre de Riesgo a la cual los inversionistas pueden endeudarse o colocar sus fondos.
5. No existe asimetría de información

EN otras palabras, el CAPM nos permite realizar un cálculo de la tasa de rentabilidad requerida o de la tasa de mercado para una inversión o un activo determinado, asumiendo un cierto grado de riesgo. (Federico Eliscovich, MDI 2009)

Para el cálculo de la tasa respectiva utilizamos la siguiente fórmula (Federico Eliscovich, MDI 2009):

$$re = rf + (rm - rf) \times \beta + rp$$

De esta ecuación:

re: Tasa de descuento para proyectos de inversión

rf: Tasa de interés libre de riesgo país de referencia (Tasa de pago en inversiones en bonos del tesoro de estados Unidos: 1.19%)

rm: Rendimiento de la industria de la construcción en Estados Unidos.

(17.4% http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/)

β : Coeficiente de riesgo de la industria de la construcción en Estados Unidos.

(0.54 <http://www.reuters.com/finance/industries/allIndustries>)

rp: Tasa asociada al riesgo del país. EMBI (Emerging Markets Bond Index – Índice de Bonos de Países Emergentes). A junio del 2009 el riesgo país del Ecuador esta en los 2174 puntos. (www.elcomercio.com)

Este indicador nos señala cuando es el costo de inversión en un país con una tasas de riesgo, es decir el sobre costo de la inversión a realizar. Se mide en puntos, y cada 100 puntos representa un 1% de sobre costo de la inversión.

En el caso de Ecuador, se debe considerar un sobre costo a la inversión del 27%

Se recomienda el uso de este modelo con una tasa de riesgo menor al 10%. Por esta razón se considera un riesgo país de 1000 puntos (10%) para el cálculo de la tasa de descuento para el proyecto.

Reemplazando los valores en la ecuación tenemos.

$$r_e = 1.19 \times (17.4 \times 1.19) \times 0.54 + 10$$

$$r_e = 20.4\%$$

Tomado en cuenta los resultados de la ecuación, y para poder realizar el análisis financiero del presente proyecto, se considerará una tasa de descuento equivalente al 20% anual lo que equivale al 1.53% mensual.

9.6 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa de Descuento del Edificio Manuela

El flujo de efectivo generado por la construcción y ventas del Edificio Manuela conjuntamente con la tasa de descuento establecida para el cálculo financiero (20% anual), nos permite realizar los cálculos financieros necesarios para visualizar si el proyecto es rentable o no.

Existen dos principales conceptos a analizar: El VAN y el TIR (Tasa interna de retorno).

El concepto del VAN ya lo analizamos anteriormente.

El TIR o Tasa Interna de Retorno, implica la tasa que hace que el VAN sea igual a cero.

A continuación se explica la manera como se debe analizar tanto el VAN como el TIR:

- VAN: Cuando el VAN es positivo, calculándolo con la tasa de descuento establecida, quiere decir que la inversión es aceptable.
- TIR: Cuando el TIR es mayor a la tasa de descuento establecida para el análisis, quiere decir que la inversión es viable.

Analizando los resultados del análisis financiero del Edificio Manuela obtenemos los siguientes datos:

Tabla 31 Indicadores Financieros del proyecto

INDICADORES FINANCIEROS EDIFICIO MANUELA	
VAN	141,629
TIR MENSUAL	5%
TIR ANUAL	82.19%
TASA DE DESCUENTO (ANUAL)	20.0%
TASA DE DESCUENTO MENSUAL	1.53%

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

- VAN: Aplicando la tasa de descuento del 20% anual (1.53% mensual), podemos ver que el resultado es positivo. Esto indica que el proyecto es rentable en el tiempo en el que se ha propuesto realizarlo y venderlo.
- TIR: La Tasa Interna de Retorno esta en un 82.19%, lo que supera claramente el 20% de la tasa de descuento establecida para el proyecto. Esto indica que el proyecto es rentable.

9.7 Análisis de Sensibilidad

En esta sección, se va a realizar un análisis de sensibilidad del VAN y el TIR, en base a los siguientes supuestos:

1. Aumento de Costos
2. Disminución en el Ingreso
3. Variación en los Tiempos de Ventas.

9.7.1 Sensibilidad ante variaciones del costo

Este análisis nos permite conocer hasta que porcentaje pueden subir los costos directos manteniendo un nivel de rentabilidad satisfactorio.

Tabla 32 Sensibilidad del VAN y TIR al aumento de Costos

SENSIBILIDAD AL AUMENTOS DE COSTOS								
% AUMENTO	0.0%	4.0%	8.0%	12.0%	16.0%	20.0%	26.4%	28.0%
VAN	141,629	120,131	98,632	77,134	55,636	34,138	0	-8,858
% VARIACIÓN DEL VAN	0%	-15%	-30%	-46%	-61%	-76%	-100%	-106%
TIR	82%	70%	60%	50%	41%	32%	20%	17%

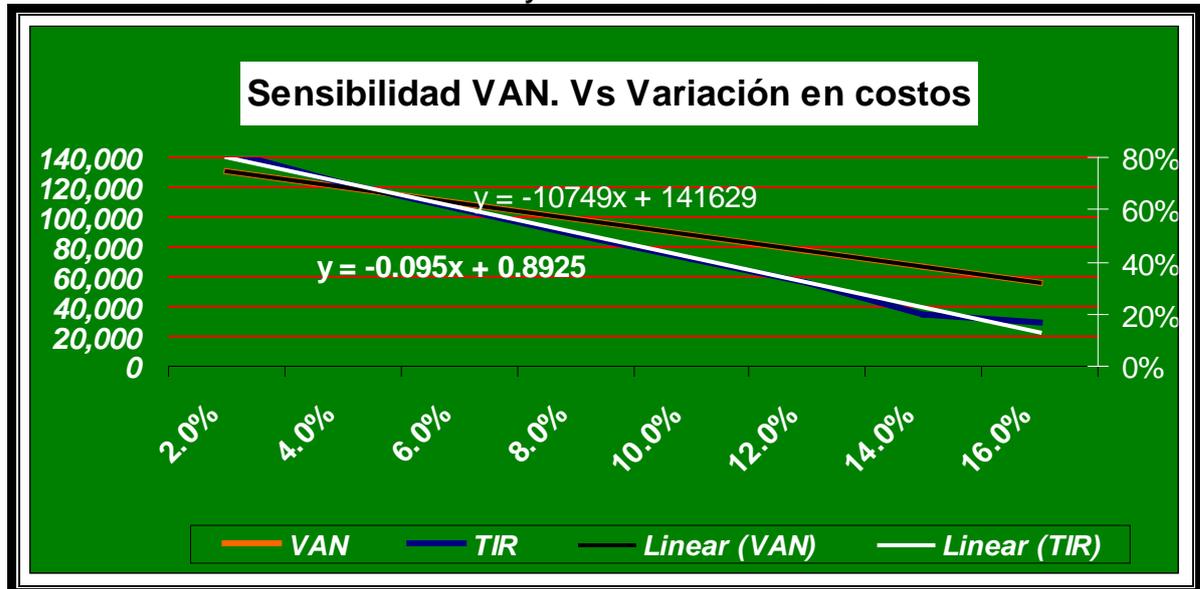
Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

La información del cuadro nos indica lo siguiente: los costos directos de construcción, puede tener un aumento hasta máximo un 26.4% ya que a partir de este valor el VAN del proyecto tiende a ser negativo, lo cual ya no sería una inversión atractiva para los promotores.

Por su lado el TIR es del 20% cuando los costos suben un 26.4%. Si el porcentaje de aumento en costos aumenta, el TIR tiende a bajar, y estaría por debajo de la tasas de descuento elegida para el proyecto.

A continuación se presenta una representación gráfica del comportamiento del VAN y TIR con respecto a cambios en los costos directos.

Ilustración 88 Sensibilidad VAN y TIR vs. Variación en Costos Directos



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

La ecuación lineal de la recta es:

$$y = -10749x + 141.629$$

Donde:

y= Van del proyecto expresado en dólares, y

x= Variación porcentual de los costos directos.

Analizando la ecuación y los resultados del análisis de sensibilidad, tenemos que para una variación del costo del 0%, el VAN es igual a USD141.626, que es el VAN que se ha generado para los flujos de efectivos analizados anteriormente, es decir el VAN del proyecto.

Un aumento de los costos de aproximadamente 26.4% haría que el VAN del proyecto tome el valor de 0.

Esta ecuación permite realizar los cálculos del VAN ante cualquier variación porcentual de los costos, facilitando de esta manera el cálculo de el indicador.

9.7.2 Sensibilidad ante variaciones en el Ingreso /precio

Este análisis nos permitirá conocer cuales son los precios mínimos a los que el promotor podría vender los departamentos para que el proyecto siga siendo rentable.

Cabe indicar, que se ha considerado dentro del análisis los cambios que se producen en el rubro de “comisiones por ventas”, el cual se ve afectado directamente al cambiar los ingresos generados por la venta en cada período.

El cuadro a continuación nos presenta los resultados del análisis de sensibilidad:

Tabla 33 Sensibilidad del VAN y TIR al disminuir los ingresos por venta

SENSIBILIDAD AL PRECIO									
% DISMINUCION	0.0%	-3.0%	-6.0%	-9.0%	-12.0%	-15.0%	-18.7%	-21.0%	-21.0%
VAN	141,629	118,874	96,119	73,365	50,610	27,855	0	-17,654	-17,654
% VARIACIÓN DEL VAN	0%	-16%	-32%	-48%	-64%	-80%	-100%	-112%	-112%
TIR	82%	71%	61%	51%	41%	31%	20%	13%	13%

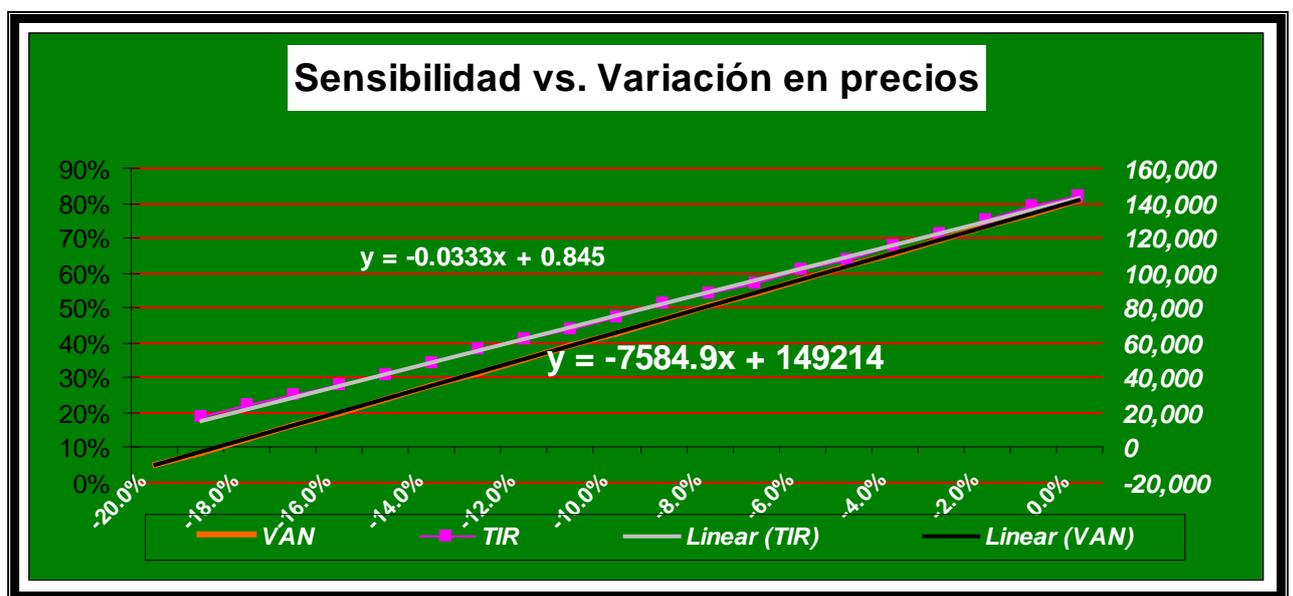
Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

En base a la información que nos brinda el cuadro de variación de sensibilidad, se puede decir que el promotor podrá tener la opción de vender con un descuento máximo del 18.7%, ya que a este valor el VAN=0 y el TIR=20% que es el rendimiento esperado por el promotor.

La venta de los departamentos con un descuento mayor al indicado, provocaría que el VAN fuera negativo y el TIR por debajo de la tasa de descuento utilizada para el análisis financiero del proyecto.

A continuación, se puede ver la sensibilidad del VAN y del TIR, con respecto a una baja en el precio de ventas o en el ingreso.

Ilustración 89 Sensibilidad VAN y TIR vs. Variación en Ingresos



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

La ecuación lineal de la recta es:

$$y = -7584.9x + 149.214$$

Donde:

y= Van del proyecto expresado en dólares, y

x= Variación porcentual de los costos directos.

Analizando la ecuación y los resultados del análisis de sensibilidad, tenemos que para una variación del costo del 0%, el Van es igual a USD141626, que

es el VAN que se ha generado para los flujos de efectivos analizados anteriormente, es decir el VAN del proyecto.

9.7.3 Sensibilidad ante variaciones en el tiempo de ventas

En esta sección se calculará la sensibilidad del VAN en base al tiempo de ventas. Se utilizará la misma suposición establecida para el flujo de ventas en éste análisis: se dividirá el total de ventas para un número determinado de meses en partes iguales.

Adicionalmente, como se lo hizo en el cálculo de la sensibilidad de precios, se calculará los valores correspondientes a los pagos de “comisiones de ventas” de acuerdo al número de meses que este en análisis.

En la siguiente tabla, se presenta el resultado de la sensibilidad del VAN a la sensibilidad en el aumento del tiempo de ventas.

Tabla 34 Sensibilidad del VAN al cambio en el tiempo de ventas

SENSIBILIDAD AL AUMENTO EN TIEMPO DE VENTAS										
DURACIÓN DE VENTAS	12	17	22	27	32	37	42	47	49	50
VAN	141,629	134,781	121,895	104,778	85,970	66,600	47,235	28,172	5,798	-6,048
% VARIACIÓN DEL VAN	0%	-5%	-10%	-14%	-18%	-23%	-29%	-40%	-79%	-204%
TIR	82%	72%	59%	48%	39%	33%	28%	24%	21%	19%

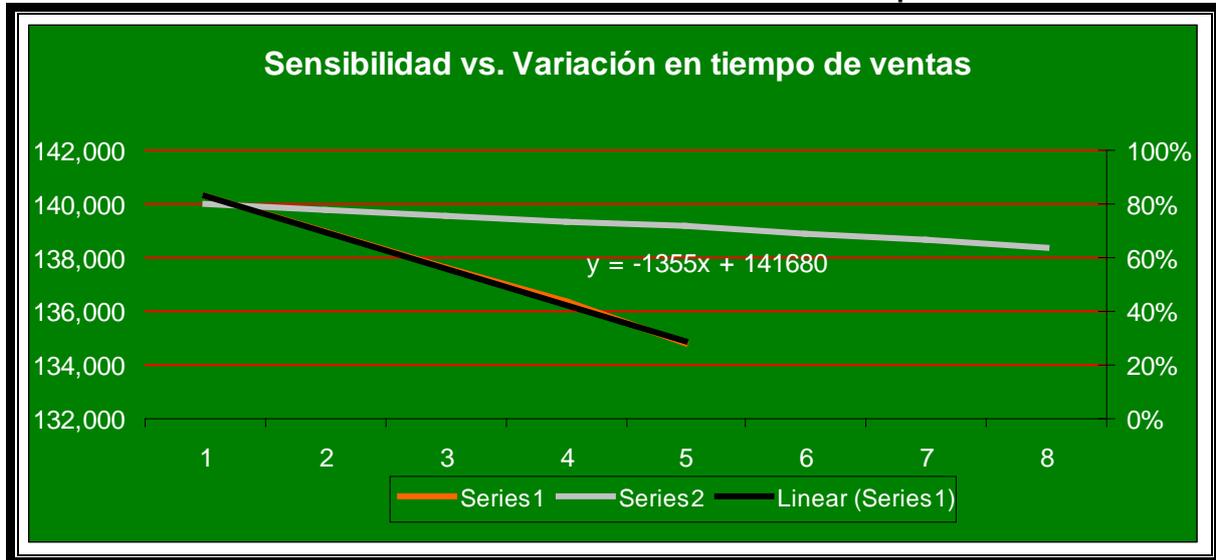
Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Este cuadro nos señala lo siguiente: que el promotor tendrá la capacidad de vender hasta el mes 49 manteniendo un VAN positivo (5.756). A partir del mes 50 el VAN será negativo lo que quiere decir que la inversión no es rentable.

El TIR para el mes 49 es del 21% lo cual esta acorde con la tasas de descuento escogida. A partir del mes 50, el TIR toma valores por debajo de la tasa de descuento elegida por el promotor, lo cual haría del proyecto no atractivo para invertir.

En el gráfico a continuación, se presenta la variación del VAN en función del tiempo de ventas.

Ilustración 90 Sensibilidad de VAN vs. Variación en Tiempo de Venta



Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

La línea que se encuentra en la variación del tiempo de ventas tiende a ser curva, por lo que se tendrá varias ecuaciones dependiendo de donde se ubiquen las variables a lo largo de la línea.

La ecuación de la recta es:

$$y = -1355x + 141.680$$

Donde:

y= Van del proyecto expresado en dólares, y

x= Variación porcentual de los costos directos.

Analizando la ecuación y los resultados del análisis de sensibilidad, tenemos que para una variación en el tiempo de ventas (x) igual a 0, el VAN es

USD141680, que es equivalente al VAN que se ha generado para los flujos de efectivos analizados anteriormente, es decir el VAN del proyecto.

Es recomendable el uso de esta ecuación cuando $0 \leq X \leq 10$.

Par valores de $x \geq 11$, se recomienda el uso de la siguiente ecuación.

$$y = -3743.2x + 12.320$$

Para realizar este cálculo tomamos en cuenta el mes 11 como periodo 1. Por ejemplo. Cuando si analizamos la variación del VAN aplazando el periodo de ventas en 11 meses, x tomaría en valor de 1 en la ecuación:

$$y = (-3743.2 * 1) + 12320$$
$$y = 119.457$$

Esta ecuaciones nos permiten realizar el cálculo del VAN en función del tiempo de ventas de manera más rápida.

9.7.4 Conclusiones de los distintos análisis de sensibilidad

- En base al análisis de sensibilidad del VAN con variaciones en los costos, se puede concluir que el Edificio Manuela tiene una es muy poco sensible a la variación de los costos directos. A partir de un 29.6% en el alza de los precios, el proyecto no es financieramente rentable.
- La sensibilidad del VAN, al igual que en los costos, es muy baja en función de las variaciones de ventas /ingresos. Esto da al promotor la capacidad de negociar maneras de pago más atractivas, o promociones que permitan al promotor tener una ventaja competitiva versus su competencia.

Como resultado de este análisis de sensibilidad, el precio de venta puede bajar máximo a un 18.7% para que el proyecto entregue los rendimientos financieros esperados por el promotor.

- En función de la velocidad de ventas, la sensibilidad del VAN también es muy baja, Como analizamos anteriormente, el promotor podría llegar a vender el 100% de los departamentos en un período máximo de 49meses. Mas allá de este valor, el VAN es negativo.

9.8 Determinación del VAN y TIR del proyecto con apalancamiento bancario.

Para efectos del cálculo de VAN y TIR aplicando al flujo de fondos una estrategia de financiamiento bancario, se va a asumir las siguientes condiciones:

Tabla 35 Hipótesis del apalancamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	OBSERVACIONES
MONTO DEL PRÉSTAMO:	\$ 250,000.00	INGRESA EN EL PRIMER MES Y SE LO PAGA EL 100% EN LOS MESES 17
INTERÉS:	11.5%	ANUAL COM PUESTO MENSUAL MENTE (BANCO DEL PICHINCHA)
PLAZO:	17	MESES
CUOTA MENSUAL (CAP + INT)	\$ 16,006.51	
INTERÉS TOTAL A PAGAR	\$ 22,110.68	INTERÉS TOTAL A 17 MESES
PAGO DE INTERÉS MENSUAL	\$ 1,300.63	CUOTA MENSUAL PAGO DE INTERÉS (17 MESES)
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2%	Del valor total del crédito

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

En base a las estas condiciones, se presenta el cuadro respectivo donde se detalla la responsabilidad de pago del crédito adquirido:

Tabla 36 Amortización del crédito

MES	CAPITAL	GASTOS CONSTITUCIÓN	INTERÉS MENSUAL	GASTOS INTERÉS ACUMULADO
0	\$ 250,000	\$ 5,000		\$ 5,000.00
1			\$ 1,300.63	\$ 6,300.63
2			\$ 1,300.63	\$ 7,601.26
3			\$ 1,300.63	\$ 8,901.89
4			\$ 1,300.63	\$ 10,202.51
5			\$ 1,300.63	\$ 11,503.14
6			\$ 1,300.63	\$ 12,803.77
7			\$ 1,300.63	\$ 14,104.40
8			\$ 1,300.63	\$ 15,405.02
9			\$ 1,300.63	\$ 16,705.65
10			\$ 1,300.63	\$ 18,006.28
11			\$ 1,300.63	\$ 19,306.91
12			\$ 1,300.63	\$ 20,607.54
13			\$ 1,300.63	\$ 21,908.16
14			\$ 1,300.63	\$ 23,208.79
15			\$ 1,300.63	\$ 24,509.42
16			\$ 1,300.63	\$ 25,810.05
17			\$ 1,300.63	\$ 27,110.68

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

A partir de los saldos obtenidos con el flujo de fondos que involucra el pago de los intereses, gastos de constitución y capital del préstamo acogido (Anexo 9), se detallan a continuación los resultados del análisis financiero:

- El VAN del proyecto asumiendo las condiciones mencionadas y la tasas de descuento del 20% anual, es de USD 367.290, lo cual indica que el proyecto sigue siendo rentable con apalancamiento bancario.
- El TIR, con el apalancamiento financiero es de 227.6%, esto se explica por el alto retorno que se da a una inversión baja.

A continuación, se presenta un cuadro que resume y compara los resultados financieros entre la opción sin apalancamiento y la opción con apalancamiento.

Tabla 37 Comparativo indicadores con y sin apalancamiento

COMPARACIONES ENTRE CON /SIN APALANCAMIENTO		
Comparativos VAN (con/sin apalancamiento)		
VAN con apalancamiento	\$ 174,197.36	
VAN sin apalancamiento	\$ 141,628.69	23%
Comparativos TI (con/sin apalancamiento)		
TIR con apalancamiento	\$ 2.28	
TIR sin apalancamiento	\$ 0.82	177%
Utilidad del Proyecto		
Con apalancamiento	\$ 214,305.09	
Sin apalancamiento	\$ 241,415.43	-11%
Inversión del promotor		
Con apalancamiento	\$ -146,090.41	
Sin apalancamiento	\$ -370,280.36	-61%

Elaborado por: Esteban Vergara, 2009

Resumiendo el cuadro se puede decir lo siguiente:

1. La opción con apalancamiento mejora los valores del VAN en un 23% vs. la opción sin apalancamiento, debido a que el crédito que se toma, tiene una tasa menor a la tasa con que es calculado el proyecto.
2. Se ve una mejora en el TIR del 177% debido a la reducción en los montos de inversiones.
3. La utilidad del proyecto se reduce en un 11% con la opción de financiamiento, debido al gasto financiero que el apalancamiento genera.
4. En base a los saldos de los flujos entre las dos opciones, la opción con financiamiento, reduce el nivel de inversión del promotor en un 61% comparado con la opción sin financiamiento.

9.8.1 Conclusiones Análisis Financiero con y sin apalancamiento bancario

Después de analizar los resultados, resulta beneficioso para el promotor, utilizar apalancamiento para de esta manera destinar fondos a otros proyectos inmobiliarios,

Es recomendable, que la decisión de optar por un apalancamiento bancario, sea acompañada con una estrategia de ventas más agresiva, que permita generar los flujos suficientes para poder amortizar los pagos del crédito obtenido en el plazo determinado.

10 CAPITULO X: Estrategia Legal

En este capitulo se va a analizar todas las actividades legales que apoyan a la consecución exitosa del proyecto.

Para tener una idea más completa vamos a analizar los aspectos legales en función de las etapas del proyecto. Estas son:

- Planificación
- Ejecución
- Promoción y Ventas
- Entrega de vivienda y cierre de proyecto

El cumplimiento de los Aspectos Legales es imperativo para el éxito del proyecto. A continuación se presenta una tabla de la actividad con su respectivo nivel de cumplimiento.

Tabla 38 Cronograma de Seguimiento Aspectos Legales

Cronograma de Seguimiento Aspectos Legales		
Tarea	Mes de Realización	Cumplimiento
Escritura de propiedad del terreno	1	100%
Aprobación de planos	Mes 1-2	100%
Impuestos Varios	Mes 1-2	100%
Permiso de construcción	Mes 1-2	100%
Permisos de rotulación y publicidad	Mes 1-2	100%
Etapas de Ejecución	Mes 3-17	60%
Promoción y Ventas	Mes -1- 17	60%
Declaratoria de propiedad horizontal	Mes 16-17	0%
Permiso de habitabilidad	Mes 16-17	0%

Elaborado por: Estaban Vergara, 2009

A continuación se detallan todas las actividades que implican cada una de las etapas que involucran Aspectos Legales.

10.1 Etapa de Planificación

A continuación se explica los requerimientos legales que se deben tomar en cuenta dentro de la etapa de planificación.

10.1.1 Informe de Regulación Metropolitana

Para poder realizar la planificación de un proyecto inmobiliario, lo primero que se debe obtener es el Informe de Regulación Metropolitana (IRM).

Este documento no da toda la información correspondiente al predio donde va a levantar el proyecto, así como nos entrega las limitaciones que el mismo tiene.

En el IRM consta la siguiente información:

- Área disponible para construir en planta baja (COS PB)
- Área máxima de edificación (COS TOTAL)
- Altura máxima de edificación permitida
- Número máximo de unidades de vivienda
- Retiros de edificación que se deben respetar
- Usos del suelo permitidos y prohibidos
- Disponibilidad de servicios básicos

Con esta información pasamos a la etapa de planificación arquitectónica del proyecto.

10.1.2 Aprobación de planos

Una vez realizado el diseño arquitectónico del proyecto es necesario aprobarlos. Para esto se necesita los siguientes requisitos:

- Formulario con el registro de datos y timbres
- Informe de Regulación Metropolitana
- Dos juegos de planos arquitectónicos
- Un juego de planos de anteproyecto
- Comprobante de pago del 1 x 1.000 a colegios profesionales
- Comprobante de pago del impuesto predial
- Escrituras del terreno o el compromiso de compraventa
- Original del pago del impuesto predial año en curso

10.1.3 Permiso de construcción

Para poder iniciar el proyecto, es necesario obtener el permiso de construcción respectivo. Para obtenerlo se necesita:

- Formulario de solicitud de permiso de construcción
- Informe de Regulación Metropolitana
- Informe de aprobación de planos arquitectónicos
- Juego de planos arquitectónicos aprobados
- Comprobante de pago por construcción a los colegios profesionales
- Comprobante de pago por fondo de garantía
- Comprobante de pago por aprobación de planos
- Dos juegos de planos estructurales
- Dos copias en microfilms de los planos estructurales, posteriores a la aprobación
- Dos juegos de instalaciones eléctricas e hidro-sanitarios
- Una hoja estadística de construcción

10.1.4 Permisos de rotulación y publicidad

Es importante considerar que cuando se va a utilizar medios publicitarios como valles, es necesario realizar las siguientes gestiones:

- Solicitud con timbres respectivos
- Copia de pago del impuesto predial, si es propietario
- Autorización del dueño del inmueble o el contrato de arrendamiento, si es arrendatario
- La leyenda y diseño de la propuesta con las respectivas dimensiones y su ubicación

10.2 Etapa de Ejecución

Se tramitan los siguientes requerimientos:

- Se solicita al EMAAP (Empresa Municipal de Alcantarillado y Agua Potable), la acometida de alcantarillado y agua potable (en caso de no existir) por medio del EMMAP
- Se solicita a la empresa eléctrica la acometida de energía para el proyecto.

10.3 Promoción y Ventas

En el proceso de promoción y compra – venta, se deben tomar en cuenta los siguientes requerimientos:

- Se deben firmar contratos con los proveedores de servicios de publicidad. Ej. Impresiones, diseño, POP, vallas etc.

- En caso de contar con corredores de venta, ya sean personas naturales o jurídicas, es importante que existan documentos legales que respalden las condiciones que se establecen en la negociación.
- Por último cuando se ejecuta la venta, se firman con los clientes promesas de compra y venta que deben ser legamente llevadas.

10.4 Entrega de Vivienda y Cierre de Proyecto:

10.4.1 Declaratoria de propiedad horizontal

La declaratoria de propiedad horizontal consiste en una herramienta que permite dividir el total de la propiedad de las nuevas unidades que se han vendido.

La división se la hace de manera porcentual, dependiendo de la ingerencia de cada de las áreas al total útil del proyecto. Para gestionar el trámite de propiedad horizontal es necesario:

- Formulario de propiedad horizontal debidamente registrado y con los timbres respectivos.
- Informe de aprobación de planos de las edificaciones
- Juego completo de planos arquitectónicos aprobados
- Cuadro de alícuotas, el cuadro de linderos y el cuadro de áreas comunales firmados por un arquitecto o ingeniero
- Copia certificada de las escrituras del terreno inscrito en el Registrador de la Propiedad.
- Certificado actualizado del Registrador de la Propiedad
- Comprobante de pago del impuesto predial del año anterior

10.4.2 Permiso de habitabilidad

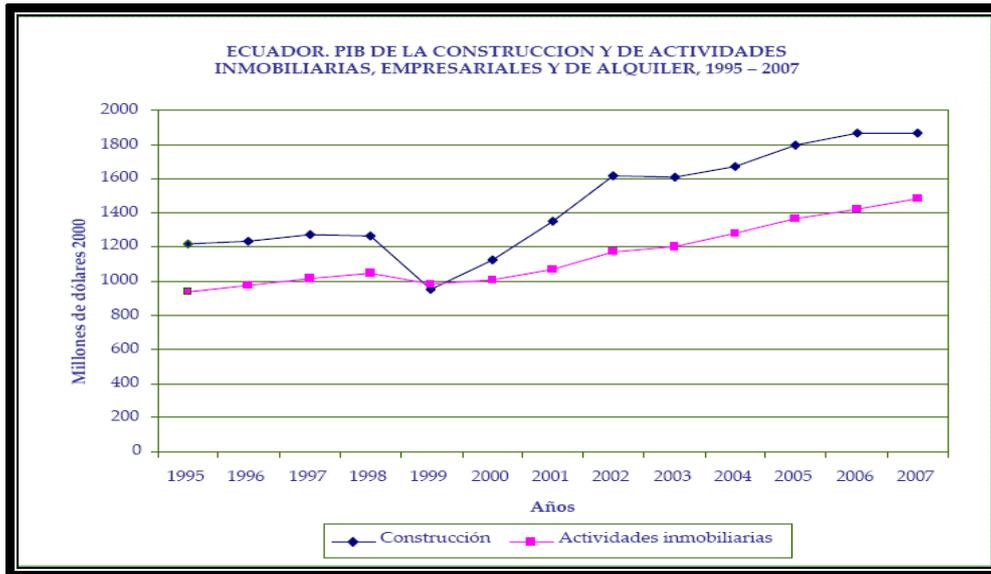
Una vez que la construcción ha terminado y el proceso de ventas esta en su cierre, es importante gestionar el permiso de habitabilidad. Para obtenerlo se requiere.

- Informe de Regulación Metropolitana
- Permiso de construcción
- Una copia de los planos arquitectónicos aprobados

11 ANEXOS

11.1 Anexo 1 PIB DE LA CONSTRUCCION Y DE ACTIVIDADES INMOBILIARIAS

Fuente: Franklin Manguashca. MDI: Universidad San Francisco de Quito.



11.2 Anexo 2 PIB DE LA CONSTRUCCIÓN

Fuente: Franklin Manguashca. MDI: Universidad San Francisco de Quito.

**ECUADOR. PIB DE LA CONSTRUCCION Y DE ACTIVIDADES
INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER, 1995 – 2007**
(Millones dólares 2000)

Años	Construcción	Actividades inmobiliarias
1995	1222	940
1996	1238	975
1997	1271	1017
1998	1268	1047
1999	952	981
2000	1127	1004
2001	1349	1071
2002	1619	1169
2003	1608	1207
2004	1673	1281
2005	1796	1367
2006	1864	1418
2007	1865	1481

Fuente: BCE, IEM, Septiembre 2008, pp. 96 y 97

11.3 Anexo 3 DESEMPLEO THE NEW YORK TIMES

The New York Times

Jobless Rate at 14-Year High After October Losses

By [PETER S. GOODMAN](#)

Published: November 7, 2008

The American economy lost another 240,000 jobs in October, the government reported Friday, as cash-strapped consumers pulled back and businesses hunkered down, intensifying the distress gripping much of the country.

Multimedia



Graphic

The Labor Picture in October

The unemployment rate spiked to 6.5 percent from 6.1 percent, the highest level since 1994. Many analysts now expect unemployment will reach 8 percent by the middle of next year.

Coupled with revisions to September's data — which now show a loss of 284,000 jobs, down from an initial estimate of 159,000 — the economy has shed 1.2 million jobs since the beginning of the year. More than half the job losses have been in the last three months.

“The economy is slipping deeper into a recessionary sinkhole that is getting broader,” said Stuart G. Hoffman, chief economist at PNC Financial Services Group in Pittsburgh. “The layoffs are getting larger, and coming faster. We’re likely to see at least another six months of more jobs reports like this.”

The latest evidence of widening economic pain seemed certain to inject more urgency into the debate over another round of government spending aimed at stimulating growth. It amplified the sense that President-elect Barack Obama will inherit an unenviable list of challenges.

Mr. Obama has in recent months called for another package of so-called stimulus spending initiatives. Democratic leaders in the House said this week that they would seek swift passage of \$60 billion to \$100 billion worth of measures that would extend unemployment benefits and food stamps, while aiding states whose tax revenues have plummeted. They would then pursue a broader package of measures that could reach \$200 billion after Mr. Obama takes office in January.

The Bush administration has criticized Democratic proposals for immediate aid, raising the specter of a veto.

On Friday, President Bush, in a written statement, acknowledged the latest jobs report as a sign of “difficult challenges confronting our economy.” But he added that a series of “aggressive and decisive measures to address this situation” already unleashed by the government will eventually provide relief.

“It will take time for these measures to have their full impact on an economy in which many Americans are struggling,” Mr. Bush said.

The number of unemployed Americans increased by 603,000 in October to 10.1 million — the largest number since 1983. More than 22 percent of all unemployed people have been out of work for six months or longer — another level not reached in a quarter-century.

Only 32 percent of all unemployed people were drawing state benefit checks in October because of restrictions on eligibility for part-time workers and those who were not in their jobs long enough to qualify. More than half of all unemployed people drew benefits in the 1950s, and about 45 percent received state checks during the last recession in 2001.

“It’s a national shame, the state of our safety net,” said Andrew Stettner, deputy director of the National Employment Law Project in New York. “We need to be helping these families avert financial disaster, and help make up for the loss of consumer demand, and the best way we can do that is to get people unemployment checks.”

In South Plainfield, N.J., Ken Stelma, 49, has been out of work since January, when he lost his job as a customer care representative for a company that installs kitchens. Since then, he has been living mostly on a \$562 weekly unemployment check, in place of his old roughly \$1,200 paycheck.

Despite dozens of applications — from sales positions at Lowe’s and Home Depot to a cooking job at a home for the elderly — Mr. Stelma, remains without work.

Last month, Mr. Stelma’s unemployment benefits ran out. Now, he is relying on his girlfriend to pay his rent. This month, his provisional health coverage — a carryover from his best job — will end, because he can no longer afford the \$250 a month. That will leave him with a tumor in his foot and no insurance. Next, he figures he will have to stop paying his auto insurance.

“What am I going to, drive illegally just to go out and look for a job?” Mr. Stelma said.

The latest monthly snapshot of the jobs market reinforced how the economy remains gripped by a potent combination of troubles — plunging housing prices, tight credit and shrinking paychecks — with all three in a downward spiral

11.4 Anexo 4 DESEMPLEO THE NEW YORK TIMES

The New York Times

Latino Immigrants Hit by Jobs Shortage

By [JULIA PRESTON](#)

Published: June 5, 2008

Latino immigrants were especially hard hit over the last year by the slump in the construction industry, reaching 7.5 percent unemployment in the first three months of 2008, according to a report released Wednesday by the Pew Hispanic Center.

The loss of construction jobs by immigrants from Latin America contributed to a spike in unemployment among all Latino workers to 6.5 percent, compared with 4.7 percent unemployment for non-Latino workers, the report found. As recently as late 2006, Latino workers had achieved their historic low unemployment rate of 4.9 percent, based mainly on a job boom among immigrants, the report said.

“To put it bluntly, Hispanics had a rough time in the labor market in 2007,” said Rakesh Kochhar, the author of the report who is associate director for research at the Pew center, a nonpartisan organization in Washington.

Job loss was particularly severe for Mexican immigrants, whose unemployment rate rose to 8.4 percent from 5.5 percent in 2007, the report found. Of 247,000 jobs lost by Latino workers in the construction industry in 2007, workers born in Mexico lost 152,000 jobs, or about 60 percent.

Latino workers make up about 14 percent of the United States labor force, and about 52 percent of them are immigrants. The Pew report, which is based on recent data from the census and the Bureau of Labor Statistics, does not distinguish between legal and illegal immigrants.

The banking credit crisis and a drop in home prices led to an abrupt slowdown in new home building last year. Illegal immigrant workers have been concentrated in construction, accounting for 12 percent of employment in that industry, according to a Pew study in 2006. Mexicans account for about 55 percent of more than 11 million illegal immigrants in the United States, the Pew center has estimated.

Despite the heavy impact of the economic downturn on Latino immigrants, they did not appear to be giving up on finding jobs or leaving the United States, according to the report. Labor force participation among Latino immigrant workers has remained more or less constant since 2003, Mr. Kochhar said.

“For now they continue to be here and they continue to look actively for work,” he said.

But the report found signs that fewer Latino immigrants are coming to the United States. In 2007, the population of Latino immigrants ages 16 and older increased by 462,000, about the same as in 2006. Those figures were in contrast to 2005, when the number of Latino immigrant workers increased by 784,000.

11.5 Anexo 5 DESEMPLEO EN ECUADOR DIARIO EL COMERCIO

[El Ecuador registra una tasa de desempleo del 7,3%](#)

Publicado el 24/Febrero/2009 | 00:08

En 2007, este indicador cerró en un 6,06%, según la OIT

Al cierre de 2008

"La tasa de desempleo y subocupación se ha mantenido estable en 2008, pero a partir de junio comenzó a incrementarse por efectos de la crisis financiera internacional", señala el Informe de Coyuntura Económica de la Flacso 2008.

Así, este indicador creció un 8,7% para octubre. Mientras que junio y julio reportaron una tasa del 6,6%. Sin embargo, a partir de septiembre se evidenció una recuperación y el año cerró por debajo del 7,5%, indica el documento.

De su parte, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) anunció que en el país existen unos 320 mil desempleados, frente a 1,9 millones de personas ocupadas. Con estos números, el ente oficial ratifica

que el desempleo alcanzó el 7,3% en el anterior año. Los estratos más pobres se habrían beneficiado del aumento de plazas.

No obstante, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) consideró que el Ecuador ha sido uno de los países de América Latina con la menor reducción de desempleo. Según su informe anual, con datos cerrados a noviembre del año pasado, la tasa del desempleo en el país pasó de 6,06% en 2007 a 7,3% en 2008.

Entretanto, Guayaquil es la ciudad con mayor tasa de desempleo, la cual se ubicó en 9,5%. Le siguen Quito, con el 5,8%, y Cuenca, con un 4,4%, según el Banco Central del Ecuador (BCE).

Por otra parte, la tasa de subocupación se ha mantenido en torno al 45% de la Población Económicamente Activa (PEA). Este indicador se ubicó en el 46,4%. Sin embargo, esta tasa mejoró a fines de año y se situó en 43,8%, señaló el estudio de la Flacso. "Esto responde al masivo desempleo provocado por el Mandato Constituyente N.º 8, que eliminó la tercerización laboral", estableció el documento. (APB)

Hora GMT: 24/Febrero/2009 - 05:08

11.6 Anexo 6 CIFRAS ECONOMICAS DEL ECUADOR A MARZO DEL 2009



BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Abril - 2009

Cifras económicas del Ecuador

Sector Real

PRODUCTO INTERNO BRUTO	2008 (*)	2009 (previs.)
Tasa de variación anual (USD 2000)	6,52%	-
PIB (millones USD 2000)	23.530	-
PIB per cápita (USD 2000)	1.704	-
PIB (millones USD corrientes)	-	-
PIB per cápita (USD corrientes)	-	-
Tasa de variación PIB Trimestral (CVE)	2008.III	2008.IV
PIB TOTAL	0,77%	-0,25%
Explotación de minas y canteras	-1,02%	-0,24%
Servicios(+)	0,94%	0,41%
Comercio al por mayor y menor	1,31%	-1,15%
Industria manif. (excluye refinación de petróleo)	1,31%	0,16%
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	-1,76%	-0,95%
Construcción	4,05%	0,25%
Otras Ramas(++)	-3,40%	1,52%
PRECIOS Y SALARIOS (1)	Mar-09	Abr-09
Inflación		
Anual	7,44%	6,52%
Mensual	1,09%	0,65%
Acumulada	2,28%	2,95%
Indice de Precios al Consumidor	122,41	123,21
Salarios (USD)	Mar-09	Abr-09
Salario mínimo vital nominal promedio	254,21	254,21
Salario unificado nominal	218,00	218,00
Salario real (a)	207,68	206,32
MERCADO LABORAL (2)	Dic-08	Mar-09
Tasa de Desocupación Total	7,50%	8,6%
Quito	5,76%	6,99%
Guayaquil	9,48%	14,00%
Cuenca	4,37%	4,90%
Ambato	3,78%	4,10%
Machala	8,68%	10,90%
Tasa de Subocupación Total	43,76%	51,9%
Quito	41,60%	45,10%
Guayaquil	45,84%	50,68%
Cuenca	34,94%	41,50%
Ambato	49,31%	58,50%
Machala	47,44%	55,09%

Sector Monetario y Financiero

INDICADORES MONETARIOS	Mar-09	Abr-09
Tasas de interés		
Activa referencial Com. corporativo	9,24	9,24
Activa referencial Com. PYMES	11,23	11,12
Activa referencial consumo	15,71	15,77
Activa referencial consumo minorista	18,42	18,58
Activa referencial vivienda	10,86	11,03
Activa referencial Micro ac. ampliada	22,58	22,08
Activa referencial Micro ac. simple	28,52	28,80
Activa referencial Micro subsistencia	31,62	30,67
Sistema Financiero (millones USD)		
Captaciones OSDs (b)	12.590	12.690
Cartera vencida y por vencer OSDs	12.846	12.589
Cartera vencida OSDs	1.131	1.140
Cartera por vencer OSDs	11.715	11.450
RILD (c) (millones USD)	3.244	3.142
Indices Bursátiles (3)	Mar-09	Abr-09
ECU-INDEX GLOBAL (UIO)	971,03	945,04
IPECU-BVG (GYE)	199,49	193,20

El presente documento se basa en extenso en la Información Estadística Mensual del BCE No. 1886, además de otras fuentes oficiales que se citan. Los datos de 2008 (*) corresponden a la suma de las Cuentas Trimestrales del año, los datos de 2009 (previs.) con los valores de la nueva previsión para este año serán publicados en la próxima cartilla. (1) Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2) Hasta Dic. 2008 el BCE publicó las cifras mensualmente para 5 ciudades; a partir de mar. 2009 se publica trimestralmente el Total Nacional Urbano Fuente: Encuesta de Indicadores de Coyuntura del Mercado Laboral. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (3) Fuente: Bolsas de valores de Quito y Guayaquil. (4) Fuente: Petroecuador y compañías privadas. (5) Fuente: Federal Reserve Bank, CITIBANK N.Y. y FMI. (a) Salario mínimo legal promedio deflacionado en función del IPC mensual. (b) Las OSD comprenden los bancos, sociedades financieras, mutualistas, cooperativas, BEV y BNF. (c) Reserva Internacional de Libre Disponibilidad. (d) El valor total de importaciones reportado incluye las importaciones de la HDN. (e) Precio mensual promedio final de comercialización. (f) Corresponde a la variación porcentual del acumulado mensual hasta el mes referido con respecto a igual período del año anterior. (g) Corresponde a la variación porcentual del mes de referencia con respecto al mismo correspondiente al año anterior. (+) Incluye hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a las empresas y a los hogares; educación, y salud. (++) Incluye Transporte y Almacenamiento, Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria, Intermediación financiera, Pesca, Suministro de electricidad y agua, Hogares privados con servicio doméstico, Fabricación de productos de la refinación de petróleo.

Sector Externo

COMERCIO EXTERIOR	Feb-09	Mar-09
Exportaciones (millones USD FOB)		
Total exportaciones mes	784,11	949,53
Total exportaciones acumuladas	1.646,96	2.596,49
Exportaciones ac. petroleras	630,60	1.011,88
Exportaciones ac. no petroleras	1.016,36	1.584,61
Importaciones (millones USD FOB)		
Total importaciones mensuales	1.022,49	1.117,79
Total importaciones acumuladas (d)	2.299,01	3.416,79
Imp. ac. materias primas	753,07	1.155,09
Imp. ac. bienes consumo	530,06	761,31
Imp. ac. bienes de capital	689,28	1.032,04
Imp. ac. combustibles lubricantes	321,94	460,23
Imp. ac. bienes diversos	4,66	8,12
Balanza comercial acumulada	-652,05	-820,30
Exportaciones acumuladas (millones USD FOB)		
Primarios acumulados	1.174,54	1.880,97
Petróleo crudo	540,88	888,76
Banano y plátano	306,77	492,87
Camarón	88,76	141,57
Flores naturales	101,93	154,97
Cacao	38,55	56,62
Otros primarios	97,66	146,18
Industrializados acumulados	472,41	715,51
Derivados de petróleo	89,72	123,12
Otros prod. mar elaborados	111,07	160,69
Manufacturas de metales	79,68	130,53
Químicos y fármacos	19,91	30,93
Manufacturas de textiles	30,88	48,13
Café elaborado	10,79	17,39
Otros industrializados	130,36	204,72
Petróleo (4)	Feb-09	Mar-09
Valor unitario (USD / barril) (e)	26,65	36,30
Exportaciones mensuales (miles de barriles)	9.461,24	9.584,78
Exportaciones acumuladas (miles de barriles)	20.241,22	29.825,99
Variación (t/t-12) exp. acum. en barriles (f)	-17,33%	-10,73%
Variación (t/t-12) exp. mensuales en barriles (g)	-22,82%	7,38%
Cotización del Dólar (5)	Mar-09	Abr-09
Colombia (Peso)	2.568,05	2.281,54
Perú (Nuevo Sol)	3,16	3,01
Euro	0,76	0,75
Indice de Tipo de Cambio Efectivo real	91,65	91,81
Sector Finanzas Públicas		
(millones USD, base caja acumulados)	Nov-08	Dic-08
Egr. totales del presup. del gobierno central acum.	12.182	14.413
Ingresos del presup. del gobierno central acum.		
Ingresos totales acumulados	12.631	13.633
Ingresos petroleros acumulados	4.305	4.401
Ingresos no petroleros acumulados	8.326	9.232
Impuesto a las importaciones	706	789
Impuesto a la renta	2.221	2.339
Impuesto al valor agregado (IVA)	2.573	2.825
Impuesto a los consumos especiales (ICE)	430	474
Otros ingresos	2.397	2.806
	Feb-09	Mar-09
Deuda pública Total	14.196	14.179
Deuda pública interna	4.134	4.134
Deuda pública externa	10.062	10.045

11.7 Anexo 8 COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS PROYECTO MANUELA

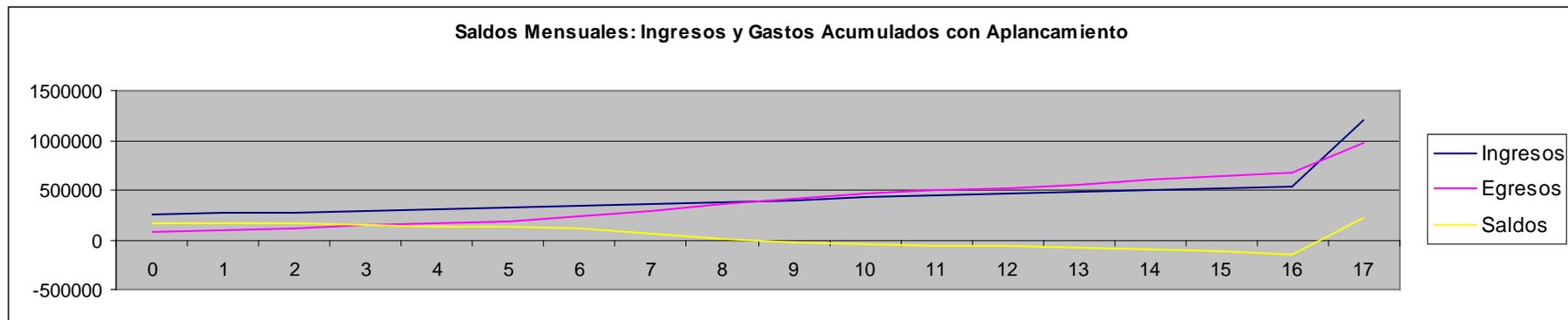
COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS PROYECTO MANUELA			
(A) TERRENO	Area (m2)	Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
SUBTOTAL	680.00	\$ 116.78	\$ 79,408.33
(B) COSTO DE CONSTRUCCION	Area (m2)	Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
Area útil (COS 40 - 120 %)	829.57	\$ 393.40	\$ 326,353.43
Area terrazas comunales	231.20	\$ 80.00	\$ 18,496.00
Area comunal cubierta	231.04	\$ 240.00	\$ 55,449.60
Area parqueos vendible	159.92	\$ 220.00	\$ 35,182.40
Area parqueos circul.	169.56	\$ 220.00	\$ 37,303.20
Area de Bodegas	32.10	\$ 220.00	\$ 7,062.00
Area de Jardines	135.40	\$ 9.00	\$ 1,218.60
SUBTOTAL	1,788.79	\$ 481,065.23	\$ 481,065.23
(C) ESTUDIOS Y PLANIFICACION		Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
Estudio de mercado		\$ -	0%
Arquitectura Y Direccion arquitectonica		\$ 7,215.98	1%
Declaración propiedad horizontal		\$ 962.13	0%
Cálculo Estructural		\$ 1,924.26	0%
Diseño Hidro-Sanitario		\$ 817.81	0%
Diseño Eléctrico-Telefónico		\$ 1,683.73	0%
Diseño Gas		\$ 600.00	0%
Estudio de Suelos		\$ 721.60	0%
Programación y presupuesto		\$ 962.13	0%
Fotocopias y Varios		\$ 962.13	0%
SUBTOTAL		\$ 15,849.77	2%
(D) TASAS, IMPUESTOS, GASTOS		Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
Colegio de Arquitectos		\$ 481.07	0%
Aprobación de planos		\$ 721.60	0%
Fondo de Garantía		\$ 721.60	0%
Permiso Construcción		\$ 481.07	0%
Cuerpo de Bomberos		\$ 481.07	0%
Impuesto Predial (2 años)		\$ 721.60	0%
Colegio de Ingenieros		\$ 481.07	0%
Impuesto de Alcantarillado		\$ 144.32	0%
Impuesto EMAP Matriz		\$ 192.43	0%
Impuesto EMAP Construcción		\$ 192.43	0%
Gastos Legales		\$ 1,443.20	0%
Seguro Todo Riesgo		\$ -	0%
Empresa Eléctrica		\$ 2,405.33	0%
Acometida Emetel		\$ 962.13	0%
SUBTOTAL		\$ 9,428.88	1%
(E) IMPREVISTOS		Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
SUBTOTAL		\$ 14,431.96	2%
(F) HONORARIOS EJECUTORES		Costo Unitario (US\$)	Total (US\$)
Contabilidad (USD 150 x 24 meses)		\$ 1,415.30	0%
Fiscalizacion		\$ 4,810.65	1%
Gerencia de Proyectos (% precio venta)		\$ 19,242.61	3%
Comision de Ventas (% precio venta)		\$ 37,741.41	5%
Dirección Técnica		\$ 31,269.24	4%
Publicidad		\$ 4,810.65	1%
Asesoría Legal		\$ 2,645.86	0%
SUBTOTAL		\$ 101,935.73	15%
(G) COSTO FINANCIERO		Total	% Sobre Costo Total
SUBTOTAL		\$ -	\$ -
Costo Total del Proyecto		\$ 702,119.89	100%

11.8 Anexo 9 FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO

Flujo de fondos con apalancamiento Bancario

FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO																			
	TOTAL	MES																	
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
INGRESOS	254892	7863	9435	11008	12580	14153	15726	17298	18871	20618	22584	24830	25879	19588	18016	16443	14871	13298	660475
EGRESOS	574324	80792	13612	12158	31167	19005	12812	49729	59660	67275	55739	48310	34145	19353	35647	34922	38308	40709	48779
FINANCIAMIENTO																			
INGRESOS NO OPERATIVOS																			
Crédito Bancario	250000	250000																	
EGRESOS NO OPERATIVOS																			
Gastos Constitución Crédito (2%)	5000	5000																	
Gastos Interés Crédito (9,30%)	22111		1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301	1301
Cancelación de Crédito	0																		250000
INGRESOS PARCIALES	257863	9435	11008	12580	14153	15726	17298	18871	20618	22584	24830	25879	19588	18016	16443	14871	13298	660475	
EGRESOS PARCIALES	85792	14912	13458	32467	20305	14113	51030	60961	68576	57039	49611	35446	20653	36948	36222	39609	42009	50079	
SALDOS PARCIALES	172071	-5477	-2450	-19887	-6152	1613	-33732	-42090	-47958	-34456	-24781	-9567	-1065	-18932	-19779	-24738	-28711	610395	
INGRESOS ACUMULADOS	257863	267298	278306	290887	305040	320765	338063	356934	377552	400136	424966	450844	470433	488449	504892	519762	533061	1193535	
EGRESOS ACUMULADOS	85792	100704	114162	146629	166935	181048	232078	293038	361614	418653	468264	503710	524363	561310	597533	637142	679151	729230	
SALDOS ACUMULADOS	172071	166594	164144	144257	138105	139717	105986	63896	15938	-18517	-43298	-52865	-53930	-72862	-92641	-117379	-146090	464305	
VAN	\$ 367,290																		
TIR MENSUAL	10%																		
TIR ANUAL	227,6%																		
TASA DE DESCUENTO (ANUAL)	20,0%																		
TASA DE DESCUENTO MENSUA	1,53%																		

Saldos Mensuales: Ingresos y Gastos Acumulados con Apalancamiento



12 Bibliografía

12.1 Referencias Bibliográficas

- Gridcon Consultores. Estudio de la demanda de vivienda. Quito (2005-2007)
- Guía PMBOK, 10 Step, Fundamentos de la Dirección de Proyectos. Project Management Institute, EDT, Inc. (2008) Pág. 150
- Ernesto Gamboa & Asociados y Market Watch. Estudio de la demanda de vivienda. Quito (2008).
- KOTLER, Philip, Fundamentos de Marketing, McGrawHill, 2003, Capítulo: Segmentación de Mercados.
- Vásquez Lola, Saltos Napoleón, Ecuador su realidad, 2008-2009, Ecuador, Pág.158, 232.
- Samuelson & Nordaus, Economía, McGrawHill, 2002. Cálculo del VAN.

12.2 Referencias Hemerotecas:

- Diario El Comercio. Los emigrantes venden sus propiedades en Ecuador 5/29/2009
- Banco del Pichincha. Departamento de Control Financiero. Ing. Juan José Yépez E.
- Banco Solidario. Vicepresidencia de Riesgos. Eco. Alberto Moscoso
- Proyecto Inmobiliario Torres Lisboa Marco Robalino Vasco, , Tesis de Maestría, MDA 2006
- The New York Times, Jobless Rate at 14-Year High After October Losses By PETER S. GOODMAN, November 7, 2008
- The New York Times, Latino Immigrants Hit by Jobs Shortage, JULIA PRESTON, June 5, 2008

12.3 Referencias Electrónicas

- <http://www.bce.fin.ec>. Indicadores Macroeconómicos. Mayo 2009
- <http://www.inec.gov.ec/web/guest>. Indicadores Macro económicos y sociales Mayo 2009
- <http://www.pichincha.com/web> Tasas Activa y Pasiva. Mayo 2009
- <http://www.zonaeconomica.com/inversión/metodos>. Varios temas económicos
- <http://www.latinomadrid.com/noticia.php?id=7562>. Remesas inmigrantes . Oct. 2008
- http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/. Valuación de mercados. Junio 2009
- <http://www.reuters.com/finance/industries/allIndustries>. Valuación de mercados. Junio 2009
- www.elcomercio.com. Riesgo País. Junio 2009
- http://us.ishares.com/content/stream.jsp?url=/content/repository/material/fact_sheet/itb.pdf&mimeType=application/pdf. Valuación de mercados. Junio 2009
- <http://www.comstockhomebuilding.com/>. Valuación de mercados. Junio 2009
- <http://nasdaq.com>. Valuación de mercados. Junio 2009

12.4 Referencias MDI 2009 y Entrevistas

- Ing. Castellanos, Xavier: Guía para la elaboración de un Business Plan o Plan de Negocios, MDI 2009
- Econ. Gamboa, Ernesto: Información Estudio de Mercado, MDI 2009
- Lic. Manguashca, Franklin: Entorno Macroeconómico, MDI 2009
- Ing. Eliscovich, Federico: Dirección Financiera, MDI 2009
- Econ. Fernando Schutte, Marketing Inmobiliario, MDI 2009
- Econ. Felipe Menal, Proyectos Inmobiliarios, MDI 2009
- Ing. Augusto Vergara Jaramillo. Promotor Inmobiliario