



UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Postgrados

PLAN DE NEGOCIOS

CONJUNTO RESIDENCIAL B.J. “LA QUINTA”

Arq. Edison Pérez Salazar

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

Magister en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

Quito, octubre del 2011

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Postgrados

HOJA DE APROBACION DE TESIS

PLAN DE NEGOCIOS

CONJUNTO RESIDENCIAL B.J. "LA QUINTA"

Arq. Edison Pérez Salazar

Fernando Romo P.

Director MDI-USFQ

Miembro del Comité de Tesis

Javier de Cárdenas y Chavarri

Director MDI, Madrid, UPM

Miembro del Comité de Tesis

Xavier Castellanos E.

Director de Tesis

Miembro del Comité de Tesis

Victor Viteri PhD

Decano del Colegio de Postgrados

Quito, octubre del 2011

© Derechos de autor (Copyright)

EDISON PEREZ SALAZAR

2011

Agradezco a Dios, a mis padres, hermanos y amigos que estuvieron presentes en el desarrollo del MDI.

Un agradecimiento especial para el Ing. Xavier Castellanos por apoyarme en la realización de este plan de negocios.

Todo mi esfuerzo, te lo dedico a ti Edison Alejandro.....



PLAN DE NEGOCIOS

2010-2011



Nuestra casa está
dentro de un
gran jardín

Arq. Edison Pérez Salazar

TABLA DE CONTENIDO

I. ENTORNO MACROECONOMICO	18
A. SECTOR AGRÍCOLA	19
B. SECTOR INDUSTRIAL	20
C. SECTOR INTERNACIONAL.....	21
D. SECTOR PÚBLICO.....	23
E. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.....	24
II. ANALISIS DE MERCADO.....	26
A. QUITO: CRECIMIENTO Y DESARROLLO: CARACTERÍSTICAS GENERALES	27
B. LA OFERTA Y LA DEMANDA	29
1. La Demanda.....	29
2. El Perfil del Cliente de B.J. “La Quinta”.....	48
3. La Oferta.....	48
III. EVALUACION ARQUITECTONICA Y TECNICA.....	67
A. ARQUITECTURA & DISEÑO	68
1. Introducción al Proyecto Conjunto Residencial B.J. “La Quinta”	68
2. Localización	68
3. CONCLUSIONES A LAS REGULACIONES URBANAS.....	77
4. El partido arquitectónico; criterios de diseño: implantación general.	77
5. El partido arquitectónico: fundamentos de diseño del producto arquitectónico.....	79
6. Conclusiones del partido arquitectónico.....	82
7. Descripción del producto arquitectónico.....	82
8. Conclusiones del producto arquitectónico.....	87
9. Áreas generales del conjunto residencial B.J. “La Quinta”	89
B. COMPONENTE DE INGENIERIA.....	92
1. ESTRUCTURA. Memoria Estructural	92
C. COSTOS Y CRONOGRAMA VALORADO DEL PROYECTO	96
1. Costo del Terreno. Análisis del método residual.....	96
2. Costos del proyecto.....	96
3. Costos Directos del proyecto (CD).....	97
4. Costos Indirectos del proyecto (CI).	99

5.	Incidencia de los rubros de los costos directos e indirectos sobre la totalidad del total de costos en el proyecto.	100
6.	El costo directo, el indirecto y el precio de venta por m2. Margen operacional.	101
7.	Utilidad Real	102
8.	Cronograma Valorado de Obra y del Proyecto.....	102
9.	Conclusiones de costos y margen de utilidad del proyecto.	105
IV.	<i>EVALUACION COMERCIAL</i>	106
A.	EL CUERPO DE VENTAS, LA VELOCIDAD DE VENTAS Y LA POLÍTICA DE PRECIOS. .	107
B.	EL PRECIO	107
C.	PARÁMETROS Y CRONOGRAMA DE VENTAS.	110
1.	Cronograma de ventas 1	110
2.	Cronograma de ventas 2	114
3.	Cronograma de ventas 3	114
4.	Observaciones y conclusiones de los cronogramas de ventas.	115
5.	Esquema de financiamiento	116
6.	Estrategia de Marketing: Publicidad y Promoción.	117
V.	<i>ANALISIS FINANCIERO</i>	121
A.	COSTO DE OPORTUNIDAD (CAPM)	122
B.	ANÁLISIS ESTÁTICO.	123
1.	Análisis Financiero del proyecto puro. (Sin financiamiento por parte del constructor): Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.....	123
2.	Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.	125
3.	Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto puro: recursos propios.	126
C.	ANÁLISIS DINÁMICO.	126
1.	Análisis de la sensibilidad a un mayor costo directo de construcción.....	126
2.	Análisis de la sensibilidad a un menor precio de venta.....	127
3.	Análisis de la sensibilidad al apalancamiento (crédito al constructor).....	128
VI.	<i>ANALISIS IDEAL DE COSTOS Y FINANCIERO</i>	138
A.	ESTUDIO DE COSTOS	139
1.	Costos Total del proyecto.....	139
2.	Costos Directos del proyecto (CD).....	139
3.	Costos Indirectos del proyecto (CI).	141

4.	Incidencia de los rubros de los costos directos e indirectos sobre la totalidad del total de costos en el proyecto.	142
5.	El costo directo, el indirecto y el precio de venta por m2. Margen operacional.	143
6.	Utilidad Real: Rentabilidad	143
B.	Análisis Financiero	144
C.	ANÁLISIS ESTÁTICO.	145
1.	Análisis Financiero del proyecto puro. (Sin financiamiento por parte del constructor): Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.....	145
2.	Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.	148
3.	Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto puro: recursos propios.	149
D.	ANÁLISIS DINÁMICO.	149
1.	Análisis de la sensibilidad a un mayor costo directo de construcción.....	149
2.	Análisis de la sensibilidad a un menor precio de venta.....	150
3.	Análisis de la sensibilidad al apalancamiento (crédito al constructor).....	151
VII.	gerencia	158
A.	MISIÓN, VISIÓN Y SLOGAN ORGANIZACIONAL	159
B.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	160
C.	OBJETIVOS E INDICADORES	161
D.	ESTRUCTURACIÓN ESTRATÉGICA	161
E.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	163
F.	SISTEMAS DE EDT PARA LA DIRECCION DE PROYECTOS:	165
1.	Estructura de Paquetes de Trabajo y Actividades	165
G.	EL PROYECTO INMOBILIARIO: EJEMPLO DE ACTA DE CONSTITUCIÓN.....	171
VIII.	GESTIÓN LEGAL.....	173
A.	FASE DE PLANIFICACIÓN.....	174
1.	Escrituración del terreno a nombre de CORBAL.	174
2.	Obtención del permiso de construcción que otorga el Municipio de Quito.	174
B.	FASE DE EJECUCIÓN	174
C.	FASE DE PROMOCIÓN Y VENTAS.....	175
D.	FASE DE ENTREGA DE VIVIENDAS Y CIERRE DEL PROYECTO.....	175

E.	BREVE GUÍA DE TRAMITOLOGÍA Y RESPONSABLES EN EL PROYECTO.	175
IX.	BIBLIOGRAFÍA.....	177
X.	ANEXOS.....	178
A.	MARKETING: ESTUDIO DE MERCADO DE LOS TUDIANTES DEL MDI.	179
B.	ASPECTOS LEGALES: CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCIÓN	182

TABLA DE CUADROS

CUADRO 1	<i>Evolución en el uso del suelo, 1954 – 2008 (Porcentajes)</i>	19
CUADRO 2	<i>Ecuador sector agrícola: participación en el PIB y en la PEA 1965-69 a 2000–04</i>	20
CUADRO 3	<i>Ecuador. Industria manufacturera: etapas de desarrollo 1940 – 2006.</i>	21
CUADRO 4	<i>Comparación de balanza comercial petrolera y no petrolera como porcentaje del PIB, 1970-2009.</i>	22
CUADRO 5	<i>“Remesa de emigrantes como porcentaje del PIB, 2000-2010”.</i>	22
CUADRO 6	<i>“Ecuador, tamaño del estado en la economía y variación anual del gasto público, 2000-2009”.</i>	23
CUADRO 7	<i>“Ecuador, PIB de la construcción y de las actividades inmobiliarias, empresariales de alquiler, 1996-2009”</i>	24
CUADRO 8	<i>Población y número de hogares en Quito.</i>	34
CUADRO 9	<i>Precios de venta de la competencia y B.J. “La Quinta”.</i>	60
CUADRO 10	<i>Comparable respecto al área (m2).</i>	61
CUADRO 11	<i>Comparable respecto al precio por m2.</i>	61
CUADRO 12	<i>Comparable respecto al precio total de la casa.</i>	61
CUADRO 13	<i>Nivel de Absorción de la competencia y B.J. “La Quinta”</i>	62
CUADRO 14	<i>Comparable respecto a la absorción.</i>	62
CUADRO 15	<i>Ponderación de características y atributos de B.J. “La Quinta” y la competencia.</i>	64
CUADRO 16	<i>Comparable de posicionamiento según atributos de los proyectos.</i>	65
CUADRO 17	<i>El COS respecto al área de terreno.</i>	76
CUADRO 18	<i>IRM en relación al proyecto B.J. “La Quinta”.</i>	76
CUADRO 19	<i>Programación, áreas y composición en porcentaje de ambientes en las casas del conjunto.</i>	83
CUADRO 20	<i>Ficha de especificaciones técnicas de acabados para las casas.</i>	88
CUADRO 21	<i>Áreas generales del conjunto residencial B.J. “La Quinta”</i>	89
CUADRO 22	<i>Áreas y coeficientes de ocupación del suelo del proyecto.</i>	89
CUADRO 23	<i>Análisis del método residual.</i>	96
CUADRO 24	<i>Análisis de costos del proyecto con el terreno.</i>	97

CUADRO 25	Costos directos del proyecto. Incidencia en el costo total y los costos directos del proyecto.	98
CUADRO 26	Incidencia en el costo total y los costos indirectos del proyecto.	99
CUADRO 27	Incidencia de los rubros de costos en el total de los costos del proyecto.	100
CUADRO 28	Margen operacional y relación precio de venta con costos de construcción.	101
CUADRO 29	Cálculo de utilidad real respecto del costo total del proyecto (CD+CI+TERRENO).	102
CUADRO 30	Cronograma valorado de obra: costos directos.	103
CUADRO 31	Cronograma valorado de costos indirectos.	104
CUADRO 32	Resumen de costos en el tiempo. Cronograma valorado.	104
CUADRO 33	El precio por metro cuadrado del proyecto y la utilidad respecto de los costos totales (CD+CI+TERRENO).	108
CUADRO 34	El precio por metro cuadrado de la competencia.	108
CUADRO 35	Ponderación y calificación según atributos de la competencia y "La Quinta".	108
CUADRO 36	Las ventas y el precio.	109
CUADRO 37	Parámetros del cronograma 1 del plan de ventas.	110
CUADRO 38	Parámetros del cronograma 2 del plan de ventas.	114
CUADRO 39	Parámetros del cronograma 3 del plan de ventas.	114
CUADRO 40	Esquema de financiamiento para la compra de una casa en B.J. La Quinta	116
CUADRO 41	Cálculo de la tasa de descuento.	122
CUADRO 42	Ingresos, egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto respecto del plan de ventas 2.	123
CUADRO 43	Margen de utilidad del proyecto puro.	126
CUADRO 44	Sensibilidad a costo mayor.	126
CUADRO 45	Parámetros de crédito para apalancamiento. Escenario 1.	129
CUADRO 46	Ingresos, egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto apalancado, escenario 1.	130
CUADRO 47	Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.	131
CUADRO 48	Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.	131
CUADRO 49	Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.	131
CUADRO 50	Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 1.	133
CUADRO 51	Ingresos, egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto apalancado, escenario 2.	134
CUADRO 52	Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 2.	137
CUADRO 53	Análisis de costos del proyecto con el terreno.	139
CUADRO 54	Costos directos del proyecto. Incidencia en el costo total y los costos directos del proyecto.	140
CUADRO 55	Incidencia en el costo total y los costos indirectos del proyecto.	141
CUADRO 56	Incidencia de los rubros de costos en el total de los costos del proyecto.	142
CUADRO 57	Margen operacional y relación precio de venta con costos de construcción.	143
CUADRO 58	Cálculo de utilidad real respecto del costo total del proyecto (CD+CI+TERRENO).	143

CUADRO 59	<i>Ingresos del proyecto respecto del plan de ventas 2.</i>	145
CUADRO 60	<i>Egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto respecto del plan de ventas 2.</i>	146
CUADRO 61	<i>Margen de utilidad del proyecto puro.</i>	149
CUADRO 62	<i>Sensibilidad a costo mayor.</i>	149
CUADRO 63	<i>Parámetros de crédito para apalancamiento. Escenario 1.</i>	152
CUADRO 64	<i>Ingresos del proyecto apalancado, escenario 1.</i>	153
CUADRO 65	<i>Egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto apalancado, escenario 1.</i>	154
CUADRO 47	<i>Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.</i>	155
CUADRO 48	<i>Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.</i>	155
CUADRO 49	<i>Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.</i>	155
CUADRO 50	<i>Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 1.</i>	157

TABLA DE CUADROS CRONOGRAMA

CUADRO CRONOGRAMA 1	<i>Plan de ventas 1: periodo de ventas de 26 meses y número de cuotas variables (hasta 22 cuotas).</i>	111
CUADRO CRONOGRAMA 2	<i>Plan de ventas 2: periodo de ventas de 12 meses y 12 cuotas.</i>	112
CUADRO CRONOGRAMA 3	<i>Plan de ventas 3: periodo de ventas de 15 meses y 12 cuotas.</i>	113

TABLA DE FICHAS DE PRODUCTO INMOBILIARIO

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 1	<i>Proyecto San Francisco 1.</i>	51
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 2	<i>Proyecto San Francisco 2.</i>	52
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 3	<i>Proyecto Santa luz 2.</i>	53
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 4	<i>Proyecto Bona Vista.</i>	54
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 5	<i>Proyecto Jardines de Triana.</i>	55
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 6	<i>Proyecto Porthos.</i>	56
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 7	<i>Proyecto Quinta Mercedes.</i>	57
FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 8	<i>Proyecto B.J. "La Quinta".</i>	58

TABLA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACION 1	<i>Mapa de la ciudad de Quito y sus Valles: zonas de expansión de la ciudad.</i>	27
ILUSTRACION 2	<i>Mapa de la zona del Valle de los Chillos.</i>	28
ILUSTRACION 3	<i>Fichas de encuestas elaboradas y aplicados para investigación de mercado por parte de los estudiantes del MDI 2010-2011.</i>	32
ILUSTRACION 4	<i>Demanda potencial por nivel socioeconómico.</i>	34

ILUSTRACION 5	Intención de compra.....	35
ILUSTRACION 6	Plazo para adquirir vivienda.....	35
ILUSTRACION 7	Finalidad para adquirir vivienda para vivir en ella.....	36
ILUSTRACION 8	Finalidad para adquirir vivienda por inversión.....	36
ILUSTRACION 9	Condición de la vivienda.....	37
ILUSTRACION 10	Preferencia por tipo de vivienda.	37
ILUSTRACION 11	Preferencia del sector de la vivienda 2005.	39
ILUSTRACION 12	Preferencia del sector de la vivienda 2007.....	39
ILUSTRACION 13	Relaciones de preferencia entre los Valles de Tumbaco y los Chillos.	41
ILUSTRACION 14	Preferencias por tamaño en m2. de la vivienda en Quito.	41
ILUSTRACION 15	Preferencias por número de dormitorios en la vivienda en Quito.	42
ILUSTRACION 16	Preferencias por número de dormitorios promedio en la vivienda en Quito.....	43
ILUSTRACION 17	Preferencias por número de estacionamientos promedio en la vivienda en Quito. 44	
ILUSTRACION 18	Requerimiento de cuarto de servicio en la vivienda en Quito.	44
ILUSTRACION 19	Requerimiento de cuarto de estudio en la vivienda en Quito.	45
ILUSTRACION 20	Requerimiento de área de lavado y secado en la vivienda en Quito 2005.	45
ILUSTRACION 21	Requerimiento de área de lavado y secado en la vivienda en Quito 2007.	46
ILUSTRACION 22	Preferencia por adquirir la vivienda respecto de su estado de construcción.	46
ILUSTRACION 23	Costo del m2. en las zonas del DMQ.	49
ILUSTRACION 24	Precio del m2. en las zonas del DMQ.	50
ILUSTRACION 25	Plano satelital del sector de implantación de la competencia.	59
ILUSTRACION 26	Imagen de promoción de Inmobiliaria Corbal.....	65
ILUSTRACION 27	Logotipo del proyecto B.J. “La Quinta”	68
ILUSTRACION 28	Mapa de Quito; identificación y ubicación de zonal y la parroquia de Conocoto.	69
ILUSTRACION 29	Ubicación y accesibilidad de “La Quinta”(1): vías de acceso.....	70
ILUSTRACION 30	Ubicación y accesibilidad de “La Quinta”(2): vías de acceso.....	70
ILUSTRACION 31	Fotografías del terreno y calles al conjunto B.J. “La Quinta”.	72
ILUSTRACION 32	Desarrollo de los sectores de servicio y de infraestructura en Conocoto	73
ILUSTRACION 33	Implantación general B.J. “La Quinta”.	79
ILUSTRACION 34	RENDER CASAS ADOSADAS “LA “QUINTA”.....	81
ILUSTRACION 35	Composición y programación de áreas: casa tipo A de 87,77 m2.	84
ILUSTRACION 36	Composición y programación de áreas: casa tipo B de 102,10 m2.....	84
ILUSTRACION 37	Composición y programación de áreas: casa tipo C de 126,26 m2	85
ILUSTRACION 38	Composición y programación de áreas: casa tipo D de 130,90 m2.....	85
ILUSTRACION 39	Casa tipo B: planta baja.	86
ILUSTRACION 40	Casa tipo B: planta alta.	86
ILUSTRACION 41	Render que promociona las fachadas de las casas.	87

ILUSTRACION 43	Ubicación e identificación de casas y áreas comunales	90
ILUSTRACION 42	Cuadro de simbología de ubicación e identificación de casas y áreas comunales. 90	
ILUSTRACION 44	Composición en planta baja de áreas comunales y privadas: construidas y abiertas. 91	
ILUSTRACION 45	Composición en planta baja de áreas abiertas y construidas, privadas y comunales. 91	
ILUSTRACION 46	Sistema forte; fuente: Ing. Fernando Rueda; Junio del 2011.....	93
ILUSTRACION 47	Incidencia del costo del terreno en el proyecto.	97
ILUSTRACION 48	Composición de costos directos del proyecto.	98
ILUSTRACION 49	Composición de costos indirectos del proyecto.	99
ILUSTRACION 50	Incidencia de los rubros de costos en los costos del proyecto.	101
ILUSTRACION 51	Incidencia de costos y el margen operacional.	101
ILUSTRACION 52	Resumen de gastos en el tiempo.	104
ILUSTRACION 53	Ingresos mensuales y acumulados del plan de ventas 2 (recomendación).	116
ILUSTRACION 54	Imágenes de promoción del proyecto en flyers.	118
ILUSTRACION 55	Imágenes de promoción del proyecto en LA WEB.	119
ILUSTRACION 56	Imágenes de promoción del proyecto en LA WEB.	119
ILUSTRACION 57	Imágenes de promoción del proyecto en el terreno de implantación del proyecto. 120	
ILUSTRACION 58	Imágenes de promoción del proyecto en ferias de construcción.	120
ILUSTRACION 59	Ingresos mensuales y acumulados del proyecto.	124
ILUSTRACION 60	Egresos mensuales y acumulados del proyecto.	124
ILUSTRACION 61	Ingresos, egresos mensuales y acumulados y flujo de caja mensual del proyecto. ..	124
ILUSTRACION 62	Ingresos, Egresos y Utilidad acumulada del proyecto.	125
ILUSTRACION 63	Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un costo mayor.	127
ILUSTRACION 64	Sensibilidad a costo mayor.	127
ILUSTRACION 65	Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un precio menor.	128
ILUSTRACION 66	Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.	133
ILUSTRACION 67	Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 2.	135
ILUSTRACION 68	Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 2.	135
ILUSTRACION 69	Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 2.	135
ILUSTRACION 70	Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 2.	137
ILUSTRACION 71	Incidencia del costo del terreno en el proyecto.	139
ILUSTRACION 72	Composición de costos directos del proyecto.	140

ILUSTRACION 73	Composición de costos indirectos del proyecto.....	141
ILUSTRACION 74	Incidencia de los rubros de costos en los costos del proyecto.....	142
ILUSTRACION 75	Ingresos mensuales y acumulados del proyecto.....	147
ILUSTRACION 76	Egresos mensuales y acumulados del proyecto.....	147
ILUSTRACION 77	Ingresos, egresos mensuales y acumulados y flujo de caja mensual del proyecto. ..	147
ILUSTRACION 78	Ingresos, Egresos y Utilidad acumulada del proyecto.....	148
ILUSTRACION 79	Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un costo mayor.....	150
ILUSTRACION 80	Sensibilidad a costo mayor.....	150
ILUSTRACION 81	Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un precio menor.	151
ILUSTRACION 82	Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.	156

TABLA DE CONCLUSIONES

CONCLUSION 1	Estudio del mercado inmobiliario: la demanda.....	47
CONCLUSION 2	Localización.....	75
CONCLUSION 3	Regulaciones urbanas.....	77
CONCLUSION 4	Partido arquitectónico: fundamentos de diseño.....	82
CONCLUSION 5	Producto Arquitectónico.....	87
CONCLUSION 6	Costos y cronograma valorado.....	105
CONCLUSION 8	Cronograma de ventas.....	116
CONCLUSION 9	Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.....	125
CONCLUSION 10	Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.....	132
CONCLUSION 11	Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.....	136
CONCLUSION 9	Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.....	148
CONCLUSION 10	Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.....	156

RESUMEN EJECUTIVO

La evaluación de costos y financiera en esta tesis se la presenta en 2 partes. Estudia y analiza la situación de costos del proyecto desarrollada por Corbal en primera instancia que no resulta viable financieramente; y, realiza un propuesta en base a la identificación de un "error" estratégico de ventas que viabiliza la realización del mismo.

B.J. (Buen Jesús) "La Quinta" es un proyecto inmobiliario desarrollado por Inmobiliaria Internacional Corbal Cía. Ltda.; empresa presente en el mercado alrededor de 36 años y que ha generado varios proyectos de vivienda en la ciudad de Quito.

El proyecto será desarrollado en la parroquia de Conocoto en el Distrito Metropolitano de Quito; dentro de un área urbanizable de 9752 m².

El proyecto comprende 29 viviendas, 5 locales comerciales, 3800 m². de jardines privados, 80 m². de áreas comunales construidas y 4780 m² aproximados de áreas comunales abiertas.

Las casas tienen un área de 88 m² o de 102 m². Existen 2 casas especiales con áreas de 127 y 130 m².

Es uno de los principales atributos de venta el brindar al cliente una casa con amplias áreas de jardines privadas y comunales.

El perfil de cliente: las casas están dirigidas a familias de hasta 4 y 5 miembros, de nivel socioeconómico medio típico, con ingresos familiares desde USD 1.500 a USD 2.000 mensuales.

Es de total agrado presentar a continuación este estudio que logra hacer una propuesta viable o de mayor atractivo financiero del proyecto a través de la identificación de un sutil "error" dentro de la estrategia de ventas. De allí la importancia de una propuesta que pueda presentar a este proyecto como un producto inmobiliario viable y atractivo financieramente.

Tras esta evaluación se realizan recomendaciones respecto de un estilo gerencial y de la necesidad de integrar a la actividad productiva de la empresa un sistema de gestión.

Finalmente se ha de mencionar que el proyecto para comienzos de julio del 2011 no ha comenzado su construcción por la falta de permisos de construcción.

ABSTRACT

- *The cost and financial evaluation presented here has two parts:*
 - *A study of the project's cost situation developed by the real estate promoter Corbal in first instance, which is not viable financially.*
 - *And a proposal based on "strategic error" identification that might make the project possible.*

B.J. (Buen Jesús) "La Quinta" is a real estate Project developed by "Inmobiliaria Internacional Corbal Cía. Ltda.". The organization is in business for 36 years with many housing projects in Quito.

This project will be developed in Quito's Metropolitan District on a 9752m² urban area. It includes 29 houses, 5 commercial sites, 3800m² private gardens, 80m² common areas built and about 4780m² outdoor common areas. The houses are 88m² or 102 m² and two of them are 127m² and 130m². Big common and private garden areas are the most important sale's attribute offered to the customer. The customer's profile is: 4 and 5 member's families, middle class, 1500 to 2000USD incomes per month.

On the other hand, the present study formulates a viable and financially attractive proposal that is based on "strategic error" identification. All the above, shows that proposing this Project as a financially attractive and viable real estate product is important.

After this evaluation, I make recommendations for a management style and the need to integrate the activity of the enterprise management system.

Finally, this Project construction had no building permits due to potentially management failures and did not started on time, July 2011.



IMPORTANTE

Esta tesis plantea conclusiones y observaciones a los temas planteados en el desarrollo de la misma. Se las puede advertir fácilmente por su composición de contraste dentro del texto, ya sea en color verde o amarillo.

A continuación se presenta un ejemplo:



El sector de la construcción es muy sensible a la influencia de cada uno de los sectores económicos. Cualquier incidencia en cualquiera de ellos, tiene su reacción en la industria de la construcción.

El mercado inmobiliario es susceptible y se mueve acorde al resto de los sectores económicos.



I. ENTORNO MACROECONOMICO



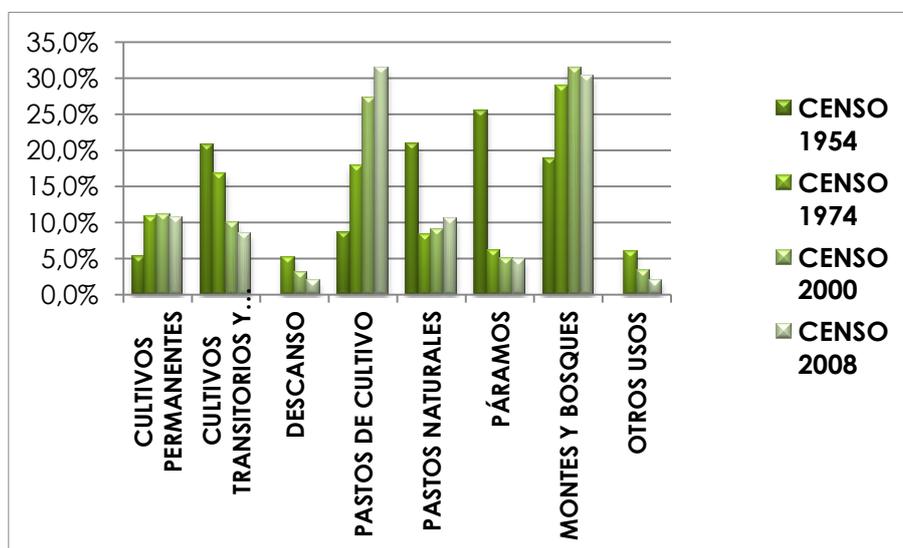


Las actividades inmobiliarias se ven influenciadas directamente por varios factores como el agrícola, internacional, el sector público, industrial y de la construcción, estos se originan en el proceso productivo y directamente se convierten en actores sobre el desarrollo del mercado de la construcción en el Ecuador.

A. SECTOR AGRÍCOLA

En los años 50's se realiza en el Ecuador el primer censo agropecuario en donde el 23% de la tierra estaba destinada a la agricultura, dos décadas más tarde el porcentaje subió al 47% basándose esto el desarrollo de la exportaciones del banano, cacao, café, palma africana, etc. De acuerdo a esta tendencia se pensó que la agricultura se convertiría en una fuente de desarrollo económico en el país pues el proceso de crecimiento y reproducción de las plantas fácilmente se fortalecería como una forma de sustento en el Ecuador.

Sin embargo con el pasar de los años y el poco apoyo que tuvo la agricultura y la falta de tecnología adecuada, dio origen a que la producción disminuyera hasta el punto que a partir del año 2000 los campos agrarios fueron reemplazados por pastos cultivados para alimento de animales de un 9% al 31%:

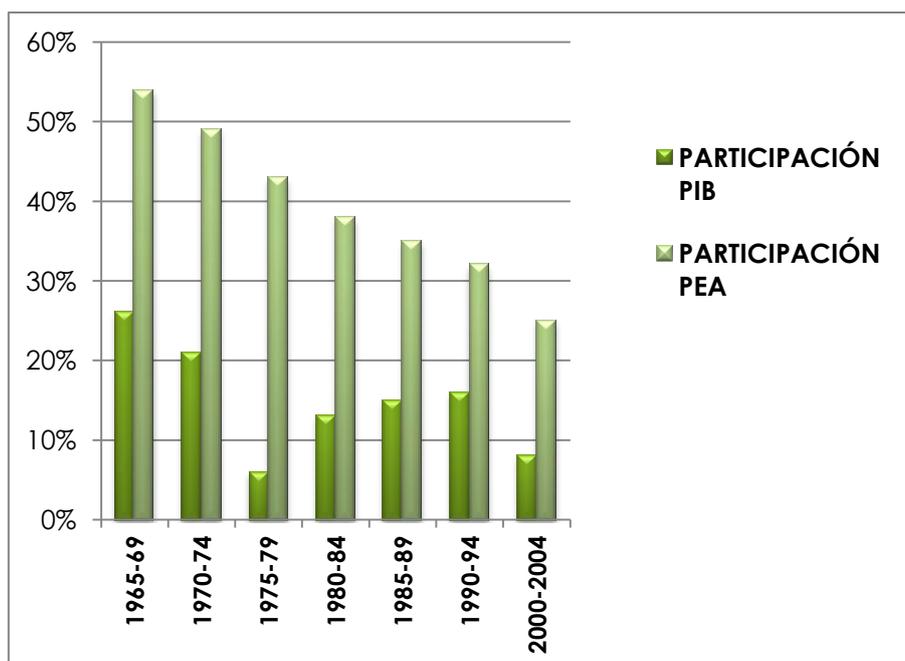


CUADRO 1 Evolución en el uso del suelo, 1954 – 2008 (Porcentajes).

Fuente: INEC, "Estructura del sector agropecuario según el enfoque de las características del Productor Agropecuario y de las unidades de producción agropecuaria" sin fecha y "SEAN "Encuesta de Superficie y producción agropecuaria continua", 2008

Esto dio paso una baja del PIB del sector agrícola y del PEA, los que arrojaron cifras del 15 al 8 por ciento y del 28 al 8 por ciento entre el año 99 y el 2004.





CUADRO 2 Ecuador sector agrícola: participación en el PIB y en la PEA 1965-69 a 2000-04
Fuente: Banco Central del Ecuador

Cada uno de los factores expuestos ha contribuido con que el desarrollo agrícola se ha visto definitivamente disminuido y las personas que fundamentaron su productividad económica en este sector se vieron afectados teniendo que buscar un sustento diferente, convirtiéndose la migración hacia las ciudades como la alternativa más viable de trabajo, El mercado informal y la mano de obra barata crecieron debido a este fenómeno, gran parte de la población indígena del Ecuador que migró del campo se dedicó a la albañilería convirtiéndose en mano de obra barata pero no calificada a causa del desempleo que se originó.

B. SECTOR INDUSTRIAL

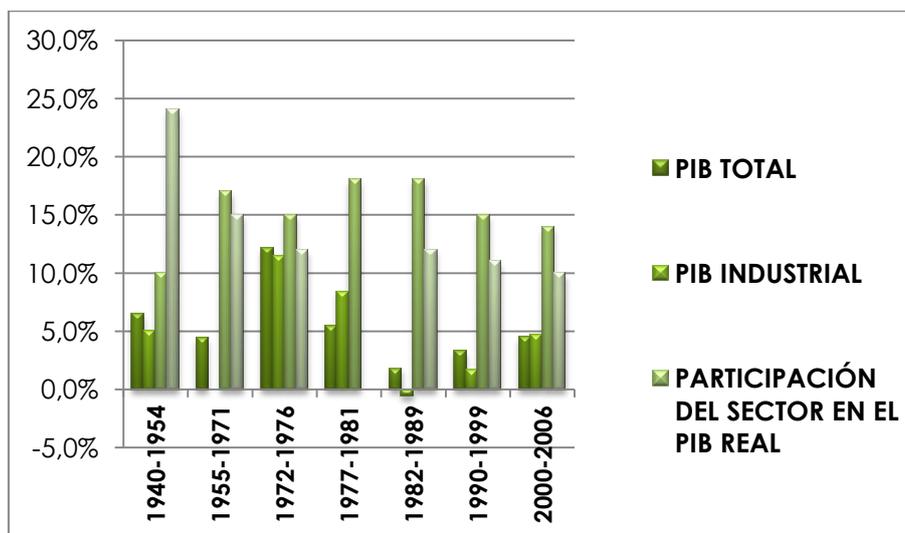
A diferencia de la agricultura, la industria, con una participación urbana más notoria, ha tenido una presencia más notoria en el desarrollo de los factores económicos y en los servicios públicos; se ha convertido en fuente de energía, da facilidad de transporte, comunicación y genera mercados.

Por las razones antes expuestas, mientras un país sea más grande económicamente será más propicio para el desarrollo de la industria y su población tendrá un poder adquisitivo mayor.





A raíz de la exportación del cacao en los años 40's, en nuestro país se desarrolló la industria y un aumento en la tasa de empleo. El PIB industrial pasó del 5 al 10 por ciento, hasta llegar al 11,4% en el año 1976; sin embargo con el boom petrolero del año 77 el PIB tuvo una desaceleración la que se ha mantenido constante hasta nuestros días, al punto de tener que importar maquinaria, productos químicos y varios más que no sean materia prima, lo que ha generado salida de dinero en lugar de ingresos.



CUADRO 3 Ecuador. Industria manufacturera: etapas de desarrollo 1940 – 2006.

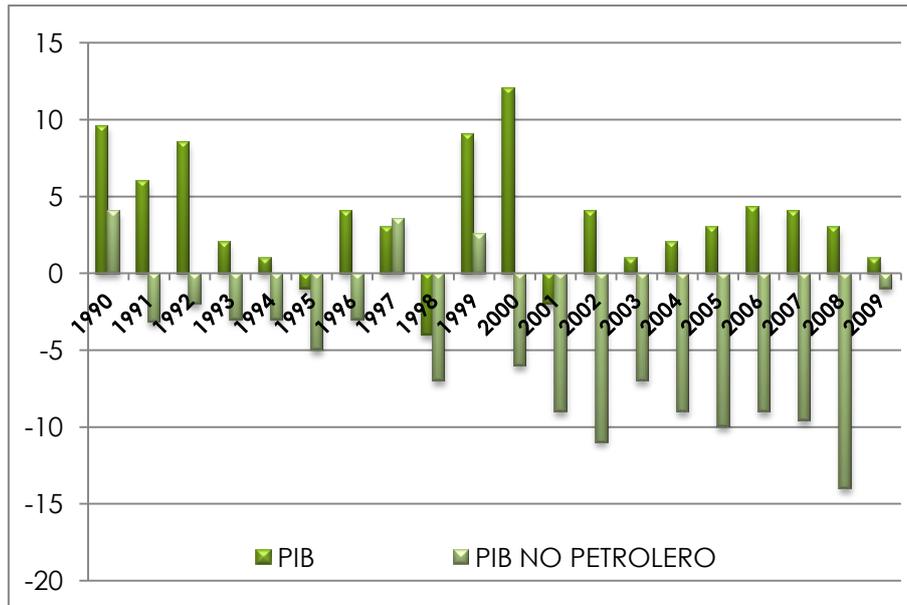
Fuente: Banco Central del Ecuador

C. SECTOR INTERNACIONAL

De acuerdo a lo analizado, el desarrollo industrial del país, no permite una competencia internacional, pues el mayor comercio se da entre los países con mayor poder económico en donde se buscan ventajas competitivas.

El Ecuador fundamenta su PIB y presencia internacional en la exportación del petróleo y con esto se mueve en el mercado externo. El 60% del PIB se dio por el petróleo en el año 2009, esta situación nos ha hecho dependientes de esta industria y ha generado que la balanza comercial sea positiva para el país, ya que de no contabilizar este rubro sería negativa.



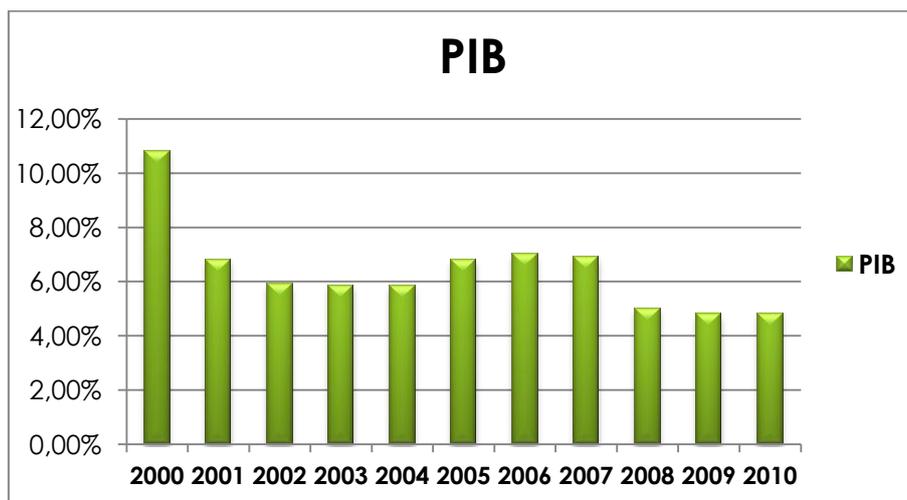


CUADRO 4 Comparación de balanza comercial petrolera y no petrolera como porcentaje del PIB, 1970-2009.

Fuente: EcoInter, Balanza de pagos, Cta. cte. balanzas principales, EcoInter Agosto 2009

Indiscutiblemente otro factor muy importante ha sido la emigración de un segmento poblacional hacia otros países, especialmente España; lo que genero en ingreso de divisas hacia la clase medio y medio baja, dando poder de adquisición y favoreciendo el sector inmobiliario.

Las remesas de los emigrantes llegaron a ser del 11% del PIB y actualmente se mantiene en el 7%.



CUADRO 5 "Remesa de emigrantes como porcentaje del PIB, 2000-2010".

Fuente: EcoInter Balanza de pagos, Cta. Cte. balanzas principales, EcoInter Agosto 2008



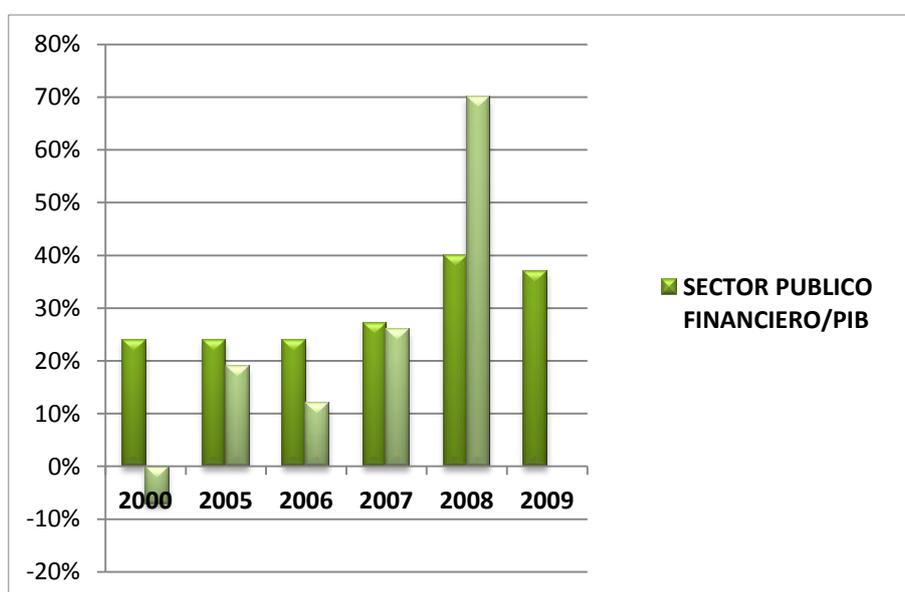


D. SECTOR PÚBLICO

El sector público es quien dictamina las regulaciones y leyes que rigen el sector inmobiliario y de estas políticas dependerá el desarrollo y las facilidades que se encuentren en su camino.

De igual manera se determinará la competencia y se marcará políticas de precios y las flexibilidades que se den hacia el consumidor. También se marcarán subsidios y beneficios para el pueblo.

En los dos últimos años el gasto público ha aumentado considerablemente. En 2008 el PIB del sector público no financiero subió del 27% al 40% en tan solo un año. Así mismo la variación anual de gasto público aumentó del 26% al 70%.



CUADRO 6 “Ecuador, tamaño del estado en la economía y variación anual del gasto público, 2000-2009”.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Un factor también determinante en la política pública ha sido el incremento de créditos que el gobierno ha generado para el sector de la vivienda, lo que ha generado un aumento de la producción y venta de vivienda social.

Vale la pena también mencionar que a partir de la implementación del dólar como moneda local, el poder adquisitivo se ha visto incrementado favoreciendo la adquisición de bienes y la decisión de inversiones de este tipo y que la adquisición de créditos y endeudamiento con una moneda más estable, sea mejor acogido por la población.



E. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Por último, en el sector de la construcción, encontramos generalmente oligopolios con barreras de entrada altas, debido a la tecnología y a la situación financiera.

La financiación depende del plazo que puede ser a mediano o largo, generando una dependencia de la situación económica del lugar.

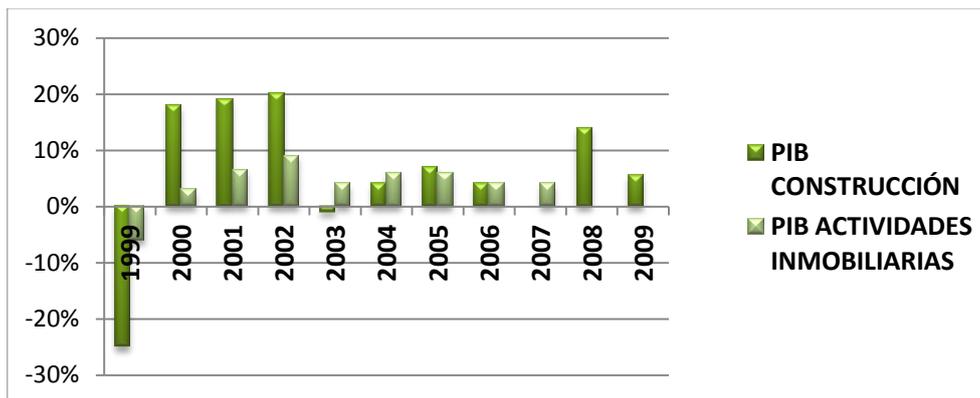
En la actualidad, por el crecimiento rápido de las ciudades importante y la migración de personas a éstas, existe un déficit en vivienda que ha crecido desde el 2007 al 2010 de 631.000.000 a 899.000.000.



El sector de la construcción es muy sensible a la influencia de cada uno de los sectores económicos. Cualquier incidencia en cualquiera de ellos, tiene su reacción en la industria de la construcción.

El mercado inmobiliario es susceptible y se mueve acorde al resto de los sectores económicos.

El PIB de la construcción bajó en el año 99 cuando se produjo la crisis de la dolarización y ha mejorado su situación después de la implementación de este sistema económico y de la estabilidad de la moneda. Hasta el año 2003 se produjo un auge inmobiliario que llegó al 20% y al año 2008 se reportaron cifras alrededor del 15%, con una tendencia a la baja.



CUADRO 7 "Ecuador, PIB de la construcción y de las actividades inmobiliarias, empresariales de alquiler, 1996-2009".

Fuente: Banco Central del Ecuador

Las actividades inmobiliarias y de construcción aumentaron rápidamente del 2000 al 2003 por la estabilidad que se dio al adoptar una moneda más estable que permitió que



las personas se arriesgaran a obtener créditos y definitivamente la adquisición de bienes por parte de los emigrantes.

Cada uno de estos factores ha ayudado al crecimiento y desarrollo de empresas constructoras, tendiendo sin embargo a bajar en los últimos años y un cierto temor a la inversión, al ahorro y al endeudamiento.

Como proyección hacia el futuro y de acuerdo a lo analizado se proyecta que la clase alta y media alta irá reduciendo la adquisición de bienes y se podría inclusive crear una sobreoferta, mientras que en la clase baja, media baja y media, gracias a créditos y facilidades, la demanda crecerá.





II. ANALISIS DE MERCADO

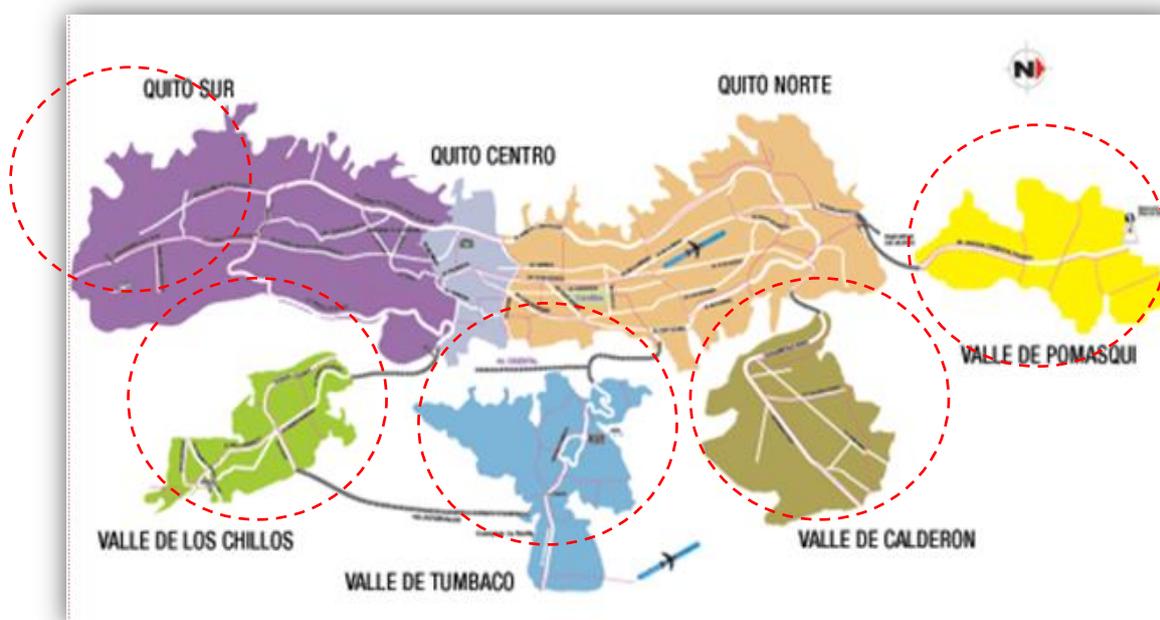
El desarrollador no ha realizado un estudio de mercado formal; su intervención en el mercado es empírica y basada en la observación.

A. QUITO: CRECIMIENTO Y DESARROLLO: CARACTERÍSTICAS GENERALES

Quito, capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha tiene un desarrollo urbano longitudinal motivado por su ubicación respecto a su topografía y presencia de accidentes geográficos e hitos naturales como quebradas, montañas, etc.

Su desarrollo inicial; hasta aproximadamente los años de los 80's, estuvo localizado en la zona centro expandiéndose hacia el centro-norte y centro-sur, teniendo como referentes de límite la zona de la calle Colón y posteriormente la calle Amazonas al norte; y de la zona de la Magdalena al sur. Al oeste el límite natural del volcán Ruco Pichincha no consideraba expansión.

Al este había un crecimiento lento hacia la zona de los valles de los Chillos y Tumbaco. Posteriormente y paulatinamente, con la creación del Distrito Metropolitano de Quito en 1992, la ciudad fue desarrollándose y expandiéndose hacia el norte, en los sectores de Carcelén, Cotocollao, El Condado y fue creciendo hasta las zonas de Pomasqui, Pusuquí, Calderón y la Mitad del Mundo.



ILUSTRACION 1 Mapa de la ciudad de Quito y sus Valles: zonas de expansión de la ciudad.

Fuente: Gridcon, Adaptación: Edison Pérez; Junio del 2011

Al sur la mancha de la ciudad ya se expandía hasta la calle Morán Valverde, zona del actual Quicentro Shopping del Sur, Chillogallo, La Forestal.

Al oeste el proceso de crecimiento fue desarrollándose con asentamientos ilegales dispersos en las faldas del Pichincha.

Al este, la zona de los Valles de los Chillos que comprende las parroquias de Conocoto, Alangasí, La Merced, Guangopolo, Pintag y Amaguaña del DMQ; y, Sangolquí y San Rafael del Cantón Mejía. Fueron en primera instancia estos dos últimos los sectores el “boom” de crecimiento, apetencia y demanda por vivienda.



ILUSTRACION 2 Mapa de la zona del Valle de los Chillos.

Fuente: <http://edaranha.blogspot.com/2008/12/opinin-del-peligroso-y-atariado-trfico.html>; junio del 2011

Sin embargo; en la última década y a partir de la implantación de equipamiento urbano como la universidad San Francisco, el Hospital de los Valles, el centro comercial Vía Ventura, Supermaxi, Santa María y otros, tanto en Cumbayá como en Tumbaco; este sector se ha visto como el sector objetivo para la mayor demanda y apetencia de vivienda.

Y sin dudar, después de en un corto período con la incorporación del nuevo aeropuerto de Quito en la parroquia de Tababela, la zona del Valle de Tumbaco; que incluye 8 parroquias: Cumbayá, Tumbaco, Pifo, Puembo, Tababela, Yaruquí, Checa y El Quinche, será potencialmente el sector objetivo de mayor demanda y apetencia para



vivienda, el comercio, oficinas, la industria, salud, equipamiento de áreas verdes y recreativas y otras categorías de desarrollo inmobiliario.

Es importante citar que según Ernesto Gamboa H.; profesional inmobiliario y profesor del MDI-USFQ, la apetencia potencial actual para las personas que habitan en el sur de Quito es el Valle de los Chillos; mientras que para las personas que habitan en el norte de Quito lo es el Valle de Tumbaco; y el proceso de crecimiento continuará y seguirá consolidándose en los dos valles.

B. LA OFERTA Y LA DEMANDA

Es importante para el mejor entendimiento de este capítulo definir los dos conceptos:

LA OFERTA EN EL MERCADO

- ES CONOCIDA COMO LA CANTIDAD DE UN PRODUCTO O SERVICIO MÁS TODAS LAS CARACTERÍSTICAS QUE SE ENCUENTRA EN VENTA EN EL MERCADO.

LA DEMANDA EN EL MERCADO

- DESCRIBE EL VOLUMEN TOTAL QUE SE COMPRARÍA, DE ESE PRODUCTO O SERVICIO ESPECÍFICO, POR UN GRUPO DE CLIENTES SELECCIONADOS, EN UN ÁREA GEOGRÁFICA DETERMINADA, EN UN TIEMPO DEFINIDO, EN CONDICIONES AMBIENTALES ESPERADAS Y CON UN PROGRAMA DE MERCADEO ESTABLECIDO.
- Concepto tomado de la presentación de conceptos de la clase de Mercado Inmobiliario, instructor: Ernesto Gamboa H., junio del 2011)

La oferta y la demanda interactúan y se complementan, de esta relación surgen precios y niveles de absorción.

1. La Demanda

a) *Estudio del mercado potencial en base a encuestas*





El curso del MDI 2010-2011, realizó en la ciudad de Quito; sin distinción o particularización de sectores, un estudio de mercado compuesto por 600 encuestas en a fin de capturar determinados objetivos.

(1) Objetivos

- ✚ Tipo de tenencia de vivienda, sea arrendada, propia, etc.
- ✚ Requerimientos o necesidades para vivienda.
- ✚ Hábitos de compra.
- ✚ Opciones de endeudamiento, bonificación y financiación para compra de vivienda.
- ✚ Apetencias o preferencias para tipo y características de vivienda.
- ✚ Apetencias o preferencias para determinación de sectores de ubicación de vivienda.
- ✚ Segmentos objetivo para vivienda y determinación de rangos económicos para compra de vivienda. (NSE)
- ✚ Canales de promoción para la vivienda. Aceptación y calificación.

(2) Encuestadores, investigación y tabulación

- ✚ Las encuestas serán realizadas por los estudiantes del MDI 2010-2011 y serán apoyadas y supervisadas tanto en su investigación como en la tabulación y análisis de resultados por Nicolás Vásquez, docente del MDI en la parte correspondiente a Marketing.
- ✚ Serán tituladas como: Estudio de Mercado Inmobiliario.
- ✚ Las encuestas serán realizadas en el mes de abril del 2011 y deben ser personales.

(3) Características de la investigación

- ✚ Las encuestas realizadas son de tipo no probabilísticas, de juicio y conveniencia.
- ✚ Las encuestas realizadas son de tipo exploratorias.

(4) Características de la muestra

- ✚ Población: Habitantes del Distrito Metropolitano de Quito.





- ✚ Muestra: Hombres y mujeres entre los 30 y 60 años de edad.

(5) Hipótesis

- ✚ Las encuestas sean realizadas en el campo del Distrito Metropolitano de Quito y se enfoquen a un mercado potencial; es decir personas que estén interesadas en adquirir una vivienda.
- ✚ Las personas encuestadas puedan residir o no en el DMQ y sean mayores a 30 años y menores de 65 años de edad; personas que pueden ser calificadas como sujeto de crédito y que requieran vivienda para vivir o por inversión.
- ✚ Que las personas con interés en la vivienda califiquen el adquirirla en un plazo específico.

(6) Diseño de la encuesta

- ✚ Las encuestas fueron realizadas en base a los objetivos y las hipótesis consideradas.
- ✚ Las encuestas diseñadas fueron socializadas, guiadas y aprobadas por el docente Nicolás Vásconez y los estudiantes del MDI 2010-2011.
- ✚ Los tipos de preguntas planteadas fueron de carácter cerrado o de opción múltiple; considerando alternativas por rangos o de preferencia.
- ✚ La encuesta definitiva se encuentra en version word 2007 en anexos y en la siguiente página se encuentran las ilustraciones correspondientes.

(7) Tabulación, análisis y resultado de las encuestas

- ✚ Este trabajo se encuentra en la parte correspondiente a anexos.

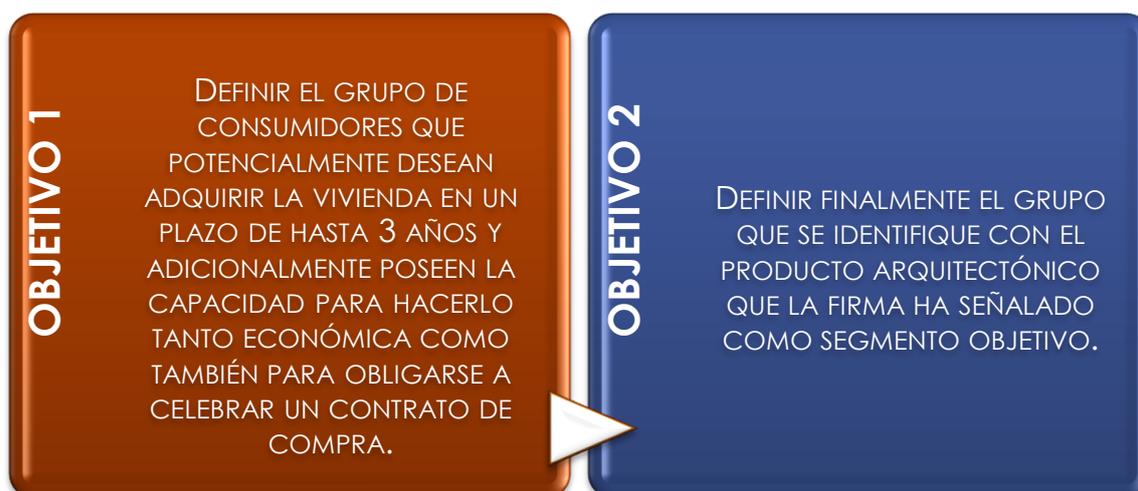


b) *Estudio de Mercado Inmobiliario: La demanda potencial*

Como ya habíamos descrito: la *Demanda del Mercado* describe el **volumen total** que se compraría, de un producto o servicio específico, por un grupo de clientes seleccionados, en un área geográfica determinada, en un tiempo definido, en condiciones ambientales esperadas y con un programa de mercadeo establecido.

En este corto estudio analizaremos y nos enfocaremos al mercado potencial; es decir **volumen parcial** y al grupo de consumidores que demandan y tienen un **interés real en adquirir vivienda** dentro del Distrito Metropolitano de Quito con sus condiciones y características propias, en un tiempo definido y con un programa de mercado establecido.

Buscaremos encontrar nuestro mercado y demanda calificada para determinar nuestro mercado meta; es decir, por un lado, se ha de:



A continuación se presentan cifras y datos respecto de las variables más destacadas en el mercado inmobiliario *en la ciudad de Quito* de la demanda.

Para ello, nos apoyaremos y hemos de capturar datos básicamente del censo de población realizados por INEC del año 2001; que son los últimos datos vigentes y de Gridcon, empresa especializada en estudios de mercado en el Ecuador, de la cual los estudiantes del MDI 2010-2011 tienen contratado un estudio de oferta y demanda, *relación 2005-2007 (últimos datos proporcionados)*.

De ese modo se tiene el derecho y autorización para hacer uso de esta información.



(1) Población y número de hogares en el Distrito Metropolitano de Quito

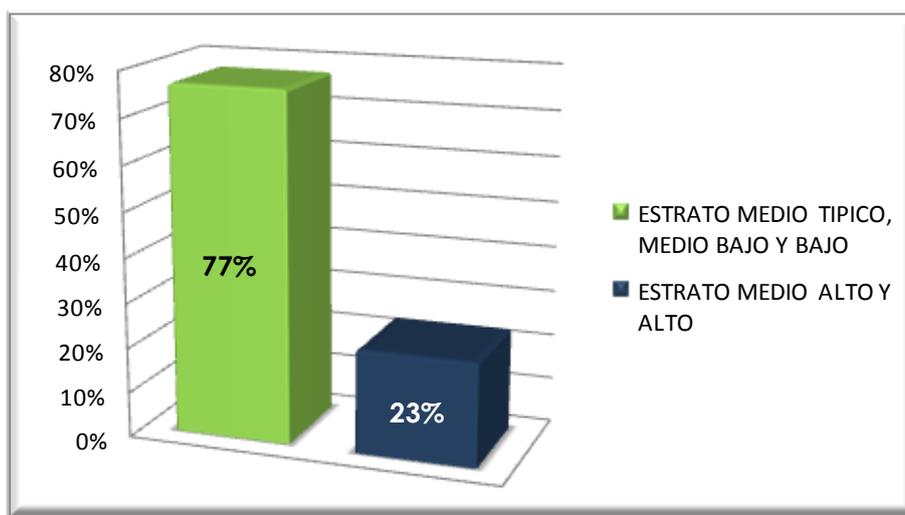
COD.	DATOS	INCIDENCIA	CIFRAS	UNIDAD
1	POBLACION	100,00%	2.151.933	HABITANTES
2	COMPOSICION DE HOGAR PROMEDIO	-	4,20	HABITANTES
3	NUMERO DE HOGARES	-	512.365	UNIDADES
4	INCIDENCIA DE MERCADO POTENCIAL PARA ADQUIRIR VIVIENDA	39,01%	199.874	UNIDADES
5	MERCADO POTENCIAL PARA ADQUIRIR VIVIENDA EN 3 AÑOS	53,50%	106.932	UNIDADES

CUADRO 8 Población y número de hogares en Quito.

Fuente: 1, INEC, proyección 2007; 2 al 4: GRIDCON, Estudio Sobre la Demanda Inmobiliaria; Estudio de Variables, Magnitud y Composición de la Demanda – Ciudad Quito, Octubre de 2005; Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

(2) Demanda potencial por nivel socioeconómico

En la ciudad de Quito, el 77% de la demanda potencial para adquirir vivienda corresponde al estrato medio, medio bajo y bajo; mientras que el 23% corresponden a los estratos medio alto y alto.



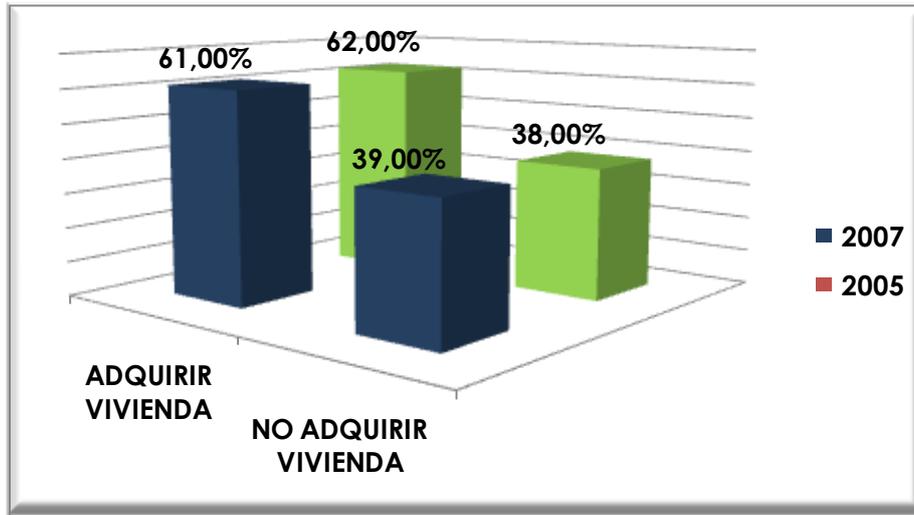
ILUSTRACION 4 Demanda potencial por nivel socioeconómico.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

(3) Intención de compra de vivienda



La intención o interés por adquirir vivienda en la ciudad de Quito no se ha modificado significativamente desde el 2005 hasta el 2007. Tuvo una incidencia de un 39%.

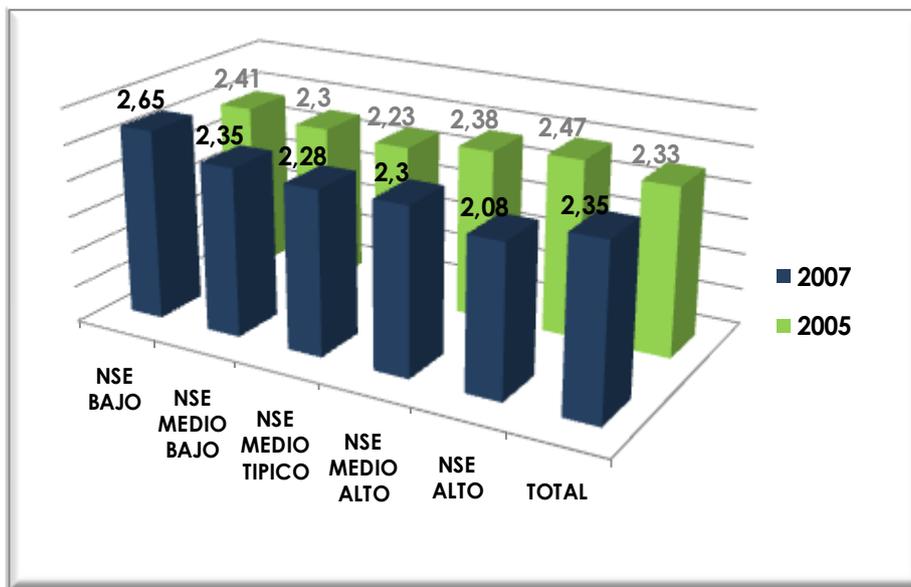


ILUSTRACION 5 Intención de compra.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

(4) Plazo para adquirir vivienda

El promedio respecto del plazo para adquirir vivienda desde el 2005 hasta el 2007 ha crecido no muy significativamente de 2,33 al 2,35 años como promedio.

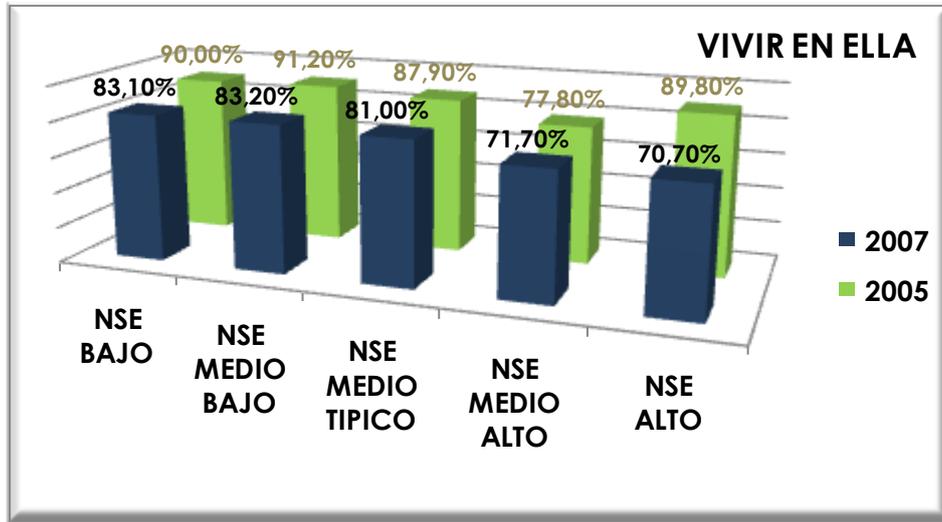


ILUSTRACION 6 Plazo para adquirir vivienda.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

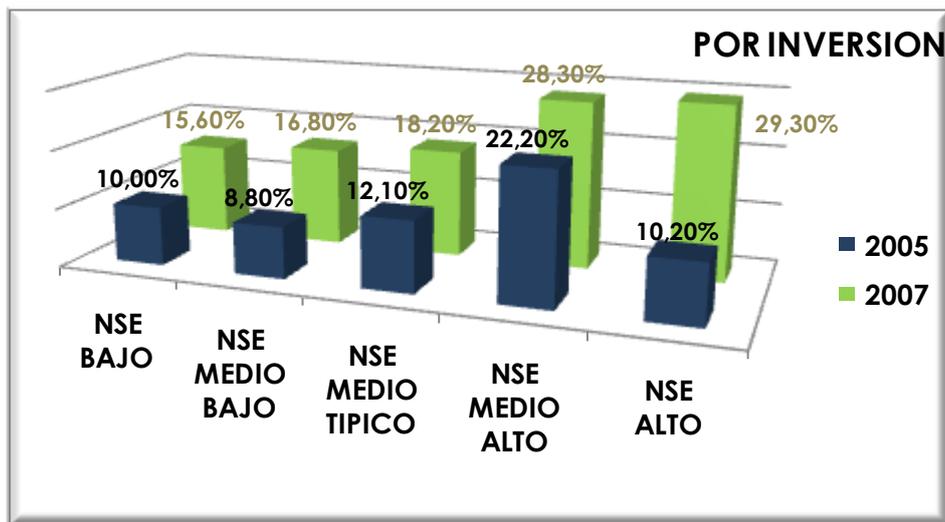
(5) Finalidad para adquisición de vivienda

En un alto porcentaje se mantiene la tendencia en todos los niveles socioeconómicos adquirir la vivienda con el fin de habitarla y vivir en ella; sin embargo la tendencia en los últimos años nos indica que especialmente en los niveles socio económicos medio alto y alto se la está adquiriendo por inversión.



ILUSTRACION 7 Finalidad para adquirir vivienda para vivir en ella.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

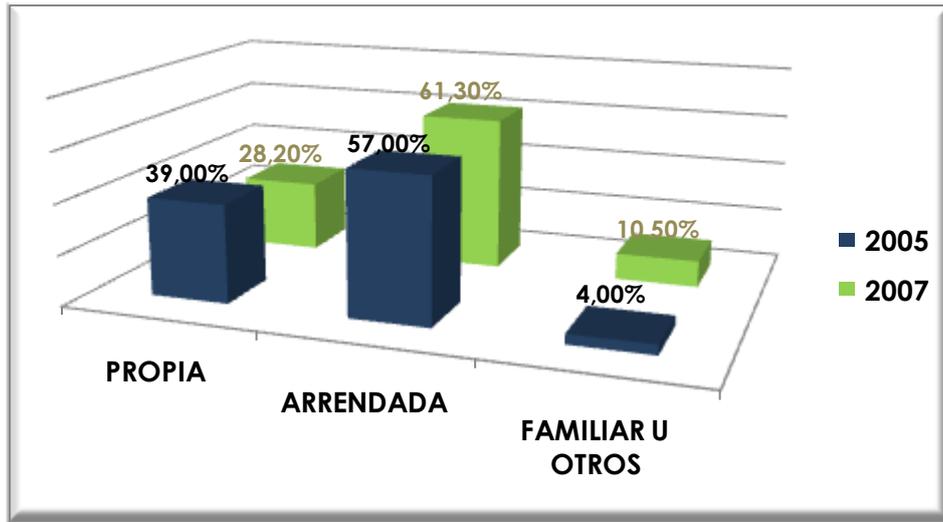


ILUSTRACION 8 Finalidad para adquirir vivienda por inversión.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

(6) Condición de la vivienda





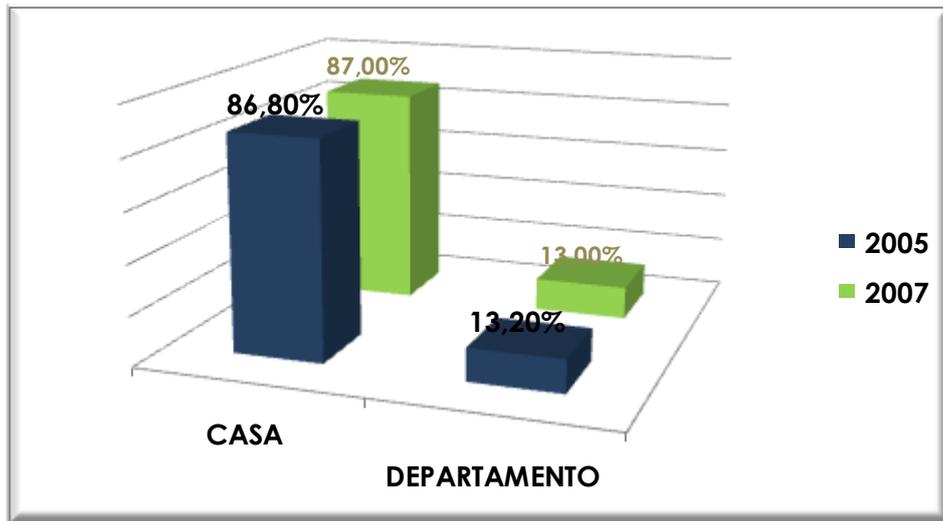
ILUSTRACION 9 Condición de la vivienda.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

Tener casa propia, en arriendo, vivir con familiares o viviendas prestadas son las condiciones generales. En los últimos años se ha podido advertir que se ha aumentado el porcentaje de personas que viven con familiares o casas prestadas, cedidas u otras.

(7) **Preferencia por tipo de vivienda**

Las preferencias por vivir o adquirir en una casa o un departamento se mantienen casi inalterables. El mayor porcentaje (87%) se concentra en la preferencia por casa.



ILUSTRACION 10 Preferencia por tipo de vivienda.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.



El mercado inmobiliario debería ser elocuente con esta demanda, no obstante en los últimos años vamos viendo como se planifican y construyen mayormente edificaciones en altura constituidas por varias unidades de departamentos. ¿Por qué?

El desarrollo y el dinamismo de las grandes ciudades se concentran en los núcleos administrativos, financieros, de equipamiento urbano u otros, con gran densificación, edificabilidad y pocos terrenos baldíos.

Complementado al estilo de vida hace que las unidades de vivienda sean de menor cantidad en metros cuadrados y concentradas a modo de departamentos en bloques.

La tipología de vivienda cada vez está desvinculada de este modus vivendi e excluida del proceso de densificación de desarrollo de la gran ciudad.

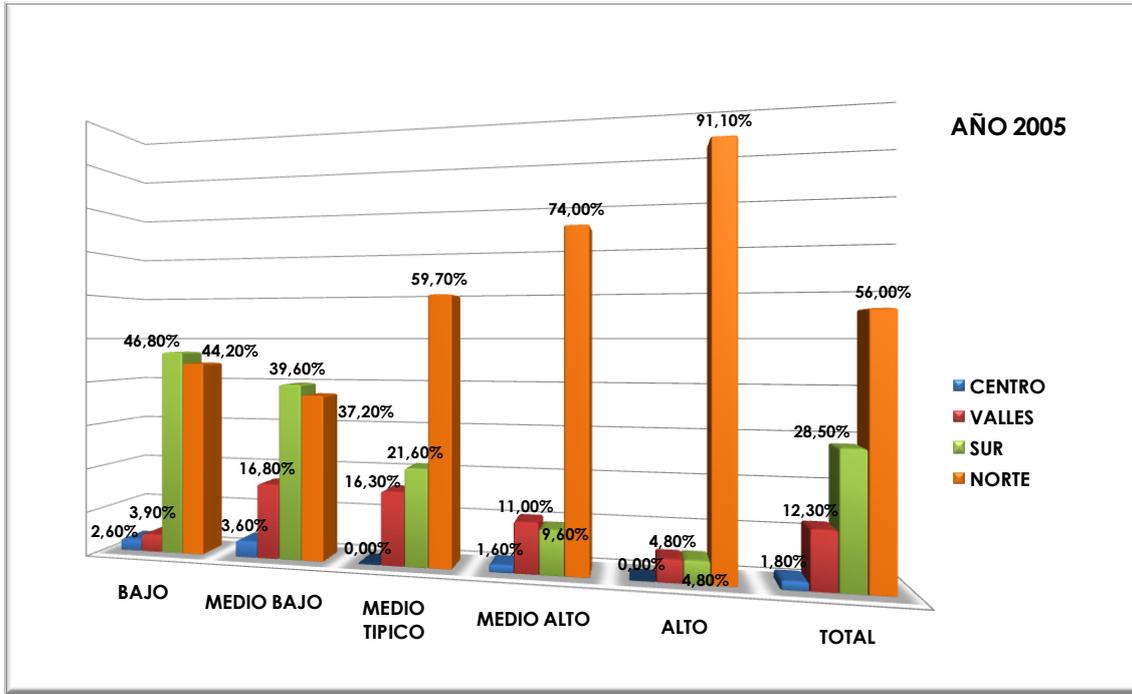
El factor de aprovechamiento del espacio edificable y económico al invertir en proyectos inmobiliarios es sin dudar uno de los principales aspectos para que contrario a la demanda advertida, el mercado inmobiliario no priorice la construcción de vivienda.

Sin embargo, en los valles aledaños a la ciudad de Quito (Valle de los Chillos, Tumbaco, Calderón, Pomasqui) se puede privilegiar la construcción de la tipología de vivienda con la incorporación progresiva de grandes equipamientos urbanos de salud, recreación, administrativos, financieros, educativos, etc.

(8) Sectores de preferencia

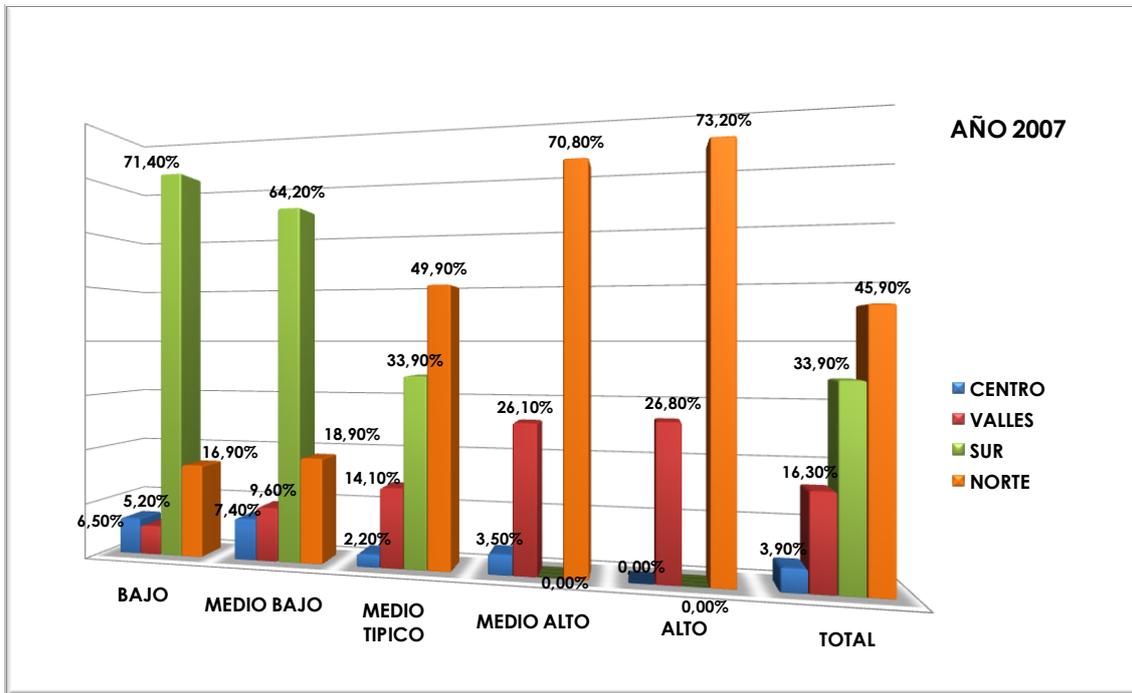
Para comprender mejor el análisis de esta característica, se ha de clasificar las preferencias por sectores socioeconómicos y sus inclinaciones de apetencia por sector geográfico.





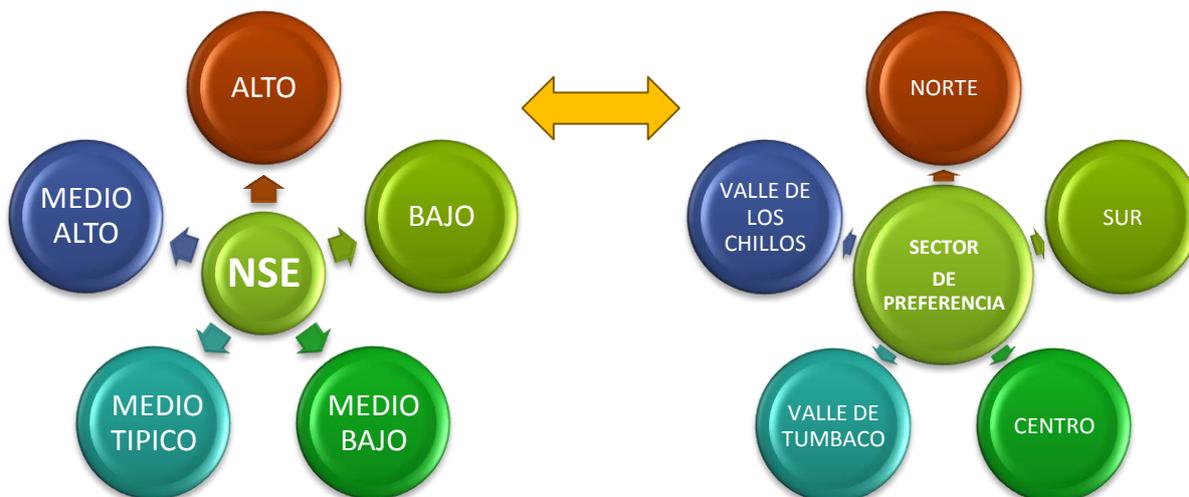
ILUSTRACION 11 Preferencia del sector de la vivienda 2005.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.



ILUSTRACION 12 Preferencia del sector de la vivienda 2007.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.



Entre las preferencias por el sector para adquirir vivienda, en esta relación entre cada sector del NSE y el sector norte, sur, centro o los valles aledaños podemos advertir:

- ▶ NSE BAJO**

 - LA PREFERENCIA POR SECTOR DEL SUR SE HA INCREMENTADO NOTABLEMENTE, POR EL CENTRO Y LOS VALLES (ESPECIALMENTE EL VALLE DE LOS CHILLOS) EN MENOR ESCALA PERO HA AUMENTADO; MIENTRAS QUE LA PREFERENCIA POR EL NORTE HA DISMINUIDO.
- ▶ NSE MDIO BAJO**

 - LA PREFERENCIA POR EL SUR HA CRECIDO NOTABLEMENTE, POR LA ZONA DEL CENTRO EN MUCHO MENOR ESCALA HA CRECIDO; MIENTRAS QUE POR LA ZONA NORTE Y DE LOS VALLES SE HA VISTO DISMINUIDA.
- ▶ NSE MEDIO TIPICO**

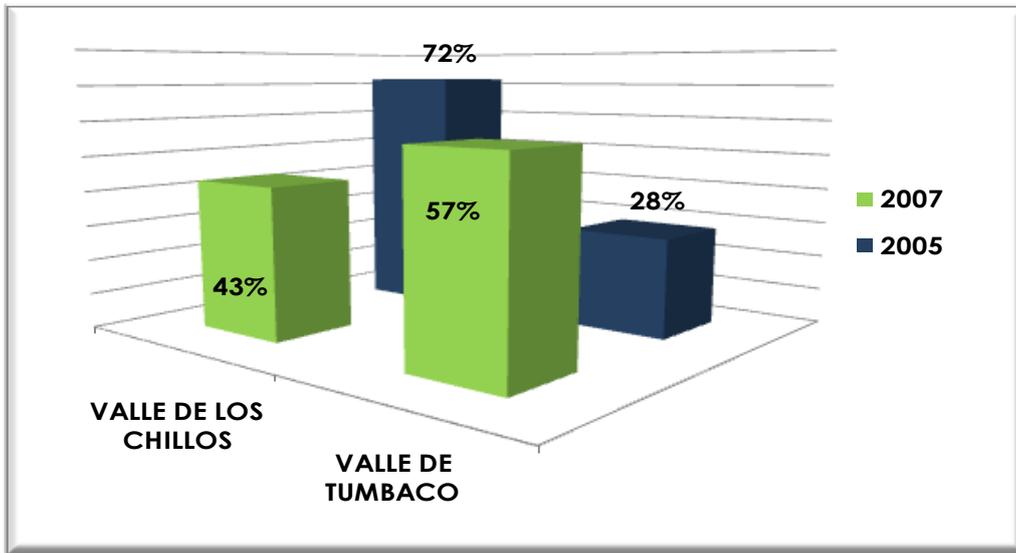
 - LA PREFERENCIA POR EL SECTOR SUR SE HA VISTO DISMINUIDA NOTABLEMENTE, LOS PROPIO SE HA MANIFESTADO PARA LA ZONA NORTE Y DE LOS VALLES PERO EN MENOR ESCALA; MIENTRAS QUE PARA LA ZONA NORTE SE HA MANIFESTADO UN POCO MAYOR DE INTERÉS.
- ▶ NSE MEDIO ALTO**

 - LA PREFERENCIA POR EL SECTOR DEL NORTE SE HA VISTO MERMADA EN POCO PORCENTAJE, HA SUBIDO LA APETENCIA POR EL SECTOR DE LOS VALLES ESPECIALMENTE Y DEL CENTRO EN MENOR ESCALA; MIENTRAS QUE LA APETENCIA POR EL SUR SE HA VISTO REDUCIDA RADICALMENTE.
- ▶ NSE ALTO**

 - LA PREFERENCIA POR LA ZONA DEL NORTE HA DISMINUIDO EN LA MISMA CANTIDAD QUE AAUMENTADO LA PREFERENCIA POR LA ZONA DE LOS VALLES; MIENTRAS QUE LA APETENCIA DE ADQUIRIR VIVIENDA EN LA ZONA SUR Y CENTRO HA CAÍDO TOTALMENTE.

La preferencia entre los valles de Tumbaco y Los Chillos, ha visto alterada enormemente.

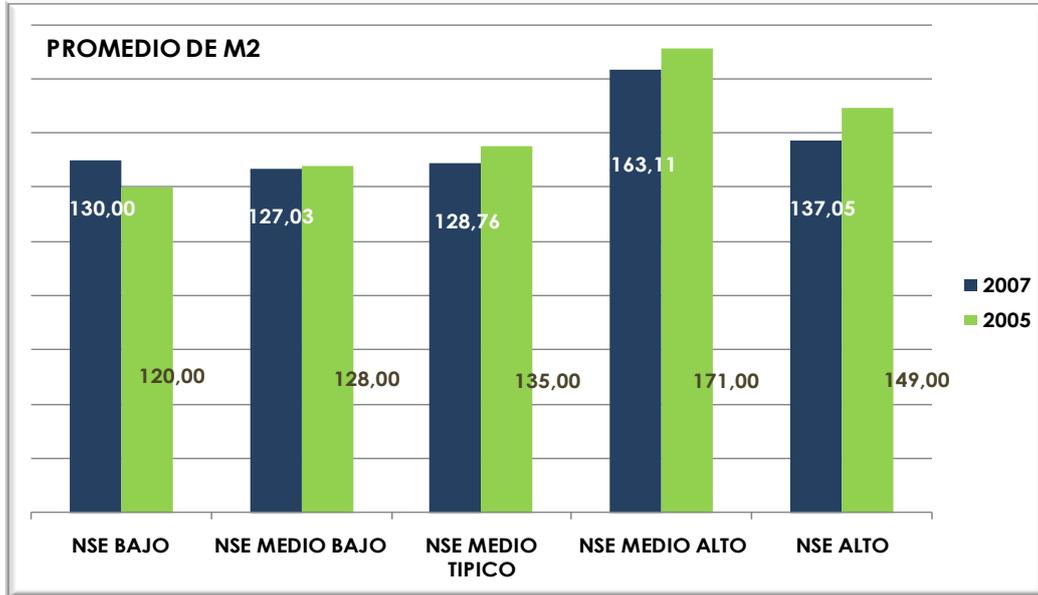
La tendencia de crecimiento por la apetencia al Valle de Tumbaco ACTUALMENTE se da por las condiciones de desarrollo y la implantación de nuevos equipamientos urbanos y del Aeropuerto en el Valle de Tumbaco.



ILUSTRACION 13 Relaciones de preferencia entre los Valles de Tumbaco y los Chillos.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

(9) Preferencias por tamaño de la vivienda



ILUSTRACION 14 Preferencias por tamaño en m2. de la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

De la ilustración anterior podemos advertir que el metraje promedio preferido por los consumidores en el mercado inmobiliario ha decrecido y esa tendencia se mantiene en casi todos los niveles socioeconómicos que tiende a crecer en aproximadamente 10 m2.

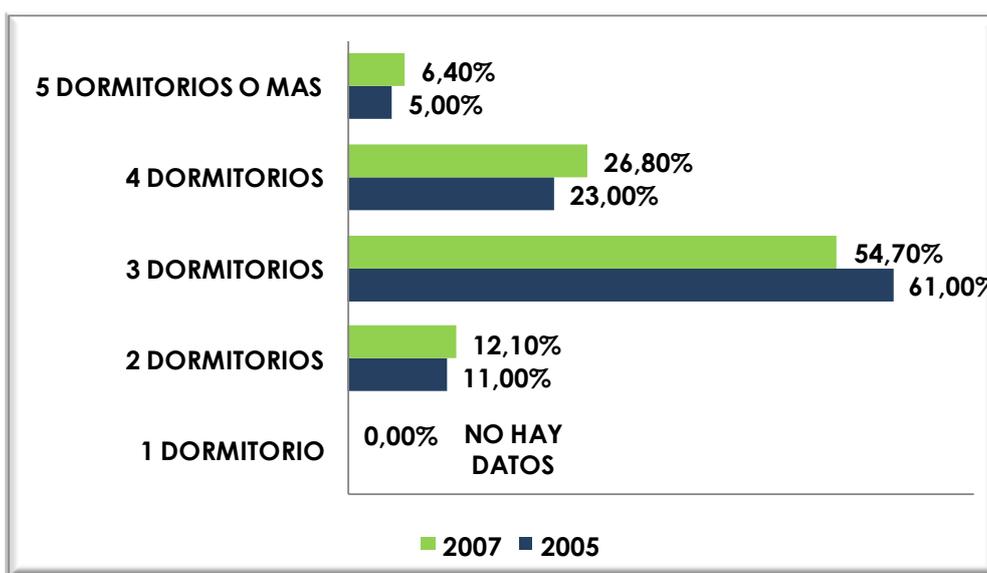


El promedio de tamaño o superficie demandado es de 137 m². Sin embargo este dato es incompleto y no suficiente para establecer parámetros reales para poder ofertar. Falta relacionarlo con número de dormitorios y programación arquitectónica.

Esta característica únicamente puede considerarse como aspiracional.

La causa puede estar reflejada en el constante incremento en el valor del m². en el mercado inmobiliario de vivienda.

(10) Preferencia por número de dormitorios



ILUSTRACION 15 Preferencias por número de dormitorios en la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

La tendencia en el número de dormitorios en los hogares de la ciudad de Quito es positiva y tiende a crecer.

Si observamos en las ilustraciones, podremos advertir que mayoritariamente el número de dormitorios preferido y demandado en el mercado inmobiliario es el de 3 unidades.

Y el promedio es mayor a 3 dormitorios; sin acercarse a ser 4. Lo cual indicaría que la demanda estaría centrada a esta característica.

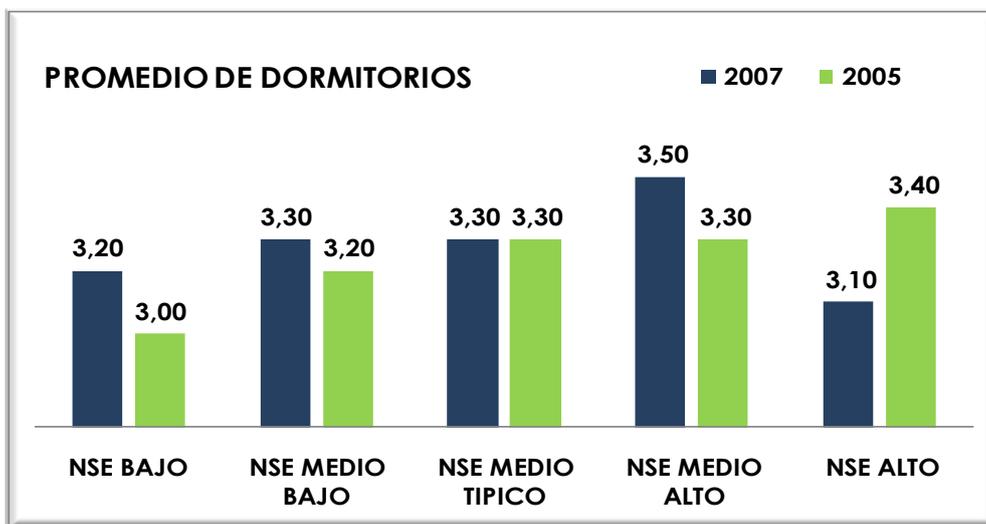
Sin embargo esta característica en el bienio del 2005-2007 es la única que bajó; y, subieron sutilmente las apetencias por 2, 4 y 5 ó más dormitorios.

Esta razón puede reflejarse en varias y complejas causas. Pero una de ellas podría ser:

- ✚ Estilo y modus vivendi contemporáneo en el que los hogares comprendidos por padres más 1 o dos hijos es el promedio; ó de matrimonios sin hijos.



- ✚ Descomposición de matrimonios o familias no funcionales en los que la demanda es de un número de dormitorios es de 2.
- ✚ Tendencia a la convivencia en una vivienda con padres o familiares allegados.



ILUSTRACION 16 Preferencias por número de dormitorios promedio en la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

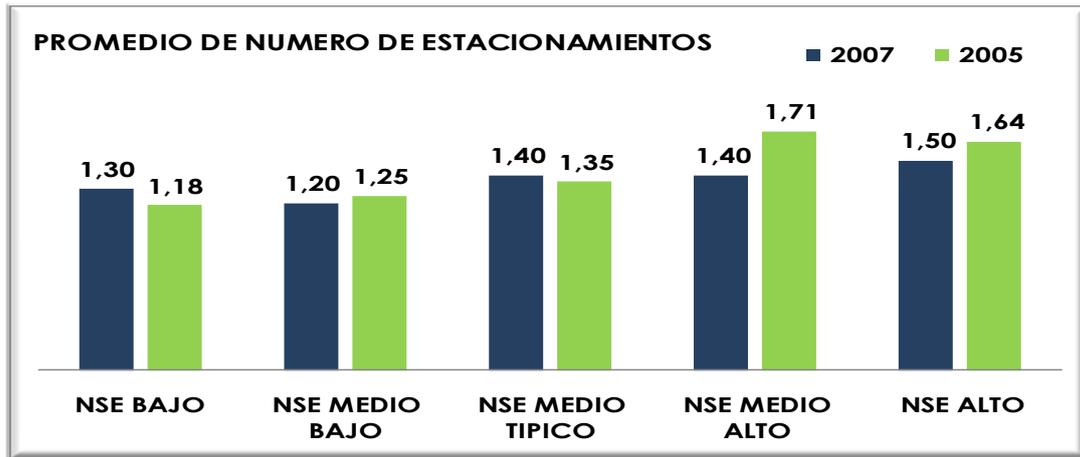
Habíamos citado además que producto del desarrollo y dinamismo de las ciudades grandes con la incorporación de equipamientos administrativos, corporativos, comerciales, etc.; la tendencia es a ofertar en el mercado unidades con superficies menores de vivienda y en bloques de altura.

Incluye esta oferta unidades de vivienda tipo “suite” que si bien no hay datos o no se considera en este muestreo; la cantidad de unidades presentes en el mercado es considerable.

La oferta inmobiliaria con metrajes más grandes podría considerarse para NSE más altos que puedan tener la suficiente capacidad económica para adquirir más metros cuadrados por vivienda. Sin embargo este estudio de mercado nos indica que en niveles altos la tendencia en cuanto a número de dormitorios es a la baja.

Adicionalmente, la oferta de casas o departamentos con un mayor número de departamentos podría considerarse en sectores con menor densidad como los valles aledaños a la ciudad de Quito.

(11) Preferencia en el número de estacionamientos para vivienda.

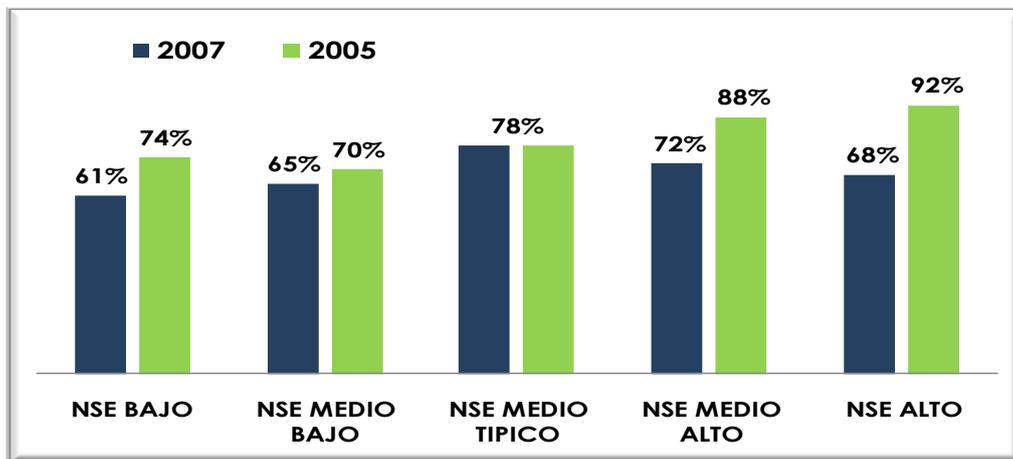


ILUSTRACION 17 Preferencias por número de estacionamientos promedio en la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

Podemos advertir de estas cifras que el número de estacionamientos promedio ha tendido a subir en los NSE medio típico y bajo; y ha bajado en el resto. Sin embargo de aquello esta característica dentro de la implementación de estacionamientos en un desarrollo inmobiliario no es útil ya que este factor está regido por la ordenanza municipal.

(12) Requerimiento de cuarto de servicio



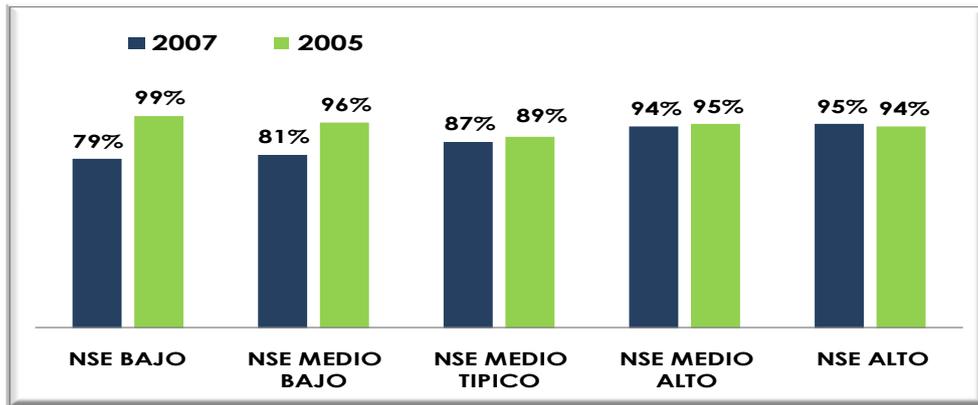
ILUSTRACION 18 Requerimiento de cuarto de servicio en la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

Esta característica es aplicada por lo general en la planificación y construcción de casas por encargo; y, en NSE con mayor capacidad económica.

Puede ser una característica solamente aspiracional.

(13) Requerimiento de cuarto de estudio



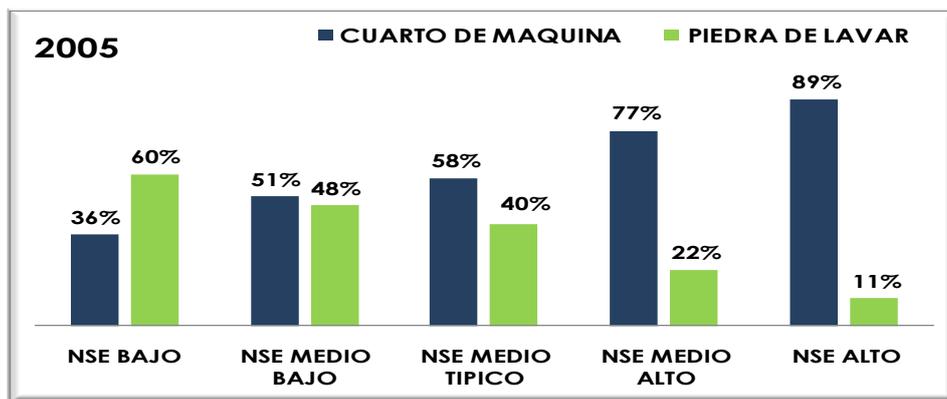
ILUSTRACION 19 Requerimiento de cuarto de estudio en la vivienda en Quito.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

Al igual que el requerimiento de cuarto de estudio, esta característica es aplicada por lo general en la planificación y construcción de casas por encargo; y, en NSE con mayor capacidad económica.

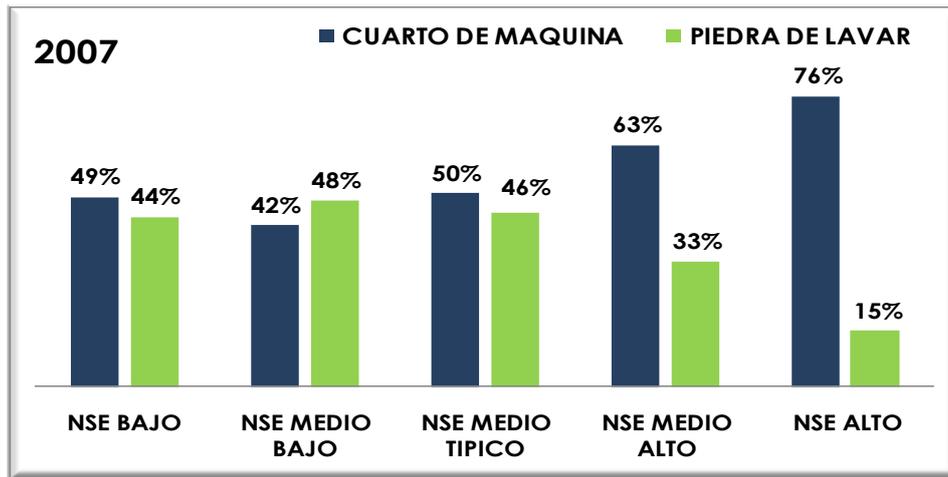
Sin embargo, en la mayoría de oferta inmobiliaria, por su alto porcentaje de requerimiento y aspiración por parte del cliente, el ambiente estudio se lo incorpora dentro de la estancia familiar cuando este ambiente existe. *Puede ser una característica solamente aspiracional.*

(14) Preferencia por área de lavado y secado



ILUSTRACION 20 Requerimiento de área de lavado y secado en la vivienda en Quito 2005.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.



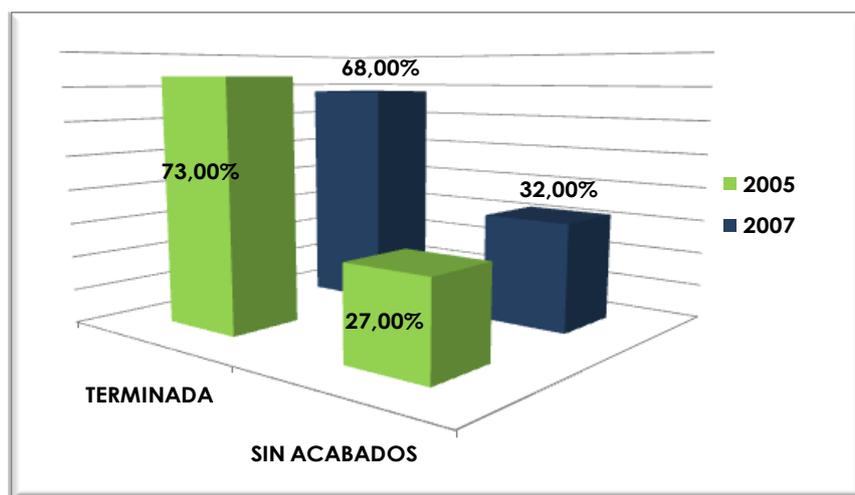
ILUSTRACION 21 Requerimiento de área de lavado y secado en la vivienda en Quito 2007.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

Por lo general en la mayoría de NSE observamos que la tendencia es tener dentro de los ambientes de la vivienda un cuarto de máquinas para lavado y secado.

Al igual que el requerimiento de cuarto de estudio y cuarto de servicio especialmente en casas; esta característica es aplicada por lo general en la planificación y construcción de casas por encargo; y, en NSE con mayor capacidad económica. Sin embargo, en el mercado inmobiliario particularmente se ofrece un área incorporada a la cocina para la colocación de lavadora y secadora.

(15) Estado de construcción de la vivienda



ILUSTRACION 22 Preferencia por adquirir la vivienda respecto de su estado de construcción.

Fuente: Gridcon: estudio de demanda de la ciudad de Quito relación 2005-2007.

El mercado inmobiliario advierte que en el bienio del 2005 y 2007 ha aumentado el porcentaje del mercado potencial para la adquisición de vivienda sin acabados y esto

obedece principalmente al precio que estas tienen; no obstante los hogares que prefieren adquirir una acabado totalmente es considerablemente mayor.

c) Conclusiones de la Demanda



Inmobiliaria Corbal recoge el 23% de la demanda presente del NSE medio alto para la ejecución del proyecto B.J. "La Quinta".

Inmobiliaria Corbal reflejo de la demanda respecto del sector de preferencia que señala al NSE medio alto, pretende que B.J. "La Quinta" absorba y satisfaga las necesidades en la parroquia de Conocoto.

Respecto al número de dormitorios, B.J. "La Quinta" busca satisfacer las necesidades de nuestro segmento objetivo con la incorporación de 3 dormitorios que son el promedio de preferencia que señala el mercado; no obstante Inmobiliaria Corbal busca identificar con este proyecto si el segmento absorbería un proyecto que incorporase 4 dormitorios en la vivienda, planificando 2 casas con metraje especial para un proyecto inmediato.

B.J. "La Quinta" busca encontrar en una de sus casas especiales, la preferencia por tener incorporada a la zona de la cocina una área de lavado y secado (secadora y lavadora) señala como demanda del mercado; para incorporarla en un proyecto de futuro inmediato.

Aún cuando la presencia de un cuarto de estudio podría considerarse netamente aspiracional acorde al estudio de mercado; B.J. "La Quinta" genera en las casas de 102, 127 y 130 m². un espacio de uso alternativo entre estancia familiar y estudio.

Aún cuando la demanda no es significativa para adquirir vivienda sin terminados; Inmobiliaria Corbal no tiene como política ofertar casas sin terminados.

El esquema de financiamiento que oferta Inmobiliaria Corbal es de captar el 30% de entrada en un sistema de flexiplan con cuotas distribuidas durante el tiempo de construcción y el resto equivalente al 70% con crédito hipotecario de cualquier entidad financiera.

CONCLUSION 1 Estudio del mercado inmobiliario: la demanda.

Elaborado por Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



2. El Perfil del Cliente de B.J. “La Quinta”

Realizadas las conclusiones más destacadas entonces podemos definir el perfil de nuestro cliente:

- El proyecto B.J. “La Quinta” es proyecto inmobiliario privado-cerrado ubicado en el sector de Santa Rosa de la parroquia de Conocoto del Valle de los Chillos;
- Se compone de 29 unidades de vivienda pareadas de 88 y 102 m². de dos plantas; con 3 dormitorios, 2.5 baños, sala-comedor, cocina, área de lavado y secado exterior, 1 parqueadero, acceso y grandes jardines privados;
- Su diseño es contemporáneo y goza de áreas recreativas, jardines comunales, sendero ecológico, sala comunal, garita de seguridad, cisterna, depósito de basura, cuarto de bombas y transformación eléctrica y estacionamientos para visita.
- Está conducida a ser una solución de vivienda para hogares jóvenes y maduros de nivel socio económico medio típico a medio alto, con un rango de ingresos familiares de entre 1200 y 2000 dólares americanos.
- Pueden ser adquiridas por personas mayor es a 18 años de edad con capacidad legal y económica.

3. La Oferta.

En esta parte del documento se procurará encontrar, identificar y hacer un análisis comparativo del conjunto de productos inmobiliarios y las características en el mercado local en donde se encuentra nuestro producto.

El análisis entonces se trata de encontrar las diferencias, las similitudes y el conjunto de variables que nos permitan identificar las fortalezas y debilidades de lo que estamos proponiendo como desarrolladores inmobiliarios, para entonces realizar un estudio comparativo para entonces definir y ofertar al mercado un producto diferenciador y con características propias que puede ser demandado, apetecido y adquirido por nuestro comprador.

Con el fin de entender mejor y antes de desarrollar el estudio de la competencia, es importante hacer una definición de lo que significa “la absorción” en el mercado inmobiliario.



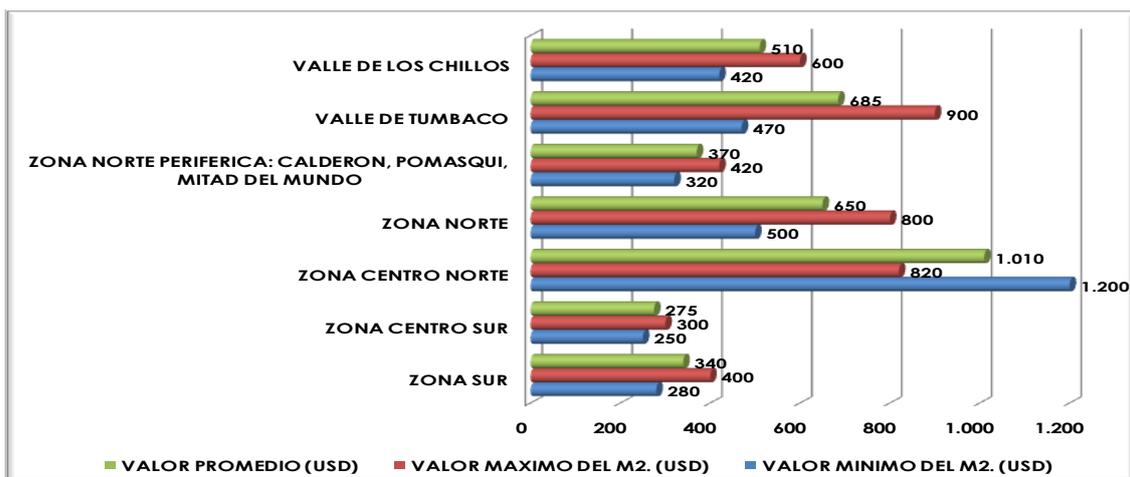


▶ ABSORCION DE UN PROYECTO

- ES SU CAPACIDAD DE COLOCACIÓN EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL TIEMPO; ES DECIR, EL VOLUMEN, EN UNIDADES Y / O EN METROS CUADRADOS, DE VIVIENDAS VENDIDAS RESPECTO DEL TOTAL DE LA OFERTA DEL PROYECTO, VOLUMEN QUE SE CALCULA EN RELACIÓN A UN DETERMINADO PERIODO DE TIEMPO.
- Concepto tomado del documento de Estudio de demanda de la ciudad de Quito relacion 2005-2007; Definiciones fundamentales del Mercado, 2010.

La oferta complementa junto a la demanda el estudio de mercado; y una de las variables que nos permite poder hacer comparativos importantes para saber la posición de nuestro proyecto constituye la absorción.

Adicionalmente con el objeto de tener una visión panorámica de una variable muy importante en la oferta del mercado inmobiliario se ha exponer a continuación los referentes:

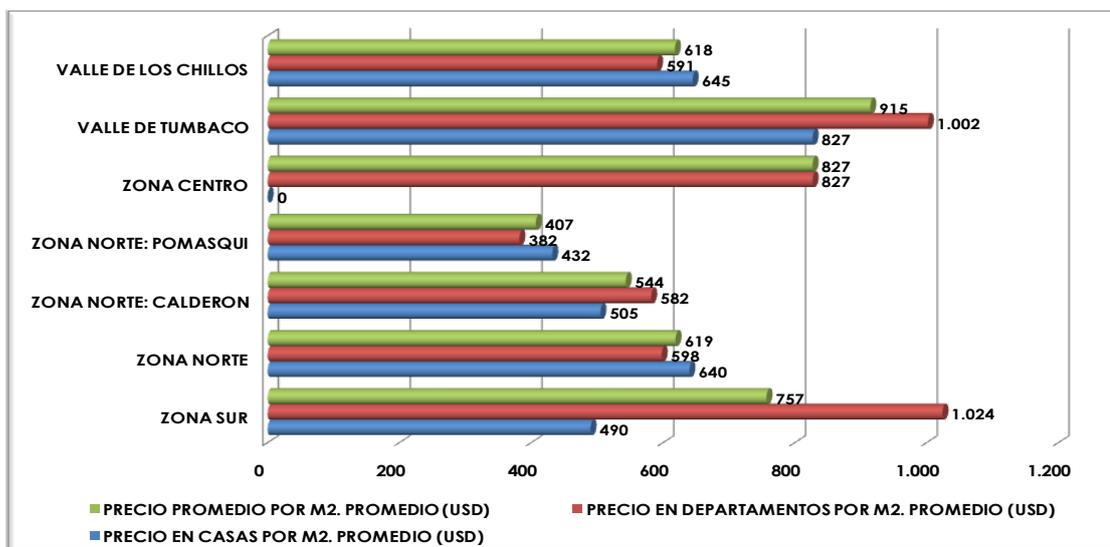


ILUSTRACION 23 Costo del m2. en las zonas del DMQ.

Fuente: Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2009 – 2025.

- ✚ De costos por m2. a nivel del Distrito Metropolitano de Quito según datos del *Plan Maestro de Movilidad para el Distrito Metropolitano de Quito 2009 – 2025*; en el que podemos advertir y enfatizar los datos producto del estudio del mercado respecto de la preferencia por adquirir vivienda en los sectores de mayor desarrollo urbanístico: la zona norte de Quito; y, los Valles de Tumbaco y de los Chillos.





ILUSTRACION 24 Precio del m2. en las zonas del DMQ.

Fuente: Gridcon, estudio de oferta y demanda en la ciudad de Quito, 2010

- ✚ De precios por m2. a en las zonas del DMQ proporcionadas por Gridcon, empresa especializada en mercadeo inmobiliario, que consta en el documento de información de oferta y demanda de vivienda en la ciudad de Quito, de abril del 2011; estudio adquirido por los estudiantes del MDI 2010-2011.

El segundo estudio realizado por Gridcon, es realizado con la medición en 587 proyectos del DMQ; lo cual nos brinda certeza en los datos mostrados.

Sin embargo los datos proporcionados por la municipalidad se percibe que no corresponde con la realidad.

a) Estudio de la oferta: La competencia.

La competencia del Proyecto B.J. "La Quinta" se referirá al volumen de proyectos o productos inmobiliarios en oferta que se ha de encontrar dentro de un radio de influencia determinado y que persigan un segmento de mercado similar.

Se han analizado 5 proyectos que se encuentran en el sector de Santa Rosa de la parroquia de Conocoto; sector en el que está emplazado B.J. "La Quinta".

Se ha copilado en una ficha correspondiente a cada proyecto analizado. En ella se señala los datos del cliente, técnicos, de comercialización, de absorción y otros, que nos sirven para evaluar las condiciones de los proyectos competidores y en lo posterior realizar cuadros comparativos y un estudio de fortalezas y debilidades de B.J. "La Quinta" para finalmente determinar las ventajas competitivas o desventajas del proyecto.



(1) Análisis del competidor 1

Proyecto: Conjunto Habitacional San Francisco 1

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO HABITACIONAL SAN FRANCISCO 1									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	GRUPO BALUARTE									
UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS										
DIRECCION	JOSE JOAQUIN OUMEDO Y AV. ILALO									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
P. PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTAROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	ADOSADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN BUEN ESTADO									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	CONSOLIDADO									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAM.	
CASA A	135	3	2,5	NO	NO	SI	2	1	NO	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	G. BALUARTE	VENDEDOR	INMOPROVIBAL S.A.				FINANCIERA	SIN INFORMACION		
CONSTRUCTOR	G. BALUARTE	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONTRUCCION	ACABADOS		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	70%		REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO						
NO. DE PISOS	2		PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO		MUEBLES	MODULARES MADERA	CIRC. VEHICULAR	S/I				
MAMPONERIA	BLOQUE		VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	S/I				
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	SI	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS	SENDERO ECOLOGICO			IST. INCENDIOS	NO			
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS					ABSORCION					
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-jul-2012				NO	22	2	20	25	0,8
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-dic-2008									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					FORMA DE PROMOCION					
RESERVA	0,00%				USD	0	ROTULO	SI	RADIO	NO
ENTRADA	20,00%				19600	VALLA	NO	PERIODICO	SI	
SALDO	80,00%				78400	REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO	
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS				FLYERS	SI	TELEVISION	NO		
PRECIO					INTERNET	SI	OTROS	NO		
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO /M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	SI	CASA MODELO	SI		
CASA	135	98000	726	MEDIA ALTA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR				

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 1 Proyecto San Francisco 1.

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

(2) Análisis del competidor 2

PROYECTO: CONJUNTO HABITACIONAL SAN FRANCISCO 2

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO HABITACIONAL SAN FRANCISCO 2									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	GRUPO BALUARTE									
UBICACION Y CARACTERISTICAS										
DIRECCION	JOSE JOAQUIN OLMEDO									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTAROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	PAREADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN BUEN ESTADO									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	CONSOLIDADO									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAM.	
CASA	135	3	2,5	NO	NO	SI	2	1	NO	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	G. BALUARTE	VENDEDOR	INMOPROVIBAL S.A.				FINANCIERA	SIN INFORMACION		
CONSTRUCTOR	G. BALUARTE	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONSTRUCCION	ACABADOS		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	30%		REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO						
NO. DE PISOS	2		PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO	MUEBLES	MODULARES MADERA			CIRC. VEHICULAR	S/I			
MAMPOSTERIA	BLOQUE	VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO			CIRC. PEATONAL	S/I			
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANIA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	SI	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS	SENDERO ECOLOGICO			ST. INCENDIOS	NO			
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS				ABSORCION						
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I			VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES	
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-dic-2012			NO	22	4	18	18	1,0	
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-ene-2011									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO				USD		FORMA DE PROMOCION				
RESERVA	0,00%			0		ROTULO	SI	RADIO	NO	
ENTRADA	20,00%			20241,2		VALLA	NO	PERIODICO	SI	
SALDO	80,00%			80964,8		REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO	
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS					FLYERS	SI	TELEVISION	NO	
PRECIO						INTERNET	SI	OTROS	NO	
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	SI	CASA MODELO	SI		
CASA	104,58	101206	968	MEDIA ALTA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR				



FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 2 Proyecto San Francisco 2

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

(3) Análisis del competidor 3

PROYECTO SANTA LUZ 2

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO HABITACIONAL SANTA LUZ 2									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	GRUPO BALUARTE									
UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS										
DIRECCION	JOSE JOAQUIN OLMEDO									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTAROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	ADOSADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN BUEN ESTADO									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	CONSOLIDADO									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAMILIAR	
CASA	135	3	2,5	NO	NO	SI	2	1	NO	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	G. BALUARTE	VENDEDOR	INMOPROVIBAL S.A.				FINANCIERA	SIN INFORMACION		
CONSTRUCTOR	G. BALUARTE	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONSTRUCCION	ACABADOS		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	10%		REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO						
NO. DE PISOS	2		PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO		MUEBLES	MODULARES MADERA	CIRC. VEHICULAR	S/I				
MAMPONERIA	BLOQUE		VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	S/I				
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	SI	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS	SENDERO ECOLOGICO			IST. INCENDIOS	NO			
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS					ABSORCION					
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-dic-2012				NO	46	23	23	18	1,3
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-ene-2011									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					FORMA DE PROMOCION					
RESERVA	0,00%				USD	0	ROTULO	SI	RADIO	NO
ENTRADA	20,00%				USD	13400	VALLA	NO	PERIODICO	SI
SALDO	80,00%				USD	53600	RE-VISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS									
PRECIO										
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO /M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	SI	CASA MODELO	SI		
CASA	101,43	67000	661	MEDIA ALTA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR				

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 3 Proyecto Santa luz 2

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011



(4) Análisis del competidor 4

PROYECTO BONA VISTA

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO PRIVADO BONA VISTA									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	INNOVA									
UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS										
DIRECCION	CALLE PACHACUTIC - URB. 6 DE DICIEMBRE									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTA ROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	ADOSADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	TERRENOS BALDIOS									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	EN TRANSFORMACION									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA (M2)	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAML.	
CASA	101	3	2,5	NO	NO	SI	1	1	SI	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	MILLENIUM	VENDEDOR	PROINMOBILIARIA				FINANCIERA	SIN INFORMACION		
CONSTRUCTOR	MILLENIUM	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONTRUCCION	ACABADOS		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	70%		REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO						
NO. DE PISOS	2		PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO		MUEBLES	MODULARES MDF	CIRC. VEHICULAR	S/I				
MAMPOSTERIA	BLOQUE		VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	S/I				
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANIA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	NO	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS					ST. INCENDIOS	NO		
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS				ABSORCION						
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I			VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES	
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-jun-2012			NO	54	1	53	20	2,7	
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-sep-2009									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO				USD		FORMA DE PROMOCION				
RESERVA	0,00%			0		ROTULO	SI	RADIO	NO	
ENTRADA	30,00%			22500		VALLA	SI	PERIODICO	SI	
SALDO	70,00%			52500		REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO	
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS				FLYERS	SI	TELEVISION	NO		
PRECIO										
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)		PRECIO M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	S/I	CASA MODELO	SI	
CASA	101	75000		743	MEDIA ALTA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR			

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 4 Proyecto Bona Vista.

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011



(5) Análisis del competidor 5

PROYECTO JARDINES DE TRIANA

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO RESIDENCIAL JARDINES DE TRIANA									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	TERRAZUL									
UBICACIÓN Y CARACTERISTICAS										
DIRECCION	JOSE María URBINA Y VIA AMAGUAÑA; REFERENCIA: COMPLEJO BANCO DEL PICHINCHA									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTAROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	ADOSADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	TERRENOS BALDIOS									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	EN CONSOLIDACION									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA (M2)	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAMILIAR	
CASA	85	3	2,5	NO	NO	NO	1	1	NO	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	PATRICIO ENDARA	VENDEDOR	KSA INMOBILIARIA				FINANCIERA	SIN INFORMACION		
CONSTRUCTOR	PATRICIO ENDARA	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONSTRUCCION	ACABADOS		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	70%		REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO						
NO. DE PISOS	3		PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO		MUEBLES	MODULARES MDF	CIRC. VEHICULAR	S/I				
MAMPOSTERIA	BLOQUE		VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	S/I				
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANA	SI	CISTERNA	NO	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	NO	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS					IST. INCENDIOS	NO		
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS					ABSORCION					
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-nov-2011				NO	34	20	14	24	0,6
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-jun-2008									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					USD		FORMA DE PROMOCION			
RESERVA	0,00%				0		ROTULO	SI	RADIO	NO
ENTRADA	30,00%				15900		VALLA	SI	PERIODICO	SI
SALDO	70,00%				37100		REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS						FLYERS	SI	TELEVISION	NO
PRECIO							INTERNET	SI	SALA DE VENTAS	NO
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	S/I	CASA MODELO	SI		
CASA	83	53000	639	MEDIA TIPICA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR				

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 5 Proyecto Jardines de Triana.

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

(6) Análisis del competidor 6

PROYECTO PORTHOS 2

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO										
INFORMACION GENERAL										
NOMBRE DEL PROYECTO	PORTHOS 2									
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA									
PROMOTOR	CARRASCO SUAREZ									
UBICACIÓN Y CARACTERISTICAS										
DIRECCION	VIA ANTIGUA A QUITO, CALLE JAIME ROLDOS AGUILERA									
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS									
PARROQUIA	CONOCOTO									
BARRIO	SANTA ROSA									
USO DE SUELO	RESIDENCIAL									
TIPO DE PROYECTO	ADOSADAS									
TOPOGRAFIA	IRREGULAR									
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN REGULAR ESTADO									
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	CONSOLIDADO									
INFORMACION TECNICA										
ESPACIO	AREA (M2)	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAM.	
CASA	90	3	2,5	NO	NO	SI	1	1	NO	
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO										
PLANIFICADOR	CARRASCO SUAREZ	VENDEDOR	INMOBILIARIA LA CORUÑA			FINANCIERA	SIN INFORMACION			
CONSTRUCTOR	CARRASCO SUAREZ	FIDUCIARIO	NO							
FASE DE CONSTRUCCION	CIMENTACION		ACABADOS							
AVANCE DE OBRA	10%		REVESTIMIENTOS		ESTUCADO Y PINTADO					
NO. DE PISOS	2		PISOS	CERAMICA	CIELO RASO	NO				
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO		MUEBLES	MODULARES MDF	CIRC. VEHICULAR	S/I				
MAMPOSTERIA	BLOQUE		VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	S/I				
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO										
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANIA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO	
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	SI	PISCINA	NO	
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS				IST. INCENDIOS	SI			
INFORMACION COMERCIAL										
DATOS					ABSORCION					
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	S/I				NO	60	60	0	12	0,0
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	30-may-2010									
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					USD		FORMA DE PROMOCION			
RESERVA	0,00%				0		ROTULO	NO	RADIO	NO
ENTRADA	30,00%				19500		VALLA	NO	PERIODICO	SI
SALDO	70,00%				45500		REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS						FLYERS	SI	TELEVISION	NO
PRECIO							INTERNET	SI	SALA DE VENTAS	NO
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)		PRECIO M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	S/I	CASA MODELO	NO	
CASA	90	65000		722	MEDIA TIPICA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR			

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 6 Proyecto Porthos.

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

(7) Análisis del competidor 7

PROYECTO QUINTA MERCEDES

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO											
INFORMACION GENERAL											
NOMBRE DEL PROYECTO	QUINTA LA MERCEDES										
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA										
PROMOTOR	PROINMOBILIARIA										
UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS											
DIRECCION	JUAN MONTALVO Y ABDON CALDERON										
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS										
PARROQUIA	CONOCOTO										
BARRIO	SANTA ROSA										
USO DE SUELO	RESIDENCIAL										
TIPO DE PROYECTO	PAREADAS										
TOPOGRAFIA	IRREGULAR										
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN REGULAR ESTADO										
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	CONSOLIDADO										
INFORMACION TECNICA											
ESPACIO	AREA (M2)	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAMIL.		
CASA	132	3	2,5	SI	NO	SI	2	1	SI		
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO											
PLANIFICADOR	PROINMOBILIARIA	VENDEDOR	PROINMOBILIARIA				FINANCIERA	SIN INFORMACION			
CONSTRUCTOR	PROINMOBILIARIA	FIDUCIARIO	NO								
FASE DE CONTRUCCION	OBRA MUERTA		ACABADOS								
AVANCE DE OBRA	40%		REVESTIMIENTOS		ESTUCADO Y PINTADO						
N.O. DE PISOS	3		PISOS	CERAMICA, PORCELANATO	CIELO RASO	NO					
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO	MUEBLES	MODULARES MDF		CIRC. VEHICULAR	S/I					
MAMPOSTERIA	BLOQUE	VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO		CIRC. PEATONAL	S/I					
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO											
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANIA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO		
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	S/I	GENERADOR	NO	CANCHAS	SI	PISCINA	SI		
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS					ST. INCENDIOS	NO			
INFORMACION COMERCIAL											
DATOS					ABSORCION						
FECHA DE INICIO DE OBRA	S/I				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES	
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	30-sep-2011				NO	32	19	13	18	0,7	
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-nov-2009										
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					USD		FORMA DE PROMOCION				
RESERVA	0,00%				0		ROTULO	NO	RADIO	NO	
ENTRADA	30,00%				29760		VALLA	NO	PERIODICO	SI	
SALDO	70,00%				69440		REVISTAS	NO	SALA DE VENTAS	NO	
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS						FLYERS	NO	TELEVISION	NO	
PRECIO							INTERNET	SI	SALA DE VENTAS	NO	
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO M2 (USD)	ESTRATO NSE	FERIAS	S/I	CASA MODELO	SI			
CASA	132	99200	752	MEDIA ALTA	REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR					

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 7 Proyecto Quinta Mercedes.

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

(8) Análisis del proyecto de Corbal: "La Quinta"

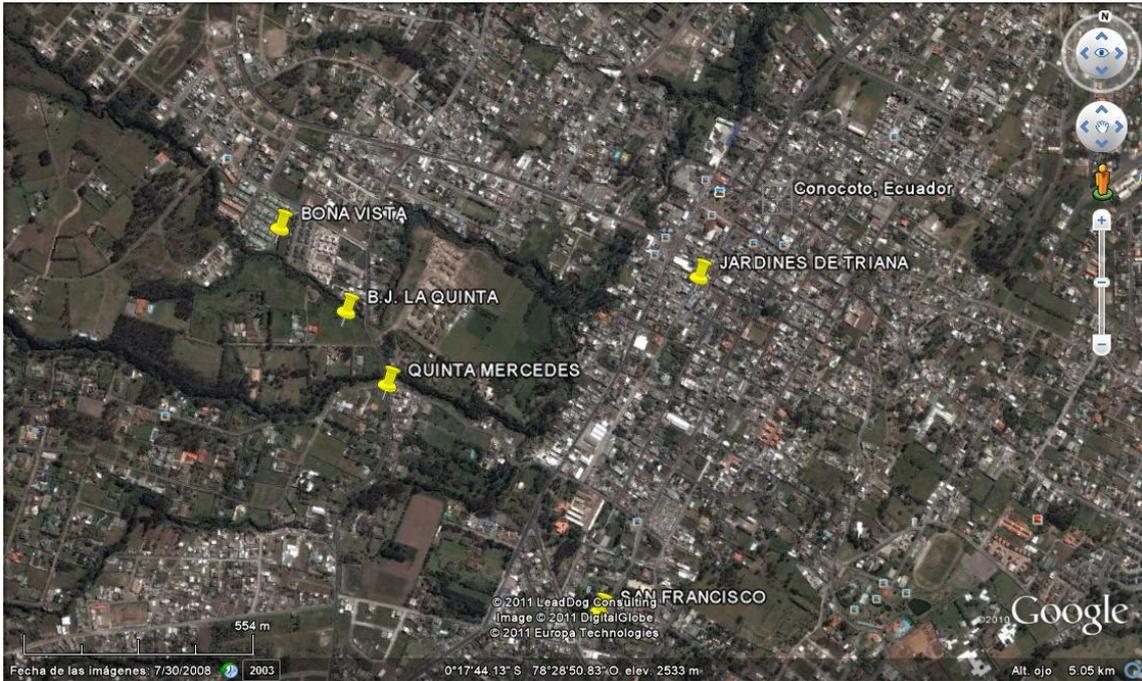
PROYECTO B.J. "LA QUINTA"

FICHA DE DATOS PRODUCTO INMOBILIARIO											
INFORMACION GENERAL											
NOMBRE DEL PROYECTO	CONJUNTO PRIVADO B.J. "LA QUINTA"										
CATEGORIA INMOBILIARIA	VIVIENDA Y COMERCIO										
PROMOTOR	INMOBILIARIA INTERNACIONAL CORBAL										
UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS											
DIRECCION	ABDON CALDERON Y CALLE SIN NOMBRE										
ZONA	VALLE DE LOS CHILLOS										
PARROQUIA	CONOCOTO										
BARRIO	SANTA ROSA										
USO DE SUELO	RESIDENCIAL										
TIPO DE PROYECTO	PAREADAS										
TOPOGRAFIA	IRREGULAR										
ENTORNO PROXIMO	EDIFICACIONES EN REGULAR ESTADO										
DEMOGRAFIA DEL ENTORNO	BAJA EN CONSOLIDACION										
INFORMACION TECNICA											
ESPACIO	AREA	DORMITORIOS	BAÑOS	ESTUDIO	SERVICIO	BODEGA	PARQUEADERO	PATIO LAV.	ESTAR FAM.		
CASA A	88	3	2,5	NO	NO	NO	1	1	NO		
CASA B	102	3	2,5	NO	NO	SI	1	1	SI		
CASA C	127	4	3,5	NO	NO	SI	2	1	SI		
CASA D	130	4	3,5	NO	NO	SI	2	1	SI		
DETALLE DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO											
PLANIFICADOR	CORBAL	VENDEDOR	CIUDAD Y CAMPO				FINANCIERA	NO			
CONSTRUCTOR	CORBAL	FIDUCIARIO	NO								
FASE DE CONSTRUCCION	MOVIMIENTO DE TIERRAS	ACABADOS									
AVANCE DE OBRA	5%	REVESTIMIENTOS	ESTUCADO Y PINTADO, GRAFEADO, ESPACATO								
NO. DE PISOS	2	PISOS	ALFOMBRA, PISO FLOTANTE	CIELO RASO							
ESTRUCTURA	HORMIGON ARMADO	MUEBLES	MODULARES MDF	CIRC. VEHICULAR	ADOQUIN COLOR						
MAMPOSTERIA	BLOQUE	VENTANERIA	ALUMINIO Y VIDRIO	CIRC. PEATONAL	ADOQUIN COLOR						
AREAS COMUNALES Y EQUIPAMIENTO											
SALA COMUNAL	SI	GUARDIANIA	SI	CISTERNA	SI	ASCENSOR	NO	ALARMA	NO		
AREA VERDE RECREATIVA	SI	J. INFANTILES	SI	GENERADOR	NO	CANCHAS	NO	PISCINA	NO		
GAS CENTRALIZADO	NO	OTROS	SENDERO ECOLOGICO				ST. INCENDIOS	SI			
INFORMACION COMERCIAL											
DATOS					ABSORCION						
FECHA DE INICIO DE OBRA	1-ene-2011				VENTA COMPLETA	UNIDADES OFERTADAS	UNIDADES DISPONIBLES	UNIDADES VENDIDAS	PROMOCION EN MESES	UNIDADES VENDIDAS POR MES	
FECHA ESTIMADA DE FIN DE OBRA	1-nov-2012				NO	29	6	23	14	1,6	
FECHA DE INICIO DE PROMOCION	1-abr-2010										
ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO					USD		FORMA DE PROMOCION				
RESERVA	0,00%				0		ROTULO	SI	RADIO	NO	
ENTRADA	30,00%				26385		VALLA	SI	PERIODICO	NO	
SALDO	70,00%				61565		REVISTAS	SI	SALA DE VENTAS	NO	
ENTIDAD DE FINANCIAMIENTO	TODAS						FLYERS	NO	TELEVISION	NO	
PRECIO							INTERNET	SI	SALA DE VENTAS	SI	
UNIDAD DE VENTA	AREA (M2)	PRECIO TOTAL (USD)		PRECIO M2 (USD)		FERIAS	SI	CASA MODELO	NO		
CASA	102,1	87950		861		REALIZO:	EDISON PEREZ SALAZAR				

FICHA DE PRODUCTO INMOBILIARIO 8 Proyecto B.J. "La Quinta".

Levantamiento de datos y elaboración: Edison Pérez; Junio del 2011

b) *Ubicación de los proyectos de la competencia*



ILUSTRACION 25 Plano satelital del sector de implantación de la competencia.

Fuente: Google Earth; Adaptación: Edison Pérez Salazar





c) *Análisis comparativo entre B.J. "La Quinta" y los competidores.*

Como se había descrito anteriormente, la ciudad de Quito por su proceso de desarrollo ha ido creciendo hacia los asentamientos al norte de la ciudad y hacia los valles aledaños; sin embargo la tipología de producto arquitectónico es la casa. No es sólo un criterio aspiracional ni como el mercado inmobiliario se desarrolla, sino también que obedece a distintos factores de planificación (forma de ocupación del suelo, densidad, constructibilidad, etc.) del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Por ello y casi en su totalidad en la parroquia de Conocoto y los Valles de los Chillos y Tumbaco, todos los competidores ofertan al mercado un mismo tipo de producto dentro de la categoría inmobiliaria de vivienda: *casas*.

Las características de los competidores en cuanto a superficie de construcción, precios, atributos, nivel de absorción y otros los hemos de estudiar a continuación.

(1) **Precio de venta**

COD	PROYECTO	AREA (M2)	PRECIO (USD)	PRECIO POR M2 (USD)
1	SAN FRANCISCO 1	135,00	98.000	725,93
2	SAN FRANCISCO 2	104,58	101.206	967,74
3	SANTA LUZ 2	101,43	67.000	660,55
4	BONA VISTA	101,00	75.000	742,57
5	JARDINES DE TRIANA	83,00	53.000	638,55
6	PORTHOS 2	90,00	65.000	722,22
7	QUINTA MERCEDES	132,00	99.200	751,52
8	B.J. "LA QUINTA"	102,10	87.950	861,41
	PROMEDIO	106,14	80.795	758,81

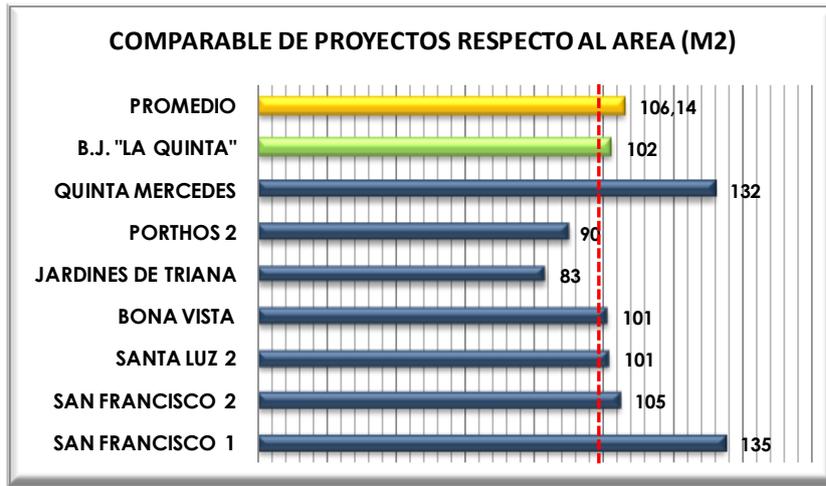
CUADRO 9 Precios de venta de la competencia y B.J. "La Quinta".

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

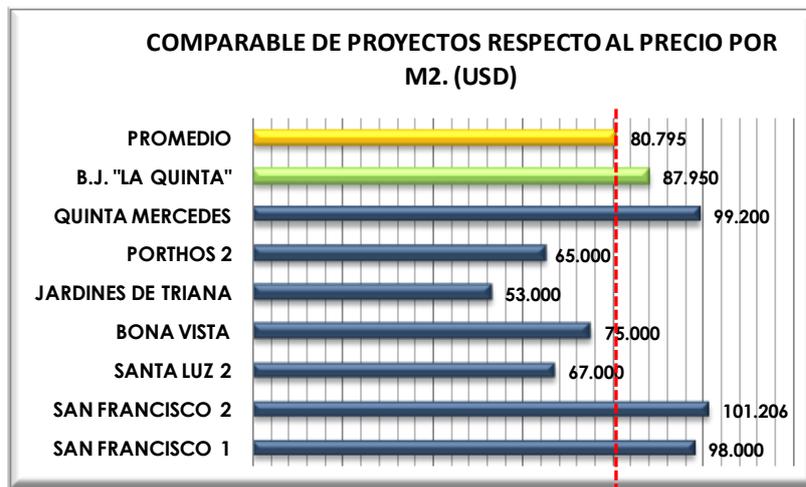
De los 7 proyectos analizados podemos advertir que el promedio de área de construcción de la vivienda es de 106,14 m²., del precio es de USD 80950; y, del m². De construcción es de USD 758,81.

- ✚ B.J. "La Quinta" respecto de la superficie de construcción de la vivienda, está por debajo del promedio; sin embargo hay que observar que el promedio sube debido a que 2 proyectos (1 Y 2) tienen superficies que están muy por encima del promedio. El promedio real de los proyectos excluidos estos dos proyectos es de 97 m².

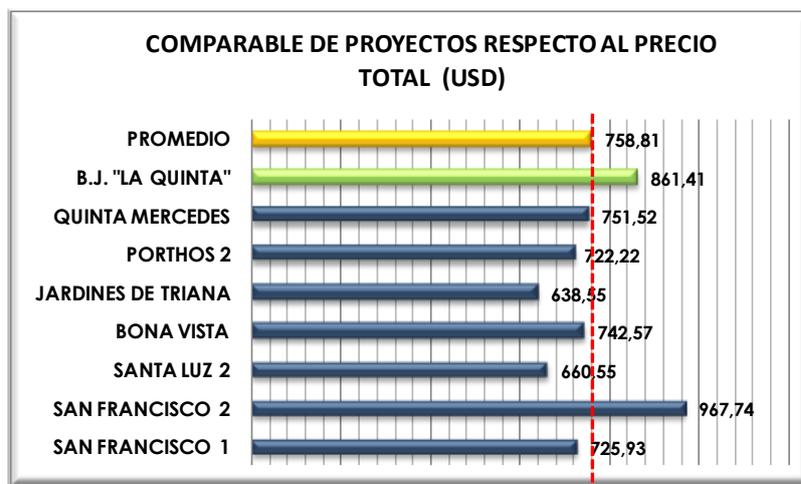




CUADRO 10 Comparable respecto al área (m2).
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



CUADRO 11 Comparable respecto al precio por m2.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



CUADRO 12 Comparable respecto al precio total de la casa.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011





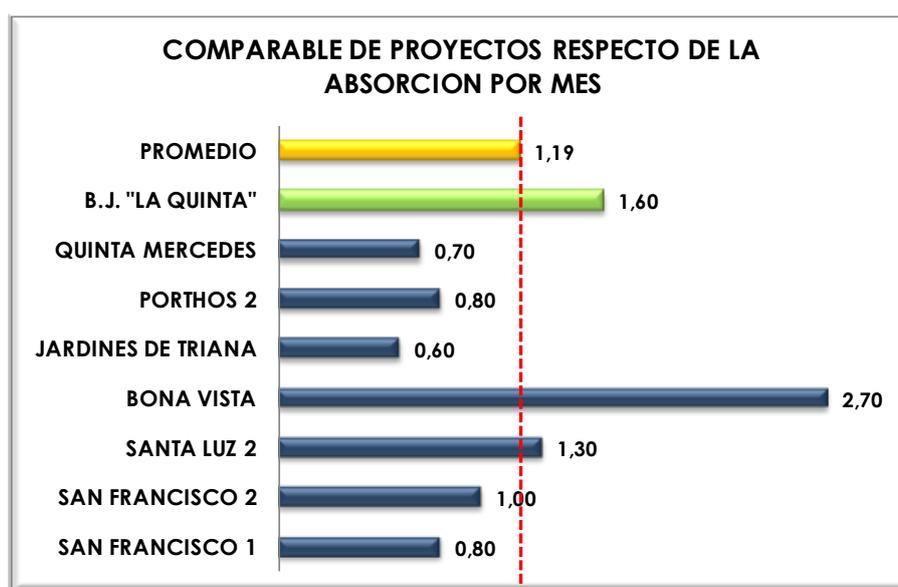
- ✚ B.J. "La Quinta" respecto del precio, está por encima del promedio.
- ✚ B.J. "La Quinta" respecto del precio por m2. Se mantiene por encima del promedio.

(2) Nivel de absorción

COD	PROYECTO	AREA (M2)	PRECIO (USD)	PRECIO POR M2 (USD)	NO. DE UNIDADES OFERTADAS	NO. DE UNIDADES VENDIDAS	ABSORCION POR MES
1	SAN FRANCISCO 1	135	98.000	725,93	22	20	0,80
2	SAN FRANCISCO 2	105	101.206	967,74	22	18	1,00
3	SANTA LUZ 2	101	67.000	660,55	46	23	1,30
4	BONA VISTA	101	75.000	742,57	54	53	2,70
5	JARDINES DE TRIANA	83	53.000	638,55	34	14	0,60
6	PORTHOS 2	90	65.000	722,22	60	10	0,80
7	QUINTA MERCEDES	132	99.200	751,52	32	13	0,70
8	B.J. "LA QUINTA"	102	87.950	861,41	29	23	1,60
9	PROMEDIO	106,14	80.795	758,81	37,375	21,75	1,19

CUADRO 13 Nivel de Absorción de la competencia y B.J. "La Quinta"

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



CUADRO 14 Comparable respecto a la absorción.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

El promedio en la velocidad de ventas se mantiene en 1,19; B.J. "La Quinta" ha mostrado durante el tiempo que mantiene la promoción una velocidad de ventas de 1,60 un./mes, por encima del promedio. Únicamente el proyecto Bona Vista, cuyo promotor es Innova lo supera con un coeficiente de 2,7 un./mes.

El coeficiente de absorción en el caso del proyecto B.J. "La Quinta" es real y fidedigno; sin embargo los datos de la velocidad de ventas de la competencia son referenciales





dado que en el levantamiento de datos puede haber falsedad de datos entregados por el vendedor del proyecto.

(3) Características de ubicación de los proyectos

PROYECTOS SAN FRANCISCO 1 y 2

- ESTÁN LOCALIZADOS EN EL CENTRO DE LA PARROQUIA Y GOZAN DE LOS EQUIPAMIENTOS URBANOS E INFRAESTRUCTURA BÁSICA Y DE TVCABLE E INTERNET; SIN EMBARGO EL CENTRO PARROQUIAL ESTÁ DENSIFICADO Y SU USO DE SUELO ES MÚLTIPLE; ES DECIR, COMPARTE CON COMERCIO Y OFICINAS. ESTO PUEDE SER PARTE EXCLUYENTE DENTRO DEL PERFIL DE NUESTRO CLIENTE.
- EL DESARROLLADOR Y CONSTRUCTOR ES EL GRUPO BALUARTE, FIRMA QUE TRABAJA EN LA PARROQUIA DESDE HACE AÑOS Y CONOCE EL MERCADO Y LAS NECESIDADES PROPIAS DEL POTENCIAL CONSUMIDOR DEL VALLE

PROYECTO SANTA LUZ 2

- ES UN PROYECTO MÁS DEL GRUPO BALUARTE, DESARROLLADOR Y CONSTRUCTOR DE LOS PROYECTOS SAN FRANCISCO 1 Y 2. SE ENCUENTRA A LAS AFUERAS DEL CENTRO PARROQUIAL Y GOZA PARCIALMENTE DEL EQUIPAMIENTO URBANO DE LA ZONA. ES DIRIGIDO A UN SEGMENTO DE MEDIA TÍPICO A MEDIA BAJA.
- UNA FORTALEZA DE ESTOS PROYECTOS ES SU PROMOTOR QUE SE HA DESARROLLADO Y HA VISTO EN CONOCOTO SU SEGMENTO OBJETIVO JUNTO CON B.J."LA QUINTA" ESTÁN MUY BIEN POSICIONADOS EN EL MERCADO DENTRO DE NSE SEMEJANTES.

PROYECTO QUINTA MERCEDES

- ESTE PROYECTO SE ENCUENTRA EN STANDBY DADO QUE SU PROMOCIÓN Y EJECUCIÓN SUFRIERON UNA PARA DEBIDO A UNA AFECTACIÓN VIAL NO RESUELTA. SIN EMBARGO, SE CONSTITUYÓ EN UN PROYECTO CON POTENCIAL ENORME Y VELOCIDAD DE VENTA. SU DISEÑO Y PLANIFICACIÓN ERAN DE COMPETENCIA DIRECTA CON B.J."LA QUINTA".

PROYECTO BONA VISTA

- ESTE PROYECTO ES DIRIGIDO A UN SEGMENTO NSE MEDIA ALTA. SU UBICACIÓN AL INTERIOR DE UNA URBANIZACIÓN CON UN ENTORNO CONSTRUÍDO NO CONSOLIDADO E IRREGULAR ES SU PRINCIPAL DEBILIDAD; NO OBSTANTE OFRECE LA ALTERNATIVA DE UNA CASA EN UN ENTORNO NATURAL Y CON VISTA.

PROYECTO JARDINES DE TRIANA y PORTHOS 2

- ESTOS PROYECTOS SE ENCUENTRAN A LAS AFUERAS DEL CENTRO PARROQUIAL DE CONOCOTO. GOZAN DEL EQUIPAMIENTO URBANO Y NO ESTÁN SOMETIDOS A LA CONSOLIDACIÓN. SU SEGMENTO ES LA MEDIA TÍPICA Y MEDIA ALTA.





(4) Ponderación de características y atributos de B.J. "La Quinta" y los competidores

PROYECTO	SAN FRANCISCO 1	SAN FRANCISCO 2	SANTA LUZ 2	BONA VISTA	JARDINES DE TRIANA	PORTHOS 2	QUINTA MERCEDES	B.J. "LA QUINTA"
LOCALIZACION	3	3	4	3	4	3	4	4
PRECIO (USD)	3	2	4	4	4	4	2	3
PRECIO POR M2 (USD)	3	3	4	3	4	3	3	3
AREA (M2)	4	3	3	3	2	2	4	3
PROGRAMACION ARQUITECTONICA	3	4	3	3	3	3	4	4
DISEÑO	3	4	3	3	3	4	3	4
ESTACIONAMIENTO	4	4	4	3	3	3	4	4
AREAS VERDES O RECREATIVAS	3	3	3	3	3	3	4	4
AREAS COMUNALES CONSTRUIDAS	4	4	3	3	3	3	4	4
FINANCIAMIENTO	4	4	4	4	4	4	4	4
PROMOTOR	3	3	3	3	2	3	3	4
PROMOCION Ó PUBLICIDAD	3	3	3	2	2	3	1	4
POSIBILIDADES DE AMPLIACION	4	4	4	1	1	1	1	1
EQUIPAMIENTO URBANO PROXIMO	4	4	4	3	2	3	3	3
TOTAL	48	48	49	41	40	42	44	49
PROMEDIO	3,43	3,43	3,50	2,93	2,86	3,00	3,14	3,50

CALIFICADORES: 1: MALO O INEXISTENTE; 2: REGULAR; 3: BUENO; 4: EXCELENTE

CUADRO 15 Ponderación de características y atributos de B.J. "La Quinta" y la competencia.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



Sobre la base de las calificaciones expuestas en el anterior cuadro, el posicionamiento de los proyectos sería el siguiente:



CUADRO 16 Comparable de posicionamiento según atributos de los proyectos.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

Lo que podemos deducir de este sistema calificador por ponderaciones en base a las características de cada proyecto es que el proyectos B.J."La Quinta" y Santa Luz 2, sean aquellos que mejor posicionados se encuentren en el mercado inmobiliario; es decir aquellos proyectos con el mayor puntaje reflejo de un número global mayor de características que la demanda busca y demanda en una vivienda; y, que el desarrollador oferta.

d) Conclusiones

Para poder concluir este estudio de la oferta, se ha de realizar en la siguiente página un cuadro de fortalezas y debilidades del proyecto respecto a las variables analizadas que puntualice las ventajas y las desventajas competitivas en la zona de influencia al proyecto B.J. "La Quinta".



ILUSTRACION 26 Imagen de promoción de Inmobiliaria Corbal

Fuente: <http://www.corbal.com.ec/>; Junio del 2011

FORTALEZAS

- UBICACIÓN PRIVILEGIADA RESPECTO DE LA COMBINACIÓN DE UN ENTORNO NATURAL AMPLIO Y UN ENTORNO CONSTRUIDO NO CONSOLIDADO
 - CERCANÍA AL CENTRO PARROQUIAL DE LA PARROQUIA
- UBICACIÓN EN UNA ZONA DE CONSOLIDACIÓN QUE YA TIENE DOTACIÓN DE SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA BÁSICA: AGUA POTABLE, ALCANTARRILLADO Y TELEFONÍA
- UBICACIÓN DEL PROYECTO EN UN SECTOR DE DESARROLLO Y APETENCIA POR ADQUIRIR VIVENDA
 - PROGRAMACIÓN DE ESPACIOS DE LA VIVIENDA ACORDE A LA DEMANDA
- OFERTAR CASAS DE 102 M². POR ENCIMA DEL PROMEDIO DE LA OFERTA DE LA COMPETENCIA EN ESTE SEGMENTO
 - OFERTAR 2 TIPOS DE VIVIENDA DE 88 Y 102 M².
 - OFERTAR 2 TIPOS ESPECIALES DE VIVIENDA CON 4 DORMITORIOS
 - OFERTAR UN ESPACIO ALTERNATIVO PARA ESTANCIA FAMILIAR Y/Ó ESTUDIO
- OFERTAR BODEGA DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN DE ESPACIOS EN LA VIVIENDA
 - OFERTAR ESPACIO PARA 2 PARQUEADEROS
 - CONJUNTO CERRADO Y CON SERVICIO DE GUARDIANÍA.
- OFERTAR GRAN ESPACIO DE JARDINES PRIVADOS CIRCUNDANTES A LA VIVIENDA
 - OFERTAR CASAS PAREADAS (DE 2 EN DOS) Y NO ADOSADAS
- DISEÑO URBANÍSTICO DEL CONJUNTO EN BASE A LÍNEA LÁNGUIDA Y NO REGULAR
 - BAJA DENSIDAD Ó BAJO NÚMERO DE CASAS POR CONSTRUIR.
 - DISEÑO ARQUITECTÓNICO CONTEMPORÁNEO
 - DISPOSICIÓN DEL FLEXIPLAN (PROPIO DE LA CONSTRUCTORA) QUE PERMITE FINANCIAR SIN INTERÉS LA ENTRADA DURANTE EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN
- COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PROYECTO APROPIADO Y POR VARIOS CANALES: REVISTAS, FERIAS, PRENSA, ETC.
- DOTACIÓN DE ÁREAS VERDES RECREATIVAS AMPLIAS Y SENDERO ECOLÓGICO.
- PRECIO ACORDE AL SEGMENTO MEDIO TÍPICO, MEDIO ALTO RESPECTO DE LA OFERTA DE CONSTRUCCIÓN Y ÁREA DE TERRENO
 - COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN ADECUADA: SALA DE VENTAS IN SITU.
 - PROMOTOR Y CONSTRUCTOR CON EXPERTICIA Y RELATIVA CONFIABILIDAD

DEBILIDADES

- CAPACIDAD LIMITADA PARA ACCEDER A EQUIPAMIENTO EN UN INMEDIATO ENTORNO.
- CAPACIDAD LIMITADA DE DOTACION DE SERVICIOS ESPECIALES: TVCABLE Ó INTERNET.



III. EVALUACION ARQUITECTONICA Y TECNICA





A. ARQUITECTURA & DISEÑO

1. Introducción al Proyecto Conjunto Residencial B.J. "La Quinta"



ILUSTRACION 27 Logotipo del proyecto B.J. "La Quinta"

Elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011

B.J. (Buen Jesús) "La Quinta" es un proyecto inmobiliario desarrollado por Inmobiliaria Internacional Corbal Cía. Ltda.; empresa presente en el mercado alrededor de 36 años y que ha generado varios proyectos de vivienda en la ciudad de Quito.

El predio tiene un área urbanizable de 9752 m². El proyecto comprende: 29 viviendas, 5 locales comerciales, 3800 m². aproximados de jardines privados, 80 m². de áreas comunales construidas y 4780 m² aproximados de áreas comunales abiertas.

Las casas tienen un área de 88 m² o de 102 m². Existen 2 casas especiales con áreas de 127 y 130 m².

Cada casa contará con un estacionamiento privado libre descubierto; y, estacionamientos para los visitantes del conjunto residencial y los locales comerciales. La implantación urbanística del proyecto permite localizar una generosa área recreativa comunal, jardines comunes y sendero ecológico.

El conjunto cuenta además con sala comunal, depósito de basura, cuarto de transformación, cuarto de bombas, cisterna, portón de acceso y garita de seguridad.

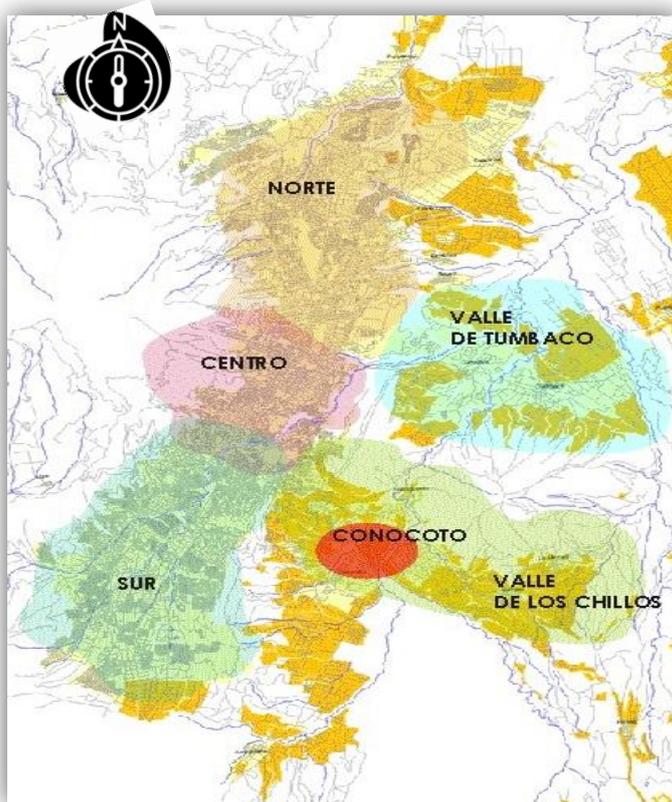
- ✓ Más adelante en la parte correspondiente a áreas del proyecto se puede observar la descomposición en m² y su desglose.

2. Localización

a) Ubicación y características

El conjunto residencial cerrado B.J. (Buen Jesús) "La Quinta" se encuentra en Pichincha, en la parroquia suburbana de San Antonio de Conocoto del Distrito Metropolitano de Quito. (DMQ).





ILUSTRACION 28 Mapa de Quito; identificación y ubicación de zonal y la parroquia de Conocoto.

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, adaptación: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

La parroquia de Conocoto se encuentra ubicada al suroriente en el Valle de los Chillos, a 11 Km. del DMQ. por la Autopista General Rumiñahui.

Se asienta en las faldas de la colina o loma de Puengasí, en forma de meseta a unos 150m sobre el río San Pedro.

Se halla a 2.525 metros sobre el nivel del mar, con un área aproximada de 56,20 Km² y una temperatura promedio de 17°.

Su excelente ubicación le permite el goce de un clima agradable, vista privilegiada y la posibilidad de acceder de manera próxima a servicios de transporte público, comercio, salud, bancarios.

Adicionalmente a pocos minutos se encuentra el San Luis Shopping y el Centro Comercial Plaza del Valle con una gran oferta de bienes y servicios.

b) Accesibilidad: vías y transportación pública



ILUSTRACION 29 Ubicación y accesibilidad de "La Quinta"(1): vías de acceso.

Fuente: Google earth, Adaptación: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 30 Ubicación y accesibilidad de "La Quinta"(2): vías de acceso.

Fuente: Google earth, Adaptación: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



EL CONJUNTO COLINDA CON LA CALLE ABDON CALDERON (O ANTIGUA VIA A AMAGUAÑA) Y CALLE SIN NOMBRE.

LA CALLE SIN NOMBRE ES EMPEDRADA. LA ABDON CALDERON ES ASFALTADA.



DESDE Y HACIA LA ZONA SUR DE QUITO A TRAVES DE LA VIA CAMILO PONCE, QUE VIENE BAJANDO DESDE CHAGUARQUINGO Y LA LOMA DE PUENGASI Y CONECTA EL VALLE DE LOS CHILLOS.

LAS CALLES SON ASFALTADAS.



DESDE Y HACIA LA ZONA CENTRO Y NORTE DE QUITO A TRAVES DE LA AUTOPISTA GENERAL RUMIÑAHUI, CONEXIÓN CON LA CALLE GARCIA MORENO, POSTERIOR CON LA CAMILO PONCE Y FINALMENTE CON LA ABDON CALDERON.

LAS CALLES SON ASFALTADAS.



DESDE Y HACIA EL VALLE DE TUMBACO, LA ARMENIA, GUANGOPOLO; A TRAVES DE LA VIA INTERVALLES, CONEXION CON LA CALLE 1, CALLE B, CALLE TR 4, CHARLES DARWIN; PARA CONECTARSE CON LA GENERAL RUMIÑAHUI Y LA GARCIA MORENO.

LAS CALLES SON ASFALTADAS.



DESDE Y HACIA EL VALLE DE LOS CHILLOS A TRAVES DE LA GENERAL RUMIÑAHUI O DE CALLES SECUNDARIAS AL INTERIOR DE LA PARROQUIA.

DESDE Y HACIA AMAGUAÑA A TRAVES DE LA CALLE ABDON CALDERON . LAS CALLES SON ASFALTADAS



CALLE ABDON CALDEON Y SIN NOMBRE ESQ.
(ANTIGUA VIA A AMAGUAÑA)

VISTA AL TERRENO DESDE LA CALLE ABDON CALDERON

ILUSTRACION 31 Fotografías del terreno y calles al conjunto B.J. "La Quinta".

c) *Estudio de usos de suelo e infraestructura*

La mayor fortaleza de todo proyecto inmobiliario es contar con la infraestructura básica; y, con la mayor y adecuada cobertura de servicios generales en su contexto inmediato.

- ✚ La primera ventaja del conjunto es la dotación de servicios de infraestructura básica: agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.
- ✚ La segunda ventaja privilegiada del conjunto es su colindancia con la vía Abdón Calderón y su cercanía (500 m. aproximadamente) a la vía Camilo Ponce. Esta cualidad permite tener el servicio de transportación pública "a la puerta" y estar conectados con la ciudad de Quito, el resto del Valle de los Chillos, el Valle de Tumbaco y la conexión con vías de enlace con otras provincias.
- ✚ La tercera ventaja de la ubicación del conjunto constituye la mixtura de estar presente en un ambiente que aún conserva características de "La Quinta"; es decir, rodeados por un lado de elementos naturales y sin un entorno densamente construido; y por el otro lado, la cercanía con el centro de la parroquia, localizado a unos 1200 metros aproximadamente, que concentra y brinda cobertura para la mayoría de servicios y compra de bienes de consumo de primera necesidad y suntuarios.
- ✚ Adicionalmente se muestra como una fortaleza adicional, la cercanía al Centro Comercial Plaza Valle y al San Luis Shopping (aprox. 5,8 km.), con más de 150

locales comerciales y de servicios, entre ellos: Megamaxi, Fybeca, bancos, patio de comidas y cines.

La dinámica de implantación de servicios dirigidos al -comercio de menor de barrio- en la parroquia de Conocoto se genera en torno a los ejes de desarrollo que constituyen las vías; y, tiene un desarrollo concéntrico en razón del centro de la parroquia que es en donde se concentran los servicios públicos y privados. La implantación de la vivienda en las parroquias suburbanas del DMQ es de similares características. Es concéntrica y se desarrolla de adentro hacia afuera en razón de la dotación de servicios de infraestructura fundamentalmente.

A continuación se muestra un gráfico que muestra la ubicación de los principales sectores de servicios en torno al conjunto.



ILUSTRACION 32 Desarrollo de los sectores de servicio y de infraestructura en Conocoto

Fuente del mapa: Google Earth; Adaptación: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

d) *Equipamiento de servicios públicos y privados*

En la zona influyente al terreno del conjunto residencial indicada en amarillo, la parroquia cuenta con servicios de tipología barrial, sectorial y en menor escala zonal; dentro de los usos de comercio y banca, educación, cultural, salud, bienestar social, recreativo, religioso, seguridad, administrativo, transporte e infraestructura.

Siendo los más destacados los siguientes:



- BANCO DEL PICHINCHA
- COOPERATIVA SAN PEDRO DE TABOADA
 - SUPERCADO AKI
 - SUPERMERCADO TIA
 - MERCADO MUNICIPAL
 - FRUIT
 - FARMACEUTICA

- SAN VICENTE DE PAUL
 - COLEGIO LA SALLE
- COLEGIO LEON COOPER
- COLEGIO LICEO NAVAL
- COLEGIO Y ESCUELA CIE
- COLEGIO FISCAL NACIONAL CONOCOTO
- ESCUELA FISCAL AMABLE ARAUZ
- CENTRO CULTURAL

**BANCA,
COMERCIO
E INDUSTRIA**



**EDUCACION Y
CULTURA**



- RETEN Y UNIDAD UPC CONOCOTO DE LA POLICIA NACIONAL
- COLISEO DEPORTIVO
- ESTADIO DEPORTIVO
- PARQUE MUNICIPAL LA MOYA
- EMPRESA DE TRANSPORTE PUBLICO, TAXIS Y CAMIONETAS

- CLINICA CONOCOTO
- 2 CENTROS DE SALUD DEL MINISTERIO DE SALUD
- FARMACIA SANA SANA
- TENENCIA POLITICA
 - REGISTRO CIVIL
 - CORREOS
 - EEQ
- IGLESIA Y CEMENTERIO

**SEGURIDAD,
RECREACION Y
TRANSPORTE**



**SALUD,
ADMINISTRACION
Y BIENESTAR
SOCIAL**



De lo expuesto en localización podemos concluir:



B.J. "La Quinta" está implantado en un terreno con varias fortalezas para ser explotadas para un proyecto inmobiliario.

El terreno cuenta con todos los servicios de infraestructura básica: agua potable, energía eléctrica y alcantarillado.

Una de las fortalezas más fuertes es su accesibilidad desde y hasta las zonas sur, norte, centro de Quito y sus valles; así como también su dotación de transportación pública por la colindancia y cercanía con vías principales.

Así como la colindancia con la calle Abdón Calderón representa una fortaleza para viabilidad y transportación pública puede presentarse como una debilidad en cuestiones de contaminación por ruido y gases; así como también por tráfico.

La ubicación de B.J. "La Quinta" actualmente (Junio del 2011) tiene características de un entorno natural y de muy baja densidad de construcciones; un atractivo para el cliente.

Una enorme fortaleza es la cercanía -en el entorno próximo- al centro de la parroquia y centros comerciales, donde se encuentran concentrados equipamientos públicos y privados de educación, salud, cultura, religioso, administración, comercio y otros.

La vista y el clima constituyen una fortaleza adicional y de igual manera la topografía irregular del terreno permite crear desniveles y plataformas a desnivel con el fin de caracterizar el producto arquitectónico.

CONCLUSION 2 Localización

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

e) *El terreno: dimensiones, características y regulaciones urbanas: El proyecto respecto del Informe de Regulación Metropolitana (IRM)*

DETALLE	AREA	%	LINDEROS								
			NORTE	MTS	SUR	MTS	ESTE	MTS	OESTE	MTS	
1	COS EN PB	1572,86	16,13%								
2	COS TOTAL	3191,40	32,73%	CALLE PUBLICA SIN NOMBRE	138,00	QUEBRADA PUBLICA	112,00	CALLE PUBLICA ABDON CALDERON	65,00	PROPIEDAD PARTICULAR	125,00
3	AREA UTIL DEL TERRENO	9752,06	100%	AFECTACION VIAL	103,69	AREA TOTAL DEL TERRENO	10398,40	TOPOGRAFIA	IRREGULAR	CLAVE CATASTRAL	22005 04 004

CUADRO 17 El COS respecto al área de terreno.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

COD.	ASIGNACIONES	DATOS DEL IRM		OBSERVACIONES
1	ZONIFICACION	A9 - A8- A3 I		
2	LOTE MINIMO	600 M2	NO APLICA	
3	FRENTE MINIMO	15 M	NO APLICA	
4	FORMA DE OCUPACION DEL SUELO	AISLADA	AISLADA Y PAREADA	
5	COS EN PLANTA BAJA	35%	16,13%	
6	COS TOTAL	105%	32,73%	
7	NUMERO DE PISOS	3	2	
8	DISTANCIA ENTRE BLOQUES	6 M	6 M	
9	RETIRO FRONTAL	5 M	5 M	
10	RETIRO LATERAL	3 M	3 M	
11	RETIRO POSTERIOR	3 M	3 M	

CUADRO 18 IRM en relación al proyecto B.J. "La Quinta".

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

3. CONCLUSIONES A LAS REGULACIONES URBANAS

De lo expuesto en regulaciones podemos concluir:



El proyecto cumple con la normativa municipal.

En la fila 5 y 6 podemos advertir el bajo porcentaje en la ocupación del suelo en planta baja y planta alta; lo cual señala un grado de aprovechamiento de la constructibilidad bajo.

El proyecto pudo haber obtenido una utilidad mayor si el grado de constructibilidad hubiese aumentado.

El sacrificio de ello conduce al objetivo estratégico de la inmobiliaria Corbal: entregar al cliente áreas privadas generosas de jardines y no densificar el conjunto.

CONCLUSION 3 Regulaciones urbanas

Elaboración: Edison Pérez Salazar

4. El partido arquitectónico; criterios de diseño: implantación general.

El conjunto residencial B.J. "La Quinta" responde a una arquitectura contemporánea que contiene elementos tradicionales que nos evocan a la casa de campo.

El partido arquitectónico y el objetivo estratégico del proyecto es desarrollarlo con las condiciones y atributos funcionales de una casa de la ciudad pero implantadas en un jardín, generoso en espacios privados que permitan a nuestros clientes romper el esquema del conjunto residencial adosado en hileras, densamente construido y vivir en una comunidad de 29 casas con un estilo de vida libre y abierto, de ahí su nombre: "La



Quinta". El aprovechamiento de la franja de protección de la quebrada para desarrollarlo como un sendero ecológico genera un plus y un impulso para el uso del



espacio comunal volteado hacia las actividades lúdicas y de recreación de los copropietarios del conjunto.

ENTORNO PROXIMO

- "LA QUINTA" ES **UN MODELO DIFERENTE**; UNA ALTERNATIVA CON UN DISEÑO RENOVADOR QUE CONTRASTE CON PROYECTOS FORMALES Y CON LA ARQUITECTURA SIN ARQUITECTOS DEL ENTORNO.

DISEÑO Y COMPOSICIÓN: LA LINEA LANGUIDA

- **LA LÍNEA LÁNGUIDA** REPRESENTA EL EJE RECTOR DE LA COMPOSICION EN LA IMPLANTACION . LA FLUIDEZ QUE LE OTORGA PERMITE ROMPER ESQUEMAS FORMALES Y ARPOVECHAR LOS ESPACIOS IRREGULARES PROPIOS DE LA CONFIGURACION DEL TERRENO ADEMAS DE SECTORIZAR LAS ESTAPAS O ZONAS DE IMPLANTACION DE CASAS CON UNA ADECUADA OPTIMIZACION.

DISEÑO Y COMPOSICION: JARDINES EN CASAS

- EL OBJETIVO ESTRATEGICO DE LA ORGANIZACION Y FIEL AL SLOGAN DE PROMOCION: "**NUESTRA CASA ESTA DENTRO DE UN GRAN JARDÍN**"; ES DISMINUIR Y SACRIFICAR EL PORCENTAJE DE CONSTRUCTIBILIDAD PARA OFRECER AREAS DE JARDINES PRIVADOS GENEROSAS; ESTE OBJETIVO ES CONADYUVANEMENTE LOGRADO CON LA IMPLANTACION DE CASAS PAREADAS.

DISEÑO Y COMPOSICION: CIRCULACION PEATONAL Y VEHICULAR

- LAS AREAS DE CIRCULACION PEATONAL Y VEHICULAR CORRESPONDEN **AL USO DE LA LINEA LÁNGUIDA U ORGANICA** DENTRO DE LA COMPOSICION ESPACIAL DEL CONJUNTO.

DISEÑO Y COMPOSICION: SENDERO ECOLOGICO

- LA ORGANIZACION ENCAMINADA EN DOTAR AREAS VERDES QUE SATISFAGAN LOS REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE, CONCENTRA EL AREA VERDE COMUNAL HACIA EL INTERIOR DEL CONJUNTO E IMPULSA LA FRANJA DE PROTECCION DE LA QUEBRADA COLINDANTE COMO UN **SENDERO ECOLOGICO**, CONSTITUYENDOSE EN UN PLUS SIGNIFICATIVO DE VENTA.

ORIENTACION Y DIRECCION DE CASAS: ILUMINACION Y VENTILACION

- ES DETERMINANTE DE DISEÑO Y DE SUMA IMPORTANCIA EN LA PLANIFICACION DE "LA QUINTA" LA ACERTADA ORIENTACION DE LAS CASAS, FACTOR APLICADO E INCIDENCIAL QUE CONFIERE A LAS CASAS UNA ILUMINACION Y CONFORT TERMICO; ASI COMO TAMBIEN VENTILACION ADECUADOS PARA LA HABITABILIDAD.

ORIENTACION Y DIRECCION DE CASAS: VISTAS

- ES CONDICIONANTE DE DISEÑO EN LA "QUINTA" CONSEGUIR Y DOTAR LA MAXIMA CAPACIDAD DE VISTA HACIA LOS ELEMENTOS CONSTRUIDOS O NATURALES DENTRO DEL ENTORNO NATURAL CONSTRUIDO O NATURAL PROXIMO O LEJANO.

El uso de la línea lánguida y orgánica en la composición de los elementos de entramado de lotes y la circulación vehicular y peatonal son parte del partido arquitectónico.



ILUSTRACION 33 Implantación general B.J. "La Quinta".

Elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011

5. El partido arquitectónico: fundamentos de diseño del producto arquitectónico.

Para un mejor entendimiento y comprensión de los fundamentos de diseño y de la toma del partido arquitectónico aplicados en el proyecto y evaluados en este plan de negocios, se hará un estudio en función de las algunas categorías estéticas, clasificadas en análisis:

- ✚ Formal
- ✚ Funcional,
- ✚ Ergonómico y Tecnológico.

ANALISIS FORMAL: EL COLOR

- B.J. "LA QUINTA" RECOGE EL CONCEPTO DE **"UNIDAD EN LA DIVERSIDAD"**. VOLUMETRICAMENTE TODAS LAS UNIDADES DE VIVIENDA Y COMERCIO RESPONDEN A IGUALES CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO Y TIPOLOGIA ARQUITECTONICA PERO SON DINAMIZADAS Y FORTALECIDAS A TRAVES DEL COLOR.
- LA APLICACION DE COLORES DISTINTIVOS EN CADA UNIDAD DE VIVIENDA CREA UN VALOR DE PERTENENCIA E IDENTIFICACION AL CLIENTE.
- LA VARIACION DEL COLOR EN LAS UNIDADES DE VIVIENDA RESPONDE AL CONCEPTO DE ARMONIZACION ENTRE LAS CASAS Y EL ENTORNO NATURAL; Y, GENERA FUERZA A LA VOLUMETRIA DEL PRODUCTO ARQUITECTONICO.

ANALISIS FORMAL: LA VOLUMETRIA

- LA IDEA-CONCEPTO ES TENER CASAS PAREADAS CON IGUALES CARACTERÍSTICAS FORMALES Y VOLUMENTRICAS;
- LA IDEA-CONCEPTO PARA CADA "PAR DE CASAS" ES OBTENER UNA LECTURA ARQUITECTONICA DE UNA SOLA UNIDAD O UN SOLO MODULO .
- LA VOLUMETRIA DE LAS CASAS ES EL RESULTADO DEL USO DE FUNDAMENTOS DE DISEÑO COMO:
 - **ROTACION:** LAS CASAS ROTAN RESPECTO DEL EJE DE DESARROLLO DE LA LINEA LANGUIDA QUE RIGE EN LAS VIAS.
 - **TRATAMIENTO DE VERTICES:** LOS VERTICES DE LAS CASAS HAN SIDO SUAVIZADAS A FIN DE ARMONIZAR CON EL ENTORNO NATURAL Y CONSTRUIDO.
 - **POSITIVO Y NEGATIVO Ó USO DE LOS VACIOS Y LLANOS:** EL EQUILIBRIO EN EL USO DE LAS VENTANAS Y LAS MAMPOSTERIAS TIENE UNA ALTA IMPORTANCIA EN EL PARTIDO ARQUITECTONICO. SU INCIDENCIA EN LA MAYOR ILUMINACION DE LA VIVIENDA HACE QUE EL PRODUCTO ARQUITECTONICO SEA GENEROSO EN ESPACIOS VACIOS -VENTANAS-(POLITICA DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA);
 - **FORMAS POSITIVAS Y NEGATIVAS Ó USO DE AGREGADOS O SUSTRACCIONES:** ESTA HERRAMIENTA ES LA MAS UTILIZADA PARA DAR CARACTER A LAS CASAS. OBTENER ELEMENTOS AGREGADOS Y CARACTERIZARLOS CON EL USO DEL COLOR SON ELEMENTOS DEL PARTIDO ARQUITECTONICO. COMPLEMENTARLOS CON EL USO DE PANTALLAS O MUROS SON PROPIOS DE ESTA CATEGORIA Y DE LA ARQUITECTURA CONTEMPORANEA.

ANALISIS FORMAL: RITMO, PROPORCION Y ESCALA

- **REPETICION:** LA TEORIA DE DISEÑO SUPONE QUE PARA QUE ESTE FUNDAMENTO EXISTA LOS ELEMENTOS: FIGURA, TAMAÑO (PROPACION Y ESCALA) , COLOR Y TEXTURA SEAN ESTRICTAMENTE IGUALES. SIN EMBARGO, B.J. "LA QUINTA" POR UN LADO:
- HA CREADO UNA CROMATICA DE COLOR RITMICA PARA DIVERSIFICAR, Y DAR DINAMISMO E IDENTIFICACION A LOS MODULOS DE CASAS; Y, POR OTRO LADO:
- CON EL FIN DE OPTIMIZAR EL ESPACIO HA GENERADO COMPLEMENTARIAMENTE CASAS DE MAYOR TAMAÑO AL TIPO QUE MAYORITARIAMENTE SE REPITE TRATANDO DE MANTENER LA FIGURA DE LAS CASAS.
- POR TANTO, LA REPETICION NO ES TOTALMENTE USADA PERO SI EXISTE EL RITMO ENTRE LAS CASAS BASADAS EN EL TRATAMIENTO SIMILAR DE FIGURA, TRATAMIENTO ARMONICO Y RITMICO DEL COLOR; Y, EL ESTRICTO RESPETO A LA TEXTURA Y EL TAMAÑO.

ANALISIS FORMAL: TEXTURA

- PARA ENFATIZAR Y CARACTERIZAR EL PRODUCTO ARQUITECTONICO Y A SUS ELEMENTOS COMPOSITIVOS, EL PARTIDO ARQUITECTONICO SUPONE INCORPORAR ELEMENTOS TRADICIONALES Y VERNACULOS COMO LOS RESALTOS O SALEDIZOS DE MADERA Y LA APLICACION DE UN REVESTIMIENTO FUERTE E IRREGULAR COMO EL GRAFEADO EN LAS CASAS DE B.J. "LA QUINTA" . ESTE TRATAMIENTO ES PROPIO DE LA ARQUITECTURA CONTEMPORANEA SANTA FE O TEX MEX.



ILUSTRACION 34 RENDER CASAS ADOSADAS "LA "QUINTA".

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011

ANALISIS FUNCIONAL

- LAS CASAS DE B.J. "LA QUINTA" FUNCIONALMENTE Y ACORDE AL ARQUETIPO USADO EN UN ALTO PORCENTAJE DE SOLUCIONES DE VIVIENDA PARA ESTE SEGMENTO-OBJETIVO, RESUELVEN EN DOS PLANTAS.
- EN PLANTA BAJA LAS AREAS SOCIALES Y EN PLANTA ALTA LAS INTIMAS O PRIVADAS. SIN EMBARGO; LA COMPOSICION DE LOS ESPACIOS DE SALA-COMEDOR Y COCINA AMERICANA; EN PLANTA BAJA, OFRECEN UNA PERCEPCION AL CLIENTE DE MAYOR AMPLITUD, UNA MAYOR ACCESIBILIDAD DE VISTA Y EXCELENTES CONDICIONES DE ILUMINACION. ESTOS SE DESTACAN COMO ELEMENTOS DIFERENCIADORES EN EL MERCADO.
- EN PLANTA ALTA LO PROPIO LO CONSTITUYE LA ESTANCIA FAMILIAR. ESTE AMBIENTE INTEGRA DORMITORIOS Y AREAS DE CIRCULACION Y BRINDA UNA PERCEPCION DE MAYOR VISTA E ILUMINACION.

ANALISIS ERGONOMICO

- B.J. "LA QUINTA" EN EL ESTUDIO PARA ALCANZAR LA MAXIMA OPTIMIZACION, BIENESTAR Y ADAPTACION DE LAS CASAS CON EL SER HUMANO; CUMPLE CON LA NORMATIVA VIGENTE DEL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO CONSIDERADO EN LAS ORDENANZAS PARA EL DESARROLLO INMOBILIARIO.

ANALISIS TECNOLOGICO

- EL PROYECTO EN ESTE CAMPO Y CONSECUENTE ADEMAS CON EL SEGMENTO-OBJETIVO, NO CONSIDERA LA IMPLEMENTACION DE SISTEMAS TECNOLOGICOS AVANZADOS O SOFISTICADOS.
- LAS CASAS DE B.J. "LA QUINTA" INCLUYEN SISTEMAS TECNOLOGICOS TRADICIONALES EN LA CONSTRUCCION Y EN TERMINADOS.

6. Conclusiones del partido arquitectónico.



B.J. "La Quinta" implantado en la parroquia de Conocoto; con antecedentes que evocan un estilo de vida de campo, ha logrado mantener dentro de un contexto urbano estas características y ofrecer a su clientes un producto diferenciador.

Sacrificando construtibilidad y mayor utilidad, el proyecto es refelejo de su slogan publicitario:

"Nuestra casa esta dentro de un gran jardín".

El uso de la línea lánguida y del respeto del producto arquitectónico en respeto y armonía con la naturaleza constituyen un factor importante para conseguir un elemento diferenciador que causa una ruptura con planteamientos regulares tradicionales.

El uso del ritmo, la textura y el color caracterizan al proyecto y enfatizan "La Unidad en la Diversidad"

La orientación de las casas complementado al uso adecuado de llenos y vacios; caracterizados en la presencia de ventanales amplios, suponen abundante iluminacion y comfort termico.

El Sendero Ecológico representa un plus diferenciador y una solución a la falta de espacios verdes en el sector y el Distrito Metropolitano de Quito.

CONCLUSION 4 Partido arquitectónico: fundamentos de diseño.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

7. Descripción del producto arquitectónico.

Dividida por dos vías interiores en tres zonas, B.J. "La Quinta" es un proyecto que combina dos usos de suelo: comercio y vivienda.

- ✚ En el uso comercial se encuentran 5 locales comerciales, que en conjunto tienen 194,01 m².



- ✚ Tiene 29 unidades de vivienda: 23 unidades son de 87,77 m².; 4 unidades de 102,1 m².; y, 2 unidades de vivienda de 126,26 m². y 130,9 m². Estas dos últimas casas son únicas.
- ✚ Adicionalmente, cumple con la normativa vigente en cuanto a la incorporación de áreas comunales:
 - ✚ *Abiertas*, ; Circulación peatonal y vehicular, parqueaderos de visita, área recreativa comunal, jardines, sendero ecológico,
 - ✚ *Construidas*: sala comunal, depósito de basura, cuarto de transformación, cuarto de bombas, cisterna, portón de acceso y garita de seguridad.

a) Programación y Áreas del Producto Arquitectónico

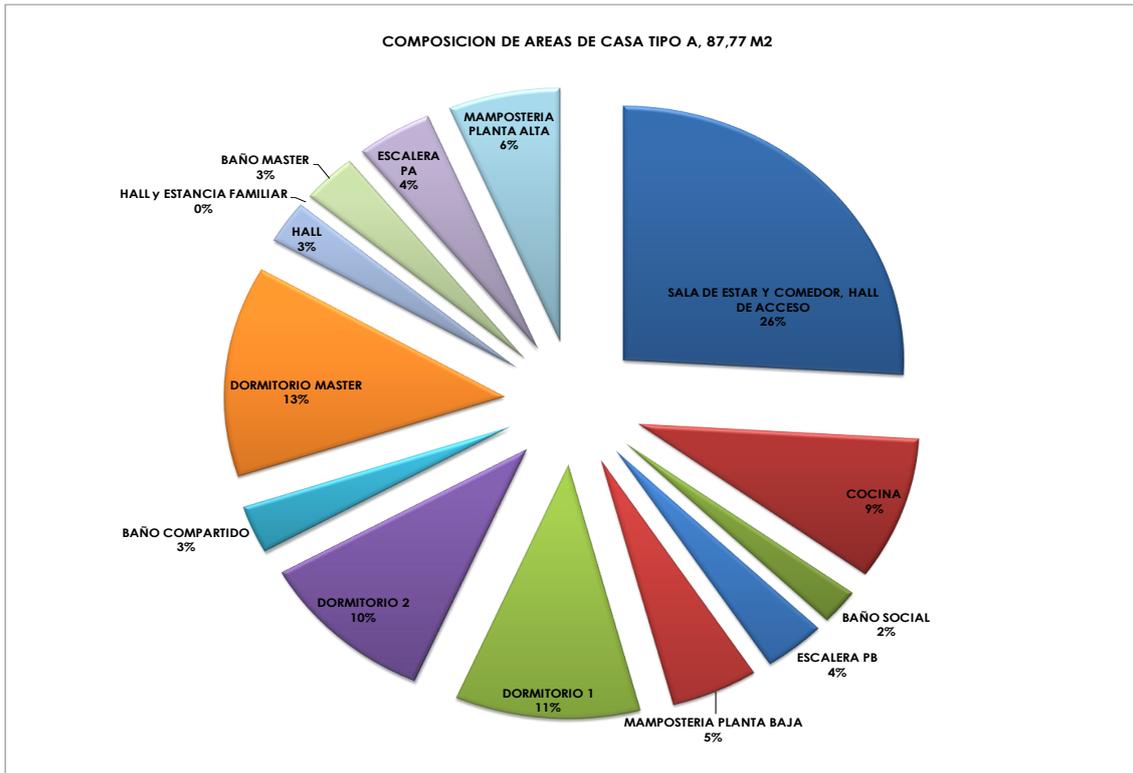
El conjunto residencial posee 4 tipos de casas.

		CASA TIPO A		CASA TIPO B		CASA TIPO C		CASA TIPO D	
NUMERO DE CASAS EN "LA QUINTA"		4		23		1		1	
PORCENTAJE Y AREAS (M2)		%	M2	%	M2	%	M2	%	M2
AREA POR CASA TIPO(M2)		87,77		102,10		126,26		130,90	
PROGRAMACION	PLANTA BAJA	45,86%	40,25	44,55%	45,49	53,76%	67,88	48,01%	62,85
	SALA DE ESTAR Y COMEDOR, HALL DE ACCESO	25,92%	22,75	25,53%	26,07	22,60%	28,53	20,76%	27,18
	COCINA	9,11%	8,00	9,38%	9,58	10,35%	13,07	7,76%	10,16
	BAÑO SOCIAL	2,26%	1,98	1,71%	1,75	1,37%	1,73	1,53%	2,00
	BODEGA	0,00%	∅	1,63%	1,66	1,28%	1,62	1,64%	2,15
	DORMITORIO 3 ó ESTUDIO	0,00%	∅	0,00%	∅	8,50%	10,73	7,83%	10,25
	BAÑO DORMITORIO 3	0,00%	∅	0,00%	∅	2,15%	2,71	2,49%	3,26
	ESCALERA PB	3,55%	3,12	2,17%	2,22	1,76%	2,22	0,96%	1,26
	MAMPOSTERIA PLANTA BAJA	5,01%	4,40	4,12%	4,21	5,76%	7,27	5,03%	6,59
	PLANTA ALTA	54,14%	47,52	55,45%	56,61	46,24%	58,38	51,99%	68,05
	DORMITORIO 1	10,69%	9,38	9,69%	9,89	7,98%	10,07	9,50%	12,44
	DORMITORIO 2	10,35%	9,08	9,42%	9,62	7,60%	9,59	8,14%	10,65
	BAÑO COMPARTIDO	3,03%	2,66	2,90%	2,96	2,41%	3,04	2,36%	3,09
	DORMITORIO MASTER	13,40%	11,76	13,10%	13,37	10,31%	13,02	12,56%	16,44
	HALL	2,72%	2,39	0,00%	∅	0,00%	∅	0,00%	∅
	HALL y ESTANCIA FAMILIAR	0,00%	∅	7,28%	7,43	6,49%	8,20	8,20%	10,73
	BAÑO MASTER	3,19%	2,80	3,72%	3,80	2,61%	3,29	2,73%	3,58
	ESCALERA PA	4,38%	3,84	3,76%	3,84	2,91%	3,68	2,80%	3,66
	MAMPOSTERIA PLANTA ALTA	6,39%	5,61	5,58%	5,70	5,93%	7,49	5,70%	7,46

CUADRO 19 Programación, áreas y composición en porcentaje de ambientes en las casas del conjunto.

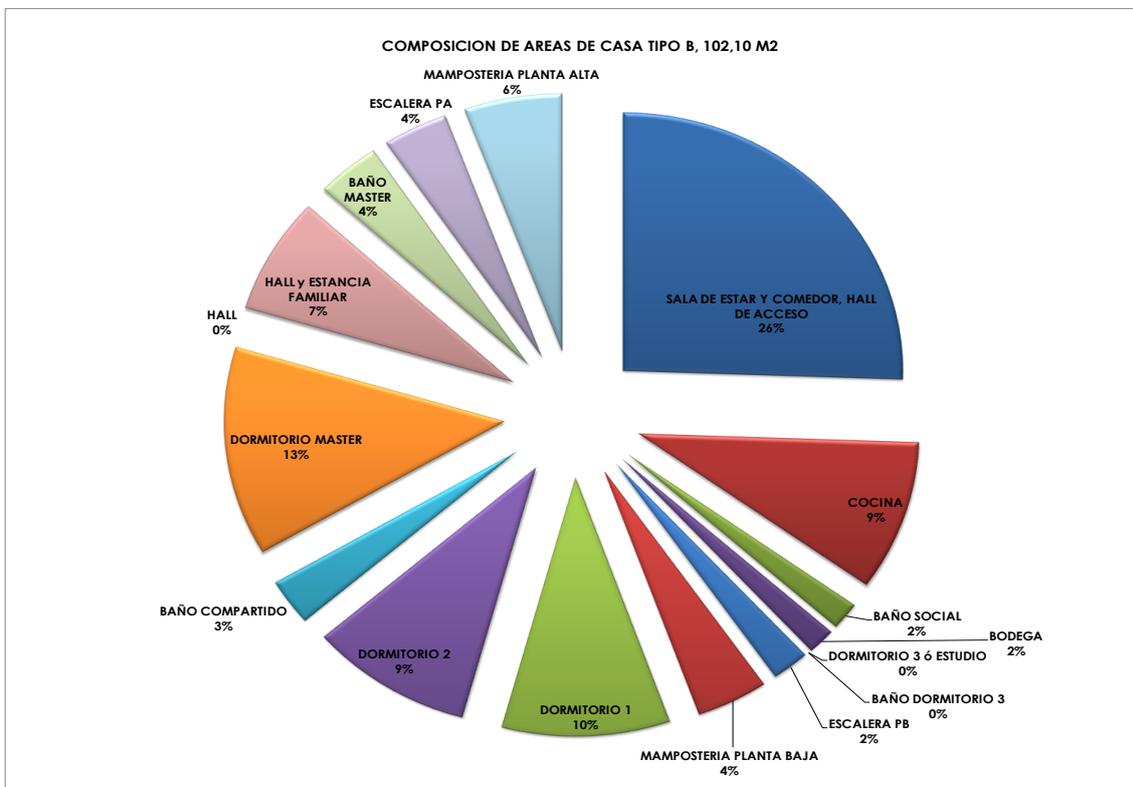
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011





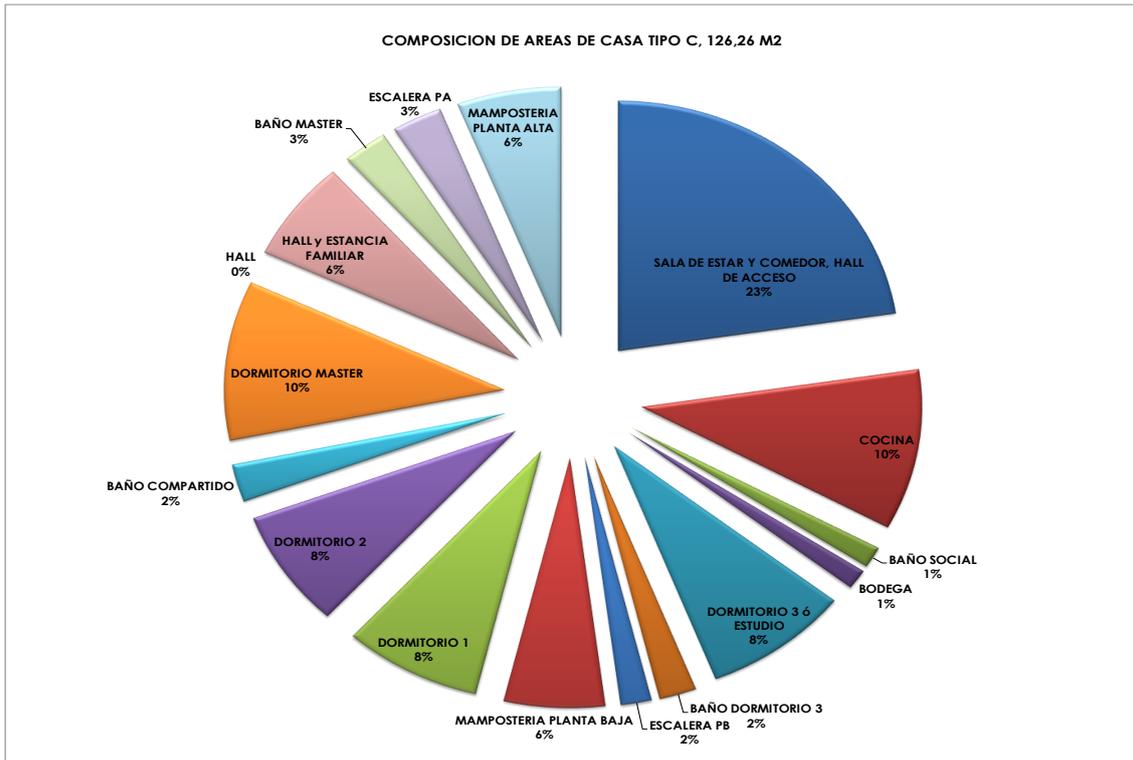
ILUSTRACION 35 Composición y programación de áreas: casa tipo A de 87,77 m2.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



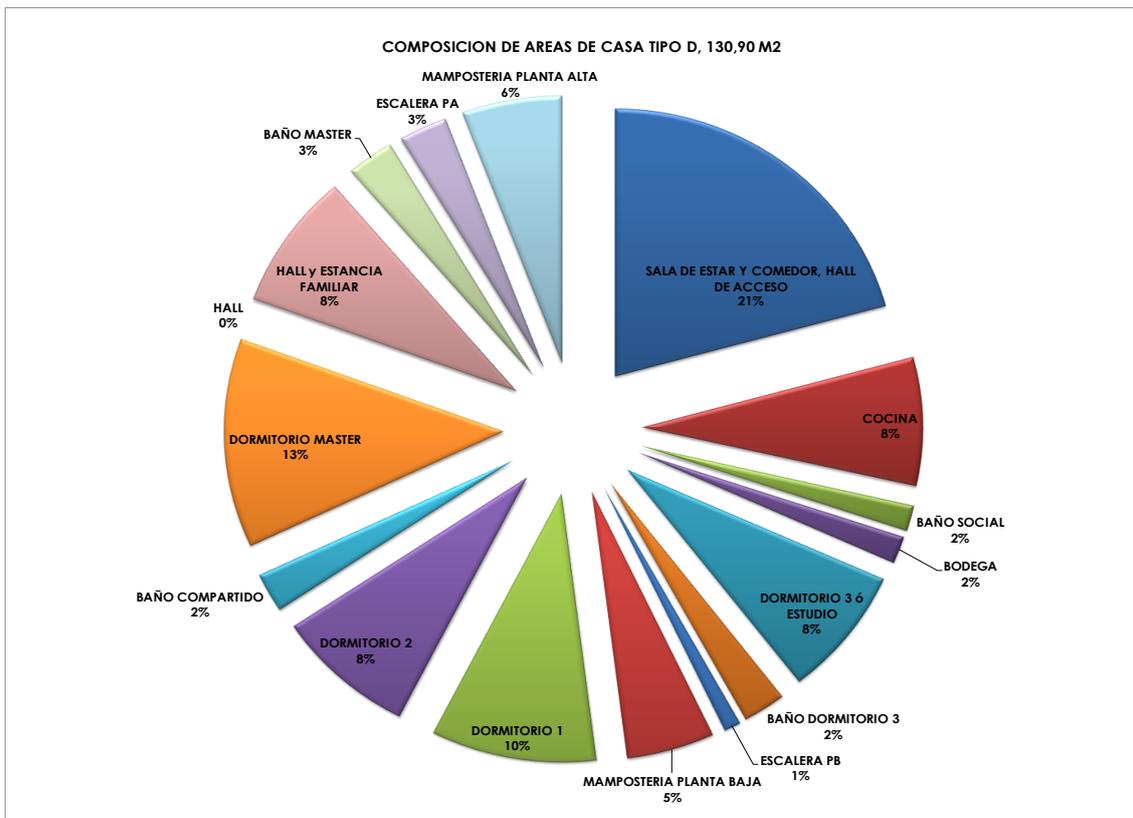
ILUSTRACION 36 Composición y programación de áreas: casa tipo B de 102,10 m2

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 37 Composición y programación de áreas: casa tipo C de 126,26 m2

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 38 Composición y programación de áreas: casa tipo D de 130,90 m2.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

b) *Planos Arquitectónicos del producto*

Para objeto de estudio y evaluación del producto arquitectónico a continuación se exponen las plantas arquitectónicas de la casa tipo B. Las plantas de las casas tipo A, C y D se encuentran en Anexos.



ILUSTRACION 39 Casa tipo B: planta baja.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 40 Casa tipo B: planta alta.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 41 Render que promociona las fachadas de las casas.

Elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011

8. Conclusiones del producto arquitectónico.



El promedio de ocupación en planta baja de las 4 casas tipo para la programación de las áreas sociales: Sala-Comedor, acceso, cocina, baño social, bodega y escalera es del 48%.

El promedio de ocupación en planta alta de las 4 casas tipo para la programación de las áreas íntimas: Dormitorios, estancia familiar, baño máster y compartido; y, escalera es del 52%.

Es decir, se está beneficiando en áreas útiles al área íntima.

El porcentaje promedio de uso del espacio destinado para mampostería alcanza el 10,88%. Lo cual optimiza el espacio útil.

Las casas que en planta alta disponen estancia familiar integrada al área de circulación peatonal, otorgan una percepción útil y optimizada del espacio.

Se puede advertir que en la casa tipo D (de mayor superficie), el área de ocupación debajo de la escalera en PB es mejor optimizada que en los otros tipos (de menor superficie).

CONCLUSION 5 Producto Arquitectónico.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

a) *Especificaciones Técnicas de Acabados en las casas*

FASE DE ACABADOS		FICHA DE ESPECIFICACION TECNICA		
RECURRIMIENTOS	PINTURA	ESTUCO Y PINTURA LATEX EN INTERIORES		
		CHAFADO TUMBADO		
		GRAFEADO EXTERIORES		
		CARBONATO TIPO A EN PATIOS (2 MANOS)		
		ESPACATO EN SUPERFICIE FRONTAL DE LA CASA		
	CERAMICA	PORCHE	CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR	
		BAÑO SOCIAL	CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR	
		COCINA	CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR, CENEFA DECORATIVA, ZOCALO DE CEMENTO CON CERAMICA	
		ZOCALO DE COCINA	CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR	
		BAÑO COMPARTIDO	CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR	
BAÑO MASTER		CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR		
TERRAZA		CERAMICA TIPO GRAIMAN O SIMILAR		
REJILLAS	CROMADAS NACIONAL			
VENTANERIA		ALUMINIO NATURAL Y VIDRIO DE 4 MM.: EN VENTANALES O MAMPARAS MAS GRANDES VIDRIO DE 6 MM.		
CARPINTERIA	CLOSETS	DORMITORIOS	MODULARES CON PUERTAS DE MELAMINICO O SIMILAR	
		TIRADERAS	METALICAS CROMADAS	
	COCINA	MUEBLES AEREO	MODULARES CON PUERTAS TIPO PACOPLAC O SIMILAR EN BLANCO	
		MUEBLES BAJOS	MODULARES CON PUERTAS TIPO PACOPLAC O SIMILAR EN BLANCO	
		TIRADERAS	METALICAS CROMADAS	
	PUERTAS	PRINCIPAL	TAMBORADA, MARCOS EN MDF Y ENCHAPADAS, TAPAMARCOS EN MDF LACA DE AGUA	
		CHAPA P. PRINCIPAL	CERRADURA TIPO CERROJO Y CON PALANCA CROMADA, TIPO CEP SA O SIMILAR	
		INTERIORES	CERRADURA PARA DORMITORIO Y BAÑO TIPO CEP SA CROMADA	
		COCINA	PUERTA TAMBORADA EN MDF ENCHAPADA Y LACADA EN BLANCO, CON CERRADURA TIPO VAYVEN	
		CHAPAS P. INTER.	SIN CERRADURA, CON LAMINA PARA EMPUJE DE PUERTA	
MESON DE COCINA		GRANITO O SIMILAR, S ALPICADERA EN GRANITO		
IMPERMEABILIZACION EN PB		IMPRIMANTE Y LAMINA DE CHOYA		
CERRAJERIA	PASAMANOS	METALICOS FONDEADOS Y PINTADOS, ESMALTE MARTILLADO GRIS		
	PUERTA DE SALIDA EN COCINA	METALICA, FONDO Y PINTURA ESMALTE MARTILLADA GRIS		
	VIDRIO DE PUERTA METALICA	VIDRIO CLARO 4 MM.		
	SALEDIZO EN PARED FRONTAL	CORREA G METALICA O O SIMILAR		
DOMO DE VENTILACION E ILUMINACION EN BAÑO		ACRILICO POLICARBONATO TRANSLUCIDO		
PISOS	SALA-COMEDOR	PISO FLOTANTE KRONOTEX DE 5 MM. O SIMILAR		
	BODEGA	PISO FLOTANTE KRONOTEX DE 5 MM. O SIMILAR		
	DORMITORIOS	ALFOMBRA ORM O SIMILAR		
	ESCALERAS	ALFOMBRA ORM O SIMILAR		
	ESTAR FAMILIAR	ALFOMBRA ORM O SIMILAR		
	BARREDERAS EN SALA-COMEDOR-BODEGA	BARREDERAS DE MDF DECORATIVAS PROPIAS DEL PISO FLOTANTE		
	BARREDERAS EN ESCAL-DORMITO-ESTAR	BARREDERAS EN MDF LACADAS EN BLANCO		
CABLEADO ELECTRICO		TIPO TW CONDUCTOR DE COBRE CON AISLAMIENTO TERMICO		
PIEZAS ELECTRICAS		TIPO VETO DE LINEA MEDIA		
SANITARIAS	PIEDRA DE LAVAR	PREFABRICADA DE UN POZO EN HORMIGON		
	INODOROS Y LAVAMANOS	EDES A O FRANZ VIEGENER LINEA MEDIA EN BLANCO		
	FREGADERO	ACERO INOXIDABLE, TIPO TEKA DE 1 POZO		
	GRIFERIA	EDES A O FRANZ VIEGENER LINEA MEDIA CROMADA		

CUADRO 20 Ficha de especificaciones técnicas de acabados para las casas.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

9. Áreas generales del conjunto residencial B.J. "La Quinta"

ORDEN	USOS	NO. DE UNIDADES	AREA TOTAL EN PLANTA BAJA	%
1	AREAS COMUNALES ABIERTAS		4231,96	43,40%
2	RETIRO FRONTAL ABDON CALDERON	1	256,24	2,63%
3	ESTACIONAMIENTOS DE VISITA	5	65,5	0,67%
4	AREA DE CIRCULACION PEATONAL	1	863,7	8,86%
5	AREA DE CIRCULACION VEHICULAR	1	1396,2	14,32%
6	JARDINES COMUNALES	4	78,53	0,81%
7	AREA RECREATIVA COMUNAL	1	358,22	3,67%
8	SENDERO ECOLOGICO	1	1213,57	12,44%
9	AREAS COMUNALES CONSTRUIDAS		79,86	0,82%
10	DEPOSITO DE BASURA	1	12,03	0,12%
11	CAMARA DE TRANSFORMACION	1	17,73	0,18%
12	CUARTO DE BOMBAS	1	9,25	0,09%
13	GARITA DE GUARDIAN	1	7,16	0,07%
14	SALA COMUNAL	1	33,69	0,35%
15	AREAS PRIVADAS ABIERTAS		3908,23	40,08%
16	ESTACIONAMIENTOS DE COMERCIO	4	51	0,52%
17	ESTACIONAMIENTOS CASAS (EN 29 UNIDADES)	31	387,5	3,97%
18	PATIO DE LAVADO Y SECADO CASAS (EN 29 UN.)	29	522	5,35%
19	PORCHES Y JARDINES CASAS (EN 29 UNIDADES)	GLOBAL	2947,73	30,23%
20	AREAS PRIVADAS CONSTRUIDAS		1532,01	15,71%
21	LOCALES COMERCIALES	5	194,01	1,99%
22	CASAS EN PLANTA BAJA (29 UNIDADES)	29	1338	13,72%
23	TOTALES		9752,06	
24	AREA DEL TERRENO		9855,75	
25	AREA DE AFECTACION VIAL		103,69	
26	AREA UTIL DEL TERRENO		9752,06	100,00%

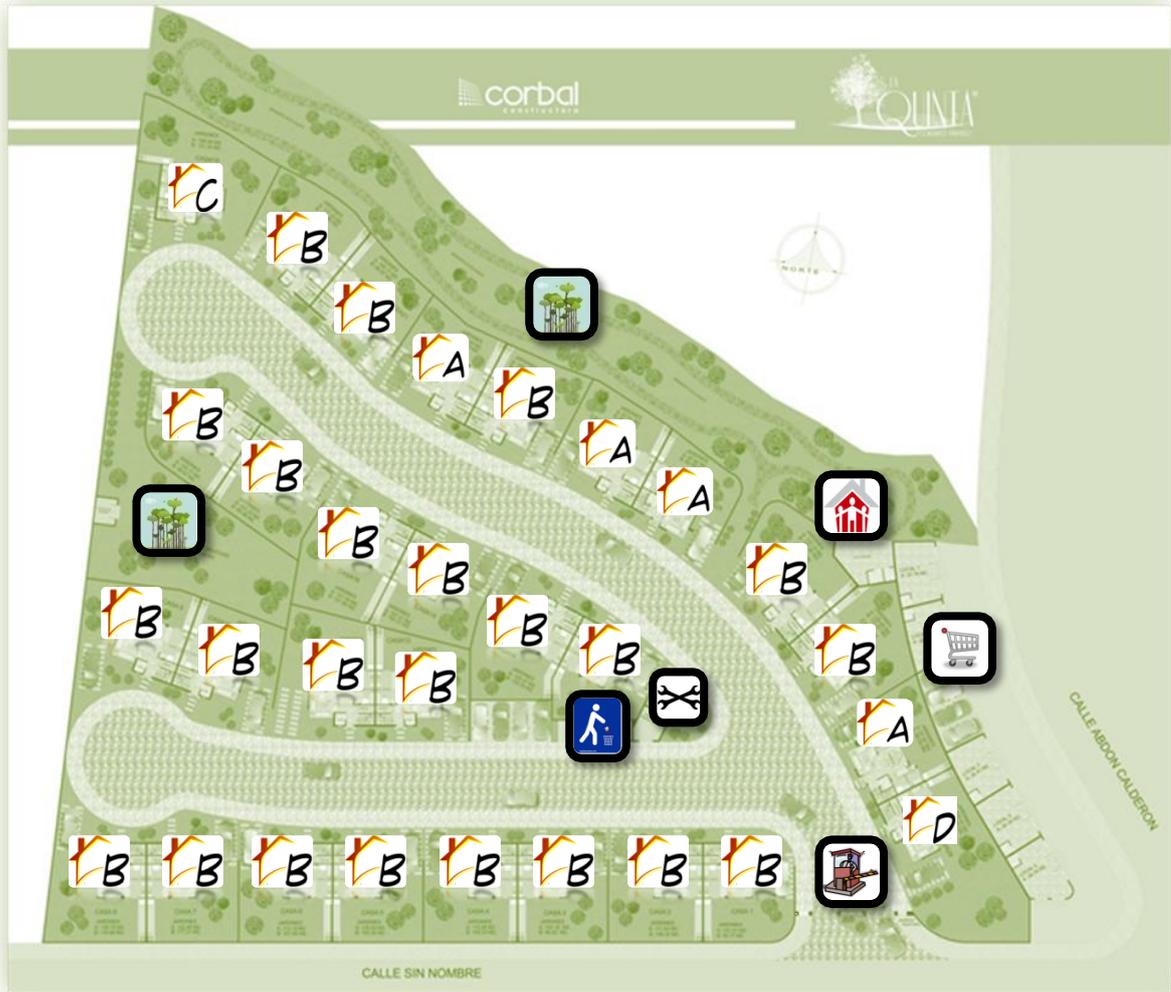
CUADRO 21 Áreas generales del conjunto residencial B.J. "La Quinta"

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

	DETALLE	%	AREA (M2)
1	COS EN PB	16,13%	1572,86
2	COS TOTAL	32,73%	3191,40
3	AREA DEL TERRENO	100%	9752,06
4	AREA TOTAL DEL TERRENO		9855,75
5	AREA DE AFECTACION VIAL		103,69

CUADRO 22 Áreas y coeficientes de ocupación del suelo del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



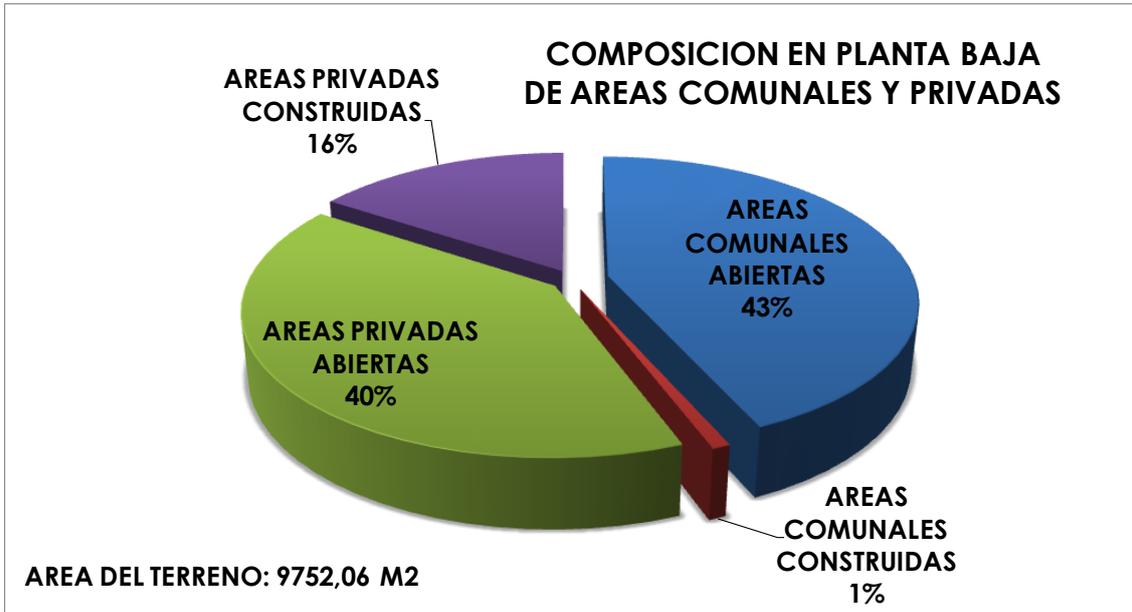
ILUSTRACION 43 Ubicación e identificación de casas y áreas comunales

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

	CUARTO DE TRANSFORMACION Y CUARTO DE BOMBAS, CISTERNA		CASA TIPO A
	AREA VERDE RECREATIVA Y SENDERO ECOLOGICO		CASA TIPO B
	LOCALES COMERCIALES		CASA TIPO C
	DEPOSITO DE BASURA		CASA TIPO D
	SALA COMUNAL		GARITA DE GUARDIANIA

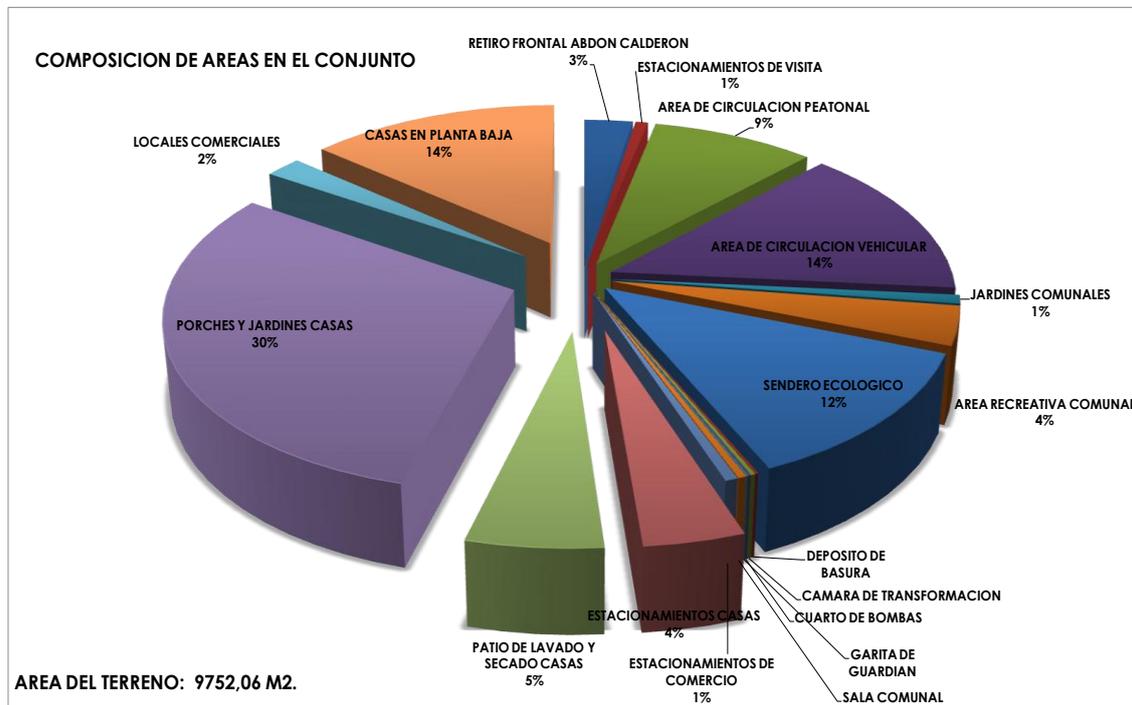
ILUSTRACION 42 Cuadro de simbología de ubicación e identificación de casas y áreas comunales.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 44 Composición en planta baja de áreas comunales y privadas: construidas y abiertas.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 45 Composición en planta baja de áreas abiertas y construidas, privadas y comunales.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



B. COMPONENTE DE INGENIERIA

1. ESTRUCTURA. Memoria Estructural

Sobre la base del proyecto arquitectónico, estructuralmente se plantea la construcción de viviendas en serie, cada una de las cuales contiene:

El planteamiento estructural en hormigón armado ha considerado losas unidireccionales apoyadas en pórticos principales transversales y arriostradas en pórticos secundarios longitudinales.

Las características de pórtico principal se refieren al estudio bajo las solicitaciones de cargas vertical y horizontal de tipo sísmico.

Las características de pórtico secundario obedecen a solicitaciones de carga horizontal.

El diseño de la cimentación se sustenta en el estudio de mecánica de suelos realizado, el mismo que establece un valor de la capacidad soportante del suelo.

Se obtuvieron plintos aislados de secciones cuadradas, diseñados por el método de Esfuerzo de Trabajo del Hormigón, considerando flexión, corte - punzonamiento y adherencia.

Las secciones de columnas, obtenidas a nivel de pre-diseño por el mismo método, fueron posteriormente verificadas luego del análisis de los pórticos.

Los pórticos se analizaron considerando dos tipos de vigas: Peralgadas, en ciertos casos posibles y, tipo Banda, piezas doblemente armadas, según los requerimientos arquitectónicos. Se empleó el método de Última Resistencia.

El estudio de los pórticos comprende: determinación de características físicas; dimensiones de elementos; constantes de barras; estado de cargas: vertical y sísmica; acciones finales; combinación de cargas; diseño de elementos; verificación de esfuerzos secundarios; espaciamientos de estribos según normas y valores críticos de esfuerzo cortante. Se empleó el método "Sistema de Análisis de Pórticos Ortogonales".

En forma previa al estudio de los pórticos bajo la solicitación de carga sísmica, se realizó un análisis de torsión en planta, con el objeto de conseguir la distribución más adecuada de cargas horizontales.

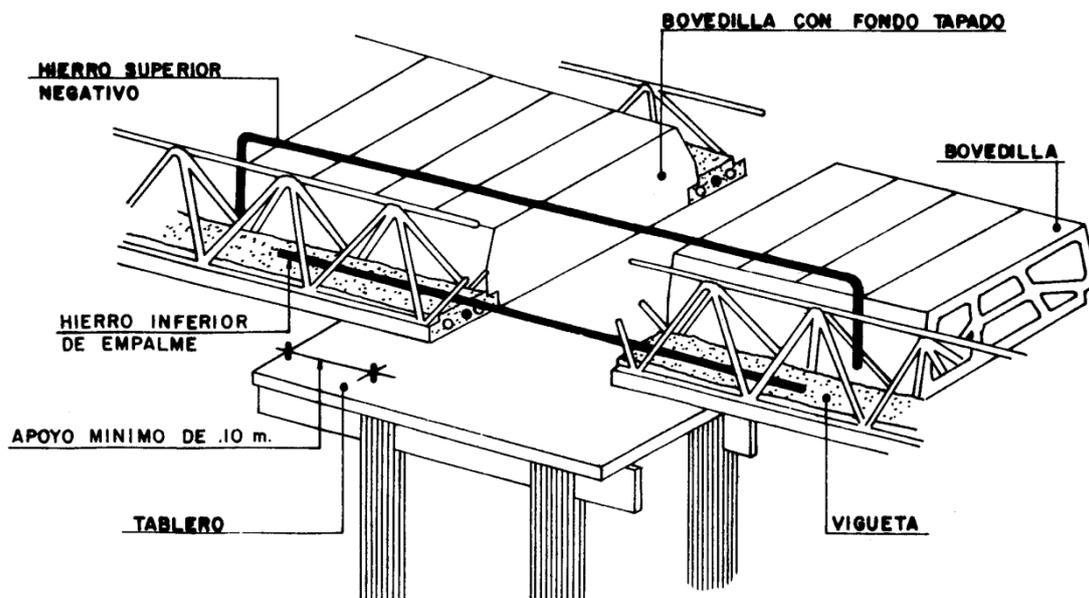


Para el análisis de las vigas doblemente armadas, acero a la compresión, se tomaron valores correspondientes a deflexión, para evitar correcciones en la determinación de las cuantías definitivas. Todas las piezas han sido verificadas a esfuerzo cortante y torsión.

Las losas de entrepiso serán construidas mediante viguetas prefabricadas sistema "FERT" (Forte) (Precuador) con alivianamientos constituidos por bovedillas de 20x60x15 cm.

Determinada la luz crítica para cada caso, se establecieron cargas, dos tipos, en base a la cuantificación de valores de peso propio, cargas permanentes y sobrecarga o carga viva, correspondiente a las condiciones de uso en cada nivel.

Los alivianamientos están constituidos por bovedillas de cemento - arena de dimensiones 60x20x15 y 40x20x15, manteniendo una placa de compresión de 5 cm.



ILUSTRACION 46 Sistema forte; fuente: Ing. Fernando Rueda; Junio del 2011

Como elemento complementario a la cimentación, se diseñaron las cadenas inferiores, de un tipo, dispuestas a nivel de piso terminado, tanto en el sentido longitudinal como en el transversal, arriostrando los respectivos pórticos. Para tal diseño, se consideró la condición crítica de carga hiperestática horizontal en el indicado nivel.

El diseño de gradas contempla la especificación del tipo que propone el proyecto arquitectónico, desarrollado como losa zanca empotrada en la cimentación y en vigas tipo banda y peraltadas, a su vez empotradas en las columnas de los pórticos.

Se completa el diseño formalizando las características constructivas de la cisterna proyectada en hormigón armado en paredes, piso y losa alivianada unidireccional.

Los diseños han sido realizados con los criterios "Última Resistencia" y "Esfuerzo de Trabajo de Hormigón", considerando en cada caso los coeficientes de mayoración, coeficientes de seguridad, factores, combinación de cargas, comprobación de esfuerzos secundarios, y más normas y recomendaciones del Código Ecuatoriano de la Construcción, documento INEN-CE-77 y sus posteriores revisiones, las mismas que deberán ser respetadas al momento de ejecución de las obras.

- Especificaciones Generales:
 - ✚ Fatiga de rotura cilíndrica del hormigón: 210 kg/cm^2
 - ✚ Fatiga $f'c$ replantillo 180 kg/cm^2
 - ✚ Fatiga de acero; 4200 kg/cm^2 ; Malla electrosoldada 5000 kg/cm^2
 - ✚ Cotas de cimentación: indicadas en cuadro de columnas; verificar la capacidad soportante del suelo de fundación.
 - ✚ $Q_{adm.}$: Suelo = $1,2 \text{ kg/cm}^2$
 - ✚ Altura de losas: General 20 cm; Alivianamientos: Bovedillas cemento - arena 60x20x15.
 - ✚ Carpeta de compresión en losas: 5 cm.
 - ✚ Acero de temperatura y retracción por fraguado en todas las losas, 1Ø6 cada 0.30 m c/dirección.
 - ✚ Traslape de hierros: 40 diámetros acero longitudinal
 - ✚ Fijación acero estructural: Alambre galvanizado No. 18.
 - ✚ Traslape de calibres longitudinales de columnas: máximo 50 % Ø alternos en el mismo nivel
 - ✚ Altura de replantillos: 10 cm



- ✚ Las mamposterías de fachadas irán arriostradas a las losas, vigas y/o columnas mediante elementos de hormigón armado verticales u horizontales. Espesor mínimo 10 cm; armadura 2 Ø 10; vinchas 1 Ø 8 cada 0.20 m
- ✚ Toma de muestras y ejecución de ensayos de resistencia del hormigón, según normas del Código Ecuatoriano de la Construcción.
- ✚ Cimientos de mampostería de piedra, dimensión mínima 40x40 cm bajo cadenas inferiores.
- ✚ El uso de aditivos para mejorar la calidad del hormigón deberá sujetarse estrictamente a las especificaciones del fabricante.

La presente memoria gráfica es de autoría del Ing. Fernando Rueda J.; IC616; 01-17-635. Tiene su autorización y consentimiento para formar parte de esta tesis. En bibliografía adicionalmente se hace constar su aporte.





C. COSTOS Y CRONOGRAMA VALORADO DEL PROYECTO

Es fundamental para el desarrollo del MDI el análisis de los costos y la relación entre los costos directos e indirectos y el valor del terreno. Para hacer un mejor análisis, empezaremos por definir el costo del terreno.

1. Costo del Terreno. Análisis del método residual.

El método residual es una manera de cómo llegar a evaluar y establecer de manera más adecuada y clara el valor o costo máximo que debe tener un terreno y poder negociarlo.

A continuación se muestra el cuadro para definir el valor del terreno.

DATOS DEL TERRENO		
ÁREA TERRENO		9752,06
UBICACIÓN		CONOCOTO
COS PB		35%
COS TOTAL		105%
PISOS		2
ANÁLISIS MÉTODO RESIDUAL		
ÁREA VENDIBLE	M2	6826,44
PRECIO M2 DEPARTAMENTOS	USD	732,02
VALOR DEL PROYECTO	USD	4997088,53
ALPHA (TERRENO)	%	0,08
VALOR DEL TERRENO	USD	399767,08
VALOR DEL TERRENO POR M2	USD	40,99
VALOR TOTAL DEL TERRENO	USD	399767,08

CUADRO 23 Análisis del método residual.

Fuente y apoyo: Ernesto Gamboa; Adaptación y elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

De acuerdo a este método el valor por m2. que adoptaremos para calcular el costo total del terreno es de USD 40,99. Teniendo como valor resultante del terreno USD 399767,08.

2. Costos del proyecto.

A continuación se ilustra en un cuadro la incidencia que tienen en el costo del proyecto total:

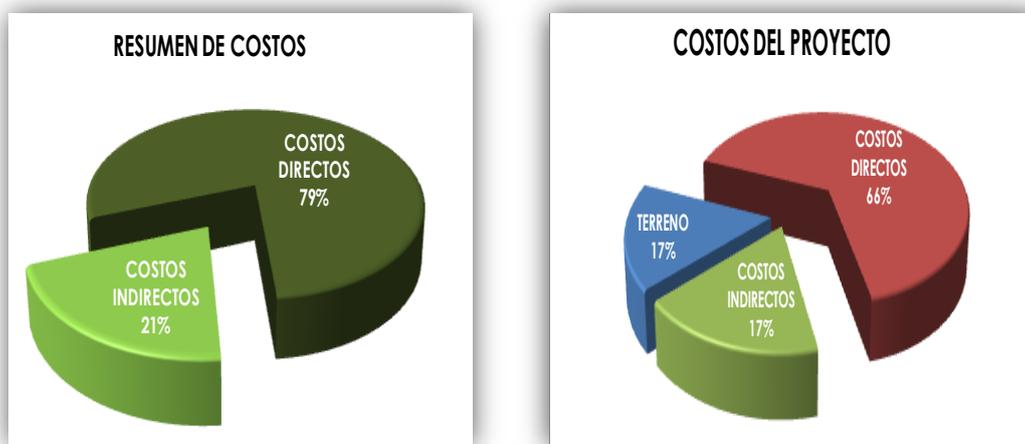
- ✚ El valor del terreno, los costos directos; y, los costos indirectos.



COD.	DETALLE	COSTO	INCIDENCIA
1	TERRENO	\$399.767	17%
2	COSTOS DIRECTOS	\$1.580.437	66%
3	COSTOS INDIRECTOS	\$414.379	17%
4	TOTAL	\$2.394.583	100%

CUADRO 24 Análisis de costos del proyecto con el terreno.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 47 Incidencia del costo del terreno en el proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



En el análisis de la viabilidad del proyecto no se incluye el costo del terreno.

Sin embargo, es importante hacer este estudio de primera instancia ("estudio de servilleta") para reconocer si el costo del terreno tiene una alta incidencia y si el negocio de compra del terreno es en primera instancia redituable o no para la consecución de la utilidad esperada.

3. Costos Directos del proyecto (CD).

Son aquellos que gastos que se imputan a la agregación de materiales, mano de obra y equipo necesario para la realización de un proceso constructivo.

COD.	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL DEL PROYECTO	INCIDENCIA EN COSTOS DIRECTOS
1	OBRAS PRELIMINARES	18.491	0,77%	1,17%
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS	79.858	3,33%	5,05%
3	ESTRUCTURA	372.463	15,55%	23,57%
4	MAMPOSTERIA	110.104	4,60%	6,97%
5	ENLUCIDOS	163.817	6,84%	10,37%
6	PISOS	77.029	3,22%	4,87%
7	CARPINTERIA METAL/MADERA	263.518	11,00%	16,67%
8	RECUBRIMIENTOS	93.845	3,92%	5,94%
9	CUBIERTA	3.424	0,14%	0,22%
10	AGUA POTABLE	25.641	1,07%	1,62%
11	APARATOS SANITARIOS	24.140	1,01%	1,53%
12	AGUAS SERVIDAS	41.880	1,75%	2,65%
13	INSTALACIONES ELECTRICAS	54.662	2,28%	3,46%
14	OBRAS EXTERIORES	251.566	10,51%	15,92%
15	TOTAL COSTOS DIRECTOS (CD)	1.580.437	66,00%	100,00%
16	COSTOS INDIRECTOS: APROX. 26% DE CD	414.379		
17	TOTAL	1.994.816		

CUADRO 25 Costos directos del proyecto. Incidencia en el costo total y los costos directos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez – Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011



ILUSTRACION 48 Composición de costos directos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



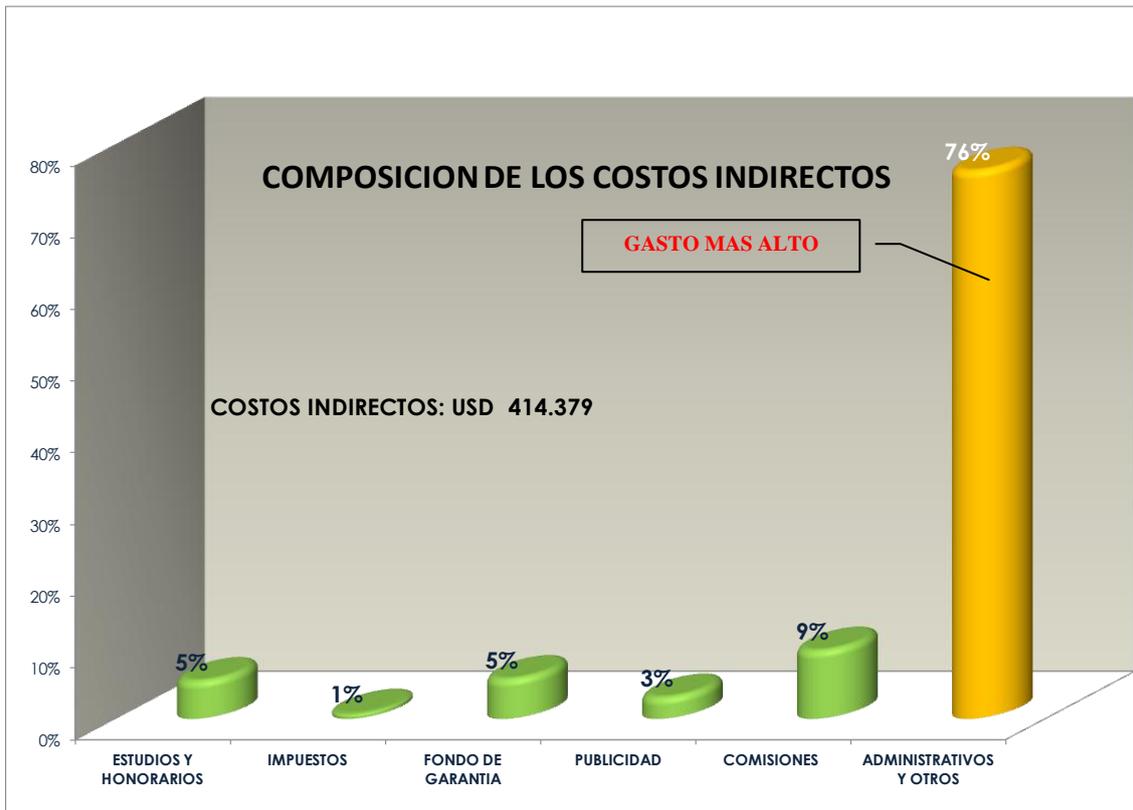
4. Costos Indirectos del proyecto (CI).

Son todos aquellos gastos que permiten una óptima ejecución del proyecto; tales como gastos administrativos, legales, de gerencia de obra, honorarios y comisiones, servicios profesionales y asesoría de ingenierías estructurales, eléctricas, hidrosanitarias, telefónicas, capacitación, combustible, entre otros.

COD.	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL	INCIDENCIA EN COSTOS INDIRECTOS
1	ESTUDIOS Y HONORARIOS	21.556	0,90%	5,20%
2	IMPUESTOS	2.778	0,12%	0,67%
3	FONDO DE GARANTIA	22.730	0,95%	5,49%
4	PUBLICIDAD	12.094	0,51%	2,92%
5	COMISIONES	39.134	1,63%	9,44%
6	ADMINISTRATIVOS Y OTROS	316.087	13,20%	76,28%
7	TOTAL	414.379	17%	100%

CUADRO 26 Incidencia en el costo total y los costos indirectos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar – Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011



ILUSTRACION 49 Composición de costos indirectos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011





*Los costos directos representan del costo total del proyecto el 66% ;
mientras que los costos indirectos representan el 17%*

*Los costos indirectos representan alrededor del 26,20%
del total de los costos directos.*

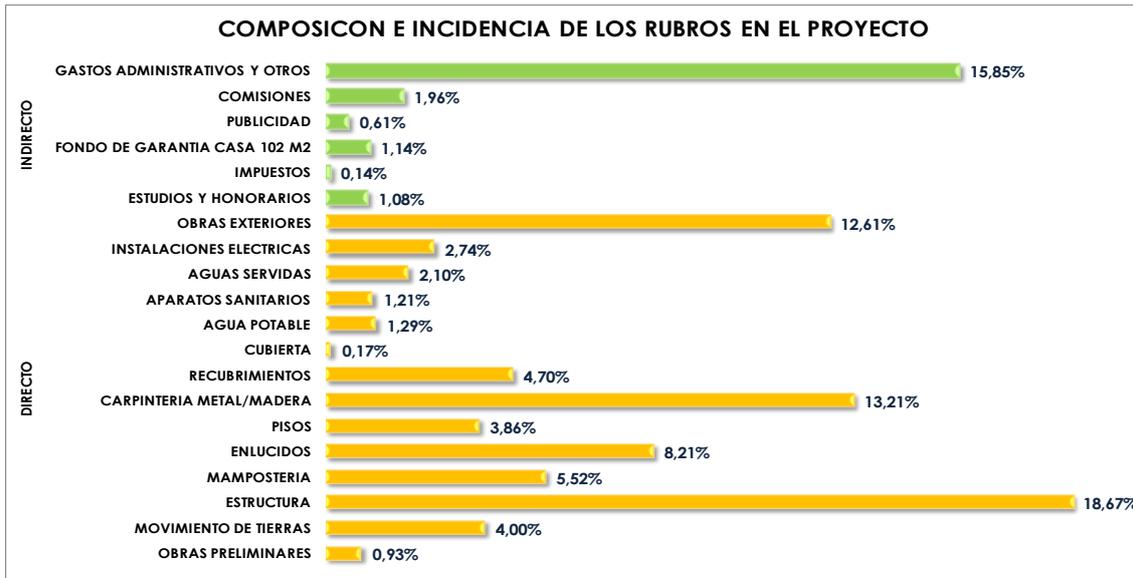
*El gasto directo más alto es la estructura con el 23%, mientras que el gasto
indirecto más alto son los administrativos y otros con el 76%.*

5. Incidencia de los rubros de los costos directos e indirectos sobre la totalidad del total de costos en el proyecto.

COD.	COSTO	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA
1	DIRECTO	OBRAS PRELIMINARES	18491	0,93%
2		MOVIMIENTO DE TIERRAS	79858	4,00%
3		ESTRUCTURA	372463	18,67%
4		MAMPOSTERIA	110104	5,52%
5		ENLUCIDOS	163817	8,21%
6		PISOS	77029	3,86%
7		CARPINTERIA METAL/MADERA	263518	13,21%
8		RECUBRIMIENTOS	93845	4,70%
9		CUBIERTA	3424	0,17%
10		AGUA POTABLE	25641	1,29%
11		APARATOS SANITARIOS	24140	1,21%
12		AGUAS SERVIDAS	41880	2,10%
13		INSTALACIONES ELECTRICAS	54662	2,74%
14		OBRAS EXTERIORES	251566	12,61%
17	INDIRECTO	ESTUDIOS Y HONORARIOS	21556	1,08%
18		IMPUESTOS	2778	0,14%
19		FONDO DE GARANTIA CASA 102 M2	22730	1,14%
20		PUBLICIDAD	12094	0,61%
21		COMISIONES	39134	1,96%
22		GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OTROS	316087	15,85%
23	TOTAL		1994816	100,00%

CUADRO 27 Incidencia de los rubros de costos en el total de los costos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011



ILUSTRACION 50 Incidencia de los rubros de costos en los costos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

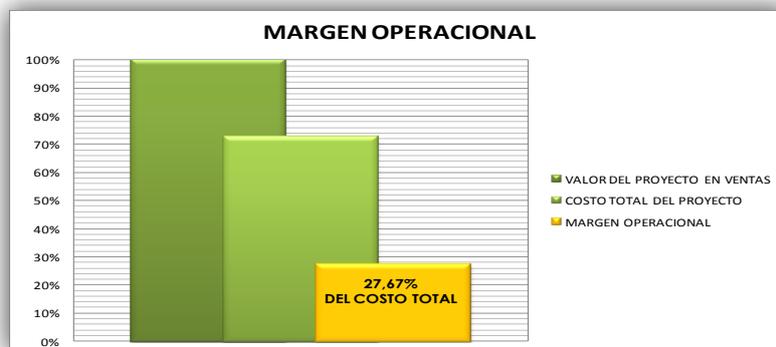
6. El costo directo, el indirecto y el precio de venta por m2. Margen operacional.

Acorde a los puntos 3 y 4 de éste capítulo podemos realizar la siguiente relación:

COD.	DETALLE	POR METRO CUADRADO USD	TOTAL POR CASA PROMEDIO (102 M2) USD	TOTAL DEL PROYECTO USD	MARGEN OPERACIONAL USD	MARGEN OPERACIONAL %
1	TOTAL COSTOS DIRECTOS (CD)	535	58.155	1.580.437	551.978	27,67%
3	COSTOS INDIRECTOS: APROX. 26,20% DE (CD)	140	15.248	414.379		
4	COSTO TOTAL DE CONSTRUCCION	675	73.402	1.994.816		
5	PRECIO DE VENTA A JUNIO DEL 2011	861	87.820	2.546.794		

CUADRO 28 Margen operacional y relación precio de venta con costos de construcción.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



ILUSTRACION 51 Incidencia de costos y el margen operacional.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



7. Utilidad Real

Una vez determinado el margen operacional; que resultado de la diferencia entre los ingresos totales por concepto de ventas y la suma de los costos directos e indirectos, el procedimiento para obtener la utilidad real de la inversión del producto inmobiliario B.J. "La Quinta" es restar al margen el costo del terreno; ya señalado en el numeral referido al método residual.

COD	DETALLE	FORMULA	USD
1	COSTO TOTAL DE LA CONSTRUCCION (CT) (INCLUYE COSTOS DIRECTOS (CD) E INDIRECTOS (CI))	$CT=CD+CI$	1.994.816
2	COSTO DEL TERRENO (T)	METODO RESIDUAL	399.767
3	INGRESOS POR VENTAS (IV) (CALCULO EN BASE AL PRECIO DE VENTA DE JUNIO DEL 2011)	PRODUCTO TOTAL DE LAS VENTAS	2.546.794
4	COSTO TOTAL DEL PROYECTO (CTP) (CD+CI+TERRENO)	$CT + T: (1) + (2)$	2.394.583
5	UTILIDAD	INGRESOS TOTALES - COSTO TOTAL DEL PROYECTO	152.211
6	RENTABILIDAD	UTILIDAD / COSTO TOTAL DEL PROYECTO	6,36%
7	MARGEN OPERACIONAL (MO) - UTILIDAD	UTILIDAD / INGRESOS TOTALES	5,98%

CUADRO 29 Cálculo de utilidad real respecto del costo total del proyecto (CD+CI+TERRENO).

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

8. Cronograma Valorado de Obra y del Proyecto

A fin de comprender mejor y asimilar el cronograma valorado del proyecto; se presenta:

1. El cronograma valorado de obra en función de los rubros de obra y su asignación de los costos directos. Este se lo realiza desde el inicio de obra.
2. El cronograma valorado de obra en función de los rubros y su asignación como costos indirectos. Este se lo realiza antes y durante el inicio de obra.
3. El cronograma valorado del proyecto; en el que se señala el ciclo de vida del producto arquitectónico. Este recopila los gastos desde el arranque del proyecto, desde su factibilidad, planificación, ejecución y entrega.



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"



CRONOGRAMA VALORADO DE OBRA			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 10				MES 11			
COD.	COSTOS DIRECTOS	1.580.437	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
			1	OBRAS PRELIMINARES.-	18.491	3.698	3.698	3.698	3.698																																					
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS.-	79.858		19.965	19.965	19.965																																								
3	CIMENTOS Y ESTRUCTURA.-	372.463					260.724	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595	8.595				
4	MAMPOSTERIA.-	110.104																																												
5	ENLUCIDOS	163.817																																												
6	PISOS.-	77.029									53.920	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770	770				
7	RPINTERIA METALICA Y DE MADERA	263.518																																												
8	RECUBRIMIENTOS	93.845																																												
9	CUBIERTA	3.424																																												
10	INSTALACIONES AGUA POTABLE	25.641																																												
11	APARATOS SANITARIOS.-	24.140																																												
12	INSTALACIONES SANITARIAS	41.880																																												
13	INSTALACIONES ELECTRICAS.-	54.662																																												
14	OBRAS EXTERIORES Y COMUNALES	251.566		1.447	1.447	1.447	1.447	1.447	1.447	1.447	90.564																																			

CUADRO 30 Cronograma valorado de obra: costos directos.

Fuente: Inmobiliaria Corbal.; Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



9. Conclusiones de costos y margen de utilidad del proyecto.



La utilidad real; una vez que se ha sustraído el costo del terreno, del proyecto B.J. "La Quinta" es del 6%. Es en extremo baja para tratarse de un producto inmobiliario. No justifica su ejecución.

El porcentaje de relación entre costos directos e indirectos es del 79% a 21%, considerado normal en este producto.

Sin embargo, el porcentaje del 26,20% asignado como indirectos respecto de los costos directos es muy alto. Los rubros de administración y de funcionamiento del proyecto están sobrevalorados o no llegan completamente al gasto; lo cual implicaría que la utilidad suba.

El uso de suelo y representado en un porcentaje bajo del COS (16%) se refleja en parte en este bajo porcentaje de utilidad. Pudo haberse mejorado este aspecto.

Se puede advertir que el costo de los locales comerciales y sus estacionamientos esta prorrateado al costo de las casas. Esto significa una utilidad neta en la venta de este producto. A junio del 2011 si se considera el precio de m2 de comercio a USD 1000 y siendo 198 m2. de locales; quiere decir que la utilidad subiría en USD 198.000.

Inmobiliaria Corbal no dispone de un sistema de control y monitoreo adecuado que permita integrar la operación de construcción, el control de costos y la administración del proyecto.

Es necesario realizar un estudio alternativo o comparable con el de mercado para estimar un valor del terreno, que refleje una utilidad real.

A pesar que es parte de otro negocio inmobiliario la compra del terreno, y que su ganancia en la adquisición en el costo; no se tiene certeza del valor; sin embargo la constructora adquirió el terreno a un costo más bajo.

Los costos directos establecidos y por rubro y su total son muy altos en comparación con otros proyectos. Este factor incide directamente en la baja utilidad. Es recomendable analizar este estudio.

CONCLUSION 6 Costos y cronograma valorado.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



IV. EVALUACION COMERCIAL



En este componente se analizará y evaluará:

- ✚ *Estrategias de ventas para el conjunto residencial B.J. "La Quinta" realizadas para viabilizar el proyecto, garantizar el éxito ó minimizar pérdidas.*
- ✚ *Créditos hipotecarios a los que puede acceder el cliente; y,*
- ✚ *Estrategias de marketing que se usa inmobiliaria Corbal para el proyecto.*

A. EL CUERPO DE VENTAS, LA VELOCIDAD DE VENTAS Y LA POLÍTICA DE PRECIOS.

Para garantizar el éxito del proyecto; no es sólo es necesario contar con un proyecto que esté acorde con las determinantes y condicionantes de mercado, innovador y diferenciador en diseño y que financieramente sea viable; es fundamental armarse de profesionales vendedores con experticia en mercadeo y técnicas de venta soportados en un plan inteligente de promoción y ventas.

La integración adecuada entre un producto inmobiliario adecuado y las ventas reflejará la velocidad de ventas; es decir cuántas unidades de ese producto se venden dentro de un plazo convenido.

La política de ventas obedece básicamente a tres factores;

- ✚ El cliente que lo que espera recibir un producto y un servicio de calidad a un precio razonable;
- ✚ El mercado y el estudio de la oferta y la competencia, pues éste impondrá un limite o barreras al precio, o bien podría incluir sustitutos que modifiquen la venta y su velocidad a nuestro producto; y,
- ✚ Un análisis de los plus o atributos del producto inmobiliario presentes y que involucren al segmento y necesidades, apetencias y principalmente aspiraciones del cliente. Este si bien podría encarecer y subir el precio del producto podría ser el enganche y el capturador de clientes.

B. EL PRECIO



Desprendido de los factores anteriormente descritos, podemos valernos del siguiente cuadro para la determinación del precio de nuestro producto.

TOTAL AREA CONSTRUIDA	M2	3.191,40
TOTAL AREA VENDIBLE	M2	2.956,54
COSTOS DEL PROYECTO (INCLUYE CD+CI+TERRENO)	USD	2.394.583,38
PRECIO DEL PROYECTO	USD	2.546.794,25
UTILIDAD DEL PROYECTO	USD	152.210,87
MARGEN DE UTILIDAD	USD	6%
PRECIO DE VENTA A JUNIO DEL 2011	USD/M2	861,41

CUADRO 33 El precio por metro cuadrado del proyecto y la utilidad respecto de los costos totales (CD+CI+TERRENO).
Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011

COD	PROYECTO	AREA (M2)	PRECIO POR M2 (USD)
1	SAN FRANCISCO 1	135	725,93
2	SAN FRANCISCO 2	105	967,74
3	SANTA LUZ 2	101	660,55
4	BONA VISTA	101	742,57
5	JARDINES DE TRIANA	83	638,55
6	PORTHOS 2	90	722,22
7	QUINTA MERCEDES	132	751,52
8	B.J. "LA QUINTA"	102	861,41
	PROMEDIO	106,14	758,81

CUADRO 34 El precio por metro cuadrado de la competencia.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011

COD	PROYECTO	AREA (M2)	TOTAL PONDERADO	PROMEDIO PONDERADO	CALIFICACION
1	SAN FRANCISCO 1	135	48	0,00	BUENO A EXCELENTE
2	SAN FRANCISCO 2	105	48	3,43	BUENO A EXCELENTE
3	SANTA LUZ 2	101	49	3,50	EXCELENTE
4	BONA VISTA	101	41	2,93	REGULAR A BUENO
5	JARDINES DE TRIANA	83	40	2,86	REGULAR
6	PORTHOS 2	90	42	3,00	BUENO
7	QUINTA MERCEDES	132	44	3,14	BUENO
8	B.J. "LA QUINTA"	102	49	3,50	EXCELENTE

CUADRO 35 Ponderación y calificación según atributos de la competencia y "La Quinta".
Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011

Sobre la base de los tres cuadros antecesores, en los cuales se definen precio fijado versus la utilidad; precios de la competencia; y, calificación y ponderación según atributos del proyecto podemos concluir:



El margen de utilidad producto del ejercicio inmobiliario es significativamente bajo; lo cual implica que los costos del proyecto son considerablemente altos o que los precios fijados para la venta no son los adecuados para mejorar el margen.

Sin embargo, podemos observar que el precio asignado para junio del 2011 es de USD 862 que está en un 13,50% por encima del promedio del precio del mercado. Esto implica que consecuente con la conclusión anterior, el precio no esta bajo; sino se mantiene por encima del promedio.

No puede subir más ya que el segmento objetivo es ese; de lo contrario estaríamos ofertando un producto de un nivel socio económico medio alto con precios de un nivel alto.

Como se puede advertir en el cuadro 20, el precio asignado es mayor al de la competencia y enfocados al mismo nivel socioeconómico. Esto es elocuente y posible gracias a la calificación y ponderación por atributos expuesta en el cuadro 21.

El proyecto B.J. "La Quinta" ha considerado como estrategia de venta y para asignación de un precio mayor, la integración de mayores enganches o plus dentro del conjunto: sendero ecológico, mayores patios y jardines privados, amplias areas de circulación vehicular y peatonal. De allí su calificación de excelente en las ponderaciones solamente igualable con el conjunto Santa Luz 2.

Para la integración de los plus de venta o atributos que están dentro de un plan de venta; la inmobiliaria Corbal consideró el segmento del NSE y la oferta de la competencia. Tiene mayo ventaja competitiva.

Dada la utilidad del ejercicio, es prohibitivo la ejecución del proyecto y la incursión de estrategias de venta como "venta en planos a un menor precio" o estrategias para venta con promoción de línea blanca o similares. (Estrategias para no bajar el precio pero dar un plus que incentive la compra del producto inmobiliario)

CUADRO 36 Las ventas y el precio.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011



C. PARÁMETROS Y CRONOGRAMA DE VENTAS.

Es la herramienta del desarrollador inmobiliario que le sirve para diseñar un plan de ventas. Vinculado con el ciclo de vida del proyecto, que incluye las etapas de planificación, ejecución, cierre e implementación; el cronograma de ventas se lo programa dentro de estas etapas.

La garantía del éxito del proyecto radica en establecer un cronograma inteligente que permita captar los ingresos producto de las ventas del producto inmobiliario de tal manera que el flujo permita viabilizar la ejecución del proyecto.

El proyecto B.J. "La Quinta" ha considerado:

- ✚ 3 meses de planificación,
- ✚ 15 meses de pre venta; y,
- ✚ 11 meses de ejecución (construcción). En total 29 meses del ciclo de vida del proyecto.

Para poder entender mejor los cronogramas de venta que a continuación se exponen; se deberán tomar en cuenta para cada cronograma los parámetros de las tablas:

1. Cronograma de ventas 1

1	RESERVA	10% del precio	En el momento de la compra del producto inmobiliario, con soporte de un compromiso de compra-venta.
2	ENTRADA	20% del precio	En cuotas mensuales sin intereses.
3	ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO PARA PAGO DE LA ENTRADA	Variabilidad de hasta 22 cuotas.	El número de cuotas responden al número de meses correspondientes desde la compra del producto inmobiliario hasta el cierre de construcción.
4	CREDITO HIPOTECARIO	70% del precio	A través de la asignación de un crédito con cualquier entidad financiera. Se da en el último mes de construcción.
5	NUMERO DE PERIODOS (MESES) PARA LA ETAPA DE VENTAS	26 meses	Corresponde a los meses previstos para la venta: 15 meses de pre-venta y 11 meses de venta durante la construcción.
6	COMIENZO DE VENTAS	PREVENTAS	Mes 1 de preventas. Mes 4 del ciclo del proyecto.
7	VELOCIDAD REQUERIDA DE VENTAS	1,12	Se requiere vender 1,12 casas al mes o su equivalente en m ² : 114,24 m ² .
8	VARIACION EN EL PRECIO DE VENTAS	VARIABLE	El precio aspiracionalmente subirá progresivamente desde el mes de arranque de venta hasta el cierre de la construcción en un margen del 20%. Estará supeditado en el movimiento del precio del mercado (competencia). Sin embargo el plan de ventas es estático y considera el precio de USD 861
9	PRECIO DE LA CASA POR M2	\$ 861	Precio que incluye patio, jardines, estacionamiento. Las áreas comunales están prorrateadas a este valor.

CUADRO 37 Parámetros del cronograma 1 del plan de ventas.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"



PERIODO DE VENTAS	INGRESOS POR VENTAS																																	
	PLAN DE VENTAS																																	
	PLANIFICACION			PROMOCION Y VENTAS															DISTRIBUCION								CIERRE							
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2	3		
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32			
MES 1			\$9.795	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890	\$890						\$68.568		
MES 2				\$9.795	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933	\$933						\$68.568		
MES 3					\$9.795	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980	\$980						\$68.568		
MES 4						\$9.795	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031	\$1.031						\$68.568		
MES 5							\$9.795	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088	\$1.088						\$68.568		
MES 6								\$9.795	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152	\$1.152						\$68.568		
MES 7									\$9.795	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224	\$1.224						\$68.568		
MES 8										\$9.795	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306	\$1.306						\$68.568		
MES 9											\$9.795	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399	\$1.399						\$68.568		
MES 10												\$9.795	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507	\$1.507						\$68.568		
MES 11													\$9.795	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633	\$1.633						\$68.568		
MES 12														\$9.795	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781	\$1.781						\$68.568	
MES 13															\$9.795	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959	\$1.959						\$68.568	
MES 14																\$9.795	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177	\$2.177						\$68.568	
MES 15																	\$9.795	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449	\$2.449						\$68.568	
MES 16																		\$9.795	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799	\$2.799						\$68.568	
MES 17																			\$9.795	\$3.265	\$3.265	\$3.265	\$3.265	\$3.265	\$3.265	\$3.265	\$3.265						\$68.568	
MES 18																				\$9.795	\$3.918	\$3.918	\$3.918	\$3.918	\$3.918	\$3.918	\$3.918						\$68.568	
MES 19																					\$9.795	\$4.898	\$4.898	\$4.898	\$4.898	\$4.898	\$4.898						\$68.568	
MES 20																						\$9.795	\$6.530	\$6.530	\$6.530	\$6.530	\$6.530						\$68.568	
MES 21																							\$9.795	\$9.795	\$9.795	\$9.795	\$9.795						\$68.568	
MES 22																								\$9.795	\$19.591								\$68.568	
MES 23																										\$29.386							\$68.568	
MES 24																											\$32.651	\$32.651	\$32.651					\$68.568
MES 25																											\$32.651	\$32.651	\$32.651					\$68.568
MES 26																											\$32.651	\$32.651	\$32.651					\$68.568
INGRESOS MENSUALES	\$0	\$0	\$0	\$9.795	\$10.686	\$11.619	\$12.598	\$13.629	\$14.718	\$15.870	\$17.095	\$18.401	\$19.800	\$21.307	\$22.939	\$24.720	\$26.680	\$28.856	\$31.305	\$34.104	\$37.369	\$41.287	\$46.185	\$52.715	\$62.510	\$101.692	\$97.954	\$97.954	\$1.675.007	\$0	\$0	\$0		
INGRESOS ACUMULADOS	\$0	\$0	\$0	\$9.795	\$20.481	\$32.100	\$44.698	\$58.328	\$73.045	\$88.915	\$106.010	\$124.411	\$144.211	\$165.517	\$188.457	\$213.177	\$239.857	\$268.713	\$300.018	\$334.122	\$371.491	\$412.778	\$458.963	\$511.678	\$574.188	\$675.880	\$773.834	\$871.787	\$2.546.794	\$2.546.794	\$2.546.794	\$2.546.794		

CUADRO CRONOGRAMA 1 Plan de ventas 1: periodo de ventas de 26 meses y número de cuotas variables (hasta 22 cuotas).

Fuente: Formato de tabla tomado de Federico Eliscovich; Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"



PERIODO DE VENTAS	INGRESOS POR VENTAS																														
	PLAN DE VENTAS																														
	PLANIFICACION			PROMOCION Y VENTAS															DISTRUCCION			CIERRE									
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32
MES 1			\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 2				\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 3					\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 4						\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 5							\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 6								\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 7									\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 8										\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 9											\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 10												\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 11													\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 12														\$21.223	\$3.537	\$3.537	\$3.537	\$148.563													
MES 13																															
MES 14																															
MES 15																															
INGRESOS MENSUALES	\$0	\$0	\$0	\$21.223	\$24.760	\$28.298	\$31.835	\$35.372	\$38.909	\$42.447	\$45.984	\$49.521	\$53.058	\$56.595	\$60.133	\$63.670	\$67.207	\$70.744	\$74.281	\$77.818	\$81.355	\$84.892	\$88.429	\$91.966	\$95.503	\$99.040	\$102.577	\$106.114	\$109.651	\$113.188	
INGRESOS ACUMULADOS	\$0	\$0	\$0	\$21.223	\$45.984	\$74.281	\$106.116	\$141.489	\$180.398	\$222.844	\$268.828	\$318.349	\$371.407	\$428.003	\$488.136	\$550.582	\$616.491	\$686.621	\$760.922	\$839.443	\$922.244	\$1009.485	\$1101.226	\$1207.627	\$1328.748	\$1455.649	\$1589.490	\$1730.421	\$1878.592	\$2033.153	\$2194.444

CUADRO CRONOGRAMA 2 Plan de ventas 2: periodo de ventas de 12 meses y 12 cuotas.

Fuente: Formato de tabla tomado de Federico Eliscovich; Elaboración: Edison Pérez Salazar; junio del 2011



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"



INGRESOS POR VENTAS																																				
PLAN DE VENTAS																																				
PERIODO DE VENTAS	PLANIFICACION			PROMOCION Y VENTAS															CONSTRUCCION					CIERRE												
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2	3	4			
MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33				
MES 1				\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																	
MES 2					\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																	
MES 3						\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																
MES 4							\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850															
MES 5								\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850														
MES 6									\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850												
MES 7										\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850											
MES 8											\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850										
MES 9												\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850									
MES 10													\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850								
MES 11														\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850							
MES 12															\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850						
MES 13																\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850					
MES 14																	\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850				
MES 15																		\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850			
MES 16																																				
MES 17																																				
MES 18																																				
INGRESOS MENSUALES	\$0	\$0	\$0	\$16.979	\$19.808	\$22.638	\$25.468	\$28.298	\$31.127	\$33.957	\$36.787	\$39.617	\$42.447	\$45.276	\$48.106	\$50.936	\$53.766	\$56.596	\$59.426	\$62.256	\$65.086	\$67.916	\$70.746	\$73.576	\$76.406	\$79.236	\$82.066	\$84.896	\$87.726	\$90.556	\$93.386	\$96.216				
INGRESOS ACUMULADOS	\$0	\$0	\$0	\$16.979	\$36.787	\$59.425	\$84.893	\$113.191	\$144.318	\$178.276	\$215.063	\$254.679	\$297.126	\$342.402	\$390.508	\$441.444	\$492.380	\$543.316	\$596.124	\$646.102	\$693.250	\$737.568	\$779.057	\$817.715	\$853.544	\$886.544	\$916.713	\$944.053	\$968.563	\$989.243	\$1.006.093	\$1.019.944	\$1.029.794			

CUADRO CRONOGRAMA 3 Plan de ventas 3: periodo de ventas de 15 meses y 12 cuotas.

Fuente: formato de tabla tomado de Federico Eliscovich; Realización: Edison Pérez Salazar



2. Cronograma de ventas 2

COD.	PARAMETRO		CARACTERISTICAS
1	RESERVA	10% del precio	En el momento de la compra del producto inmobiliario, con soporte de un compromiso de compra-venta.
2	ENTRADA	20% del precio	En cuotas mensuales sin intereses.
3	ESQUEMA DE FINCIAMIENTO PARA PAGO DE LA ENTRADA	12 meses, 12 cuotas	Se considera 1 año, a través de cuotas mensuales iguales para receptor el 30% de la entrada desde el primer mes de ventas; de esa se espera el retorno del 30% que idealmente se daría hasta un mes después de finalizada la construcción.
4	CREDITO HIPOTECARIO	70% del precio	A través de la asignación de un crédito con cualquier entidad financiera. Los desembolsos se dan 2 meses después de la cuota 12. Y se dan desde el primer mes de ejecución de la obra.
5	NUMERO DE PERIODOS (MESES) PARA LA ETAPA DE VENTAS	15 meses	Corresponde a los meses previstos para la venta.
6	COMIENZO DE VENTAS	PREVENTAS	Mes 1 de preventas. Mes 4 del ciclo del proyecto.
7	VELOCIDAD REQUERIDA DE VENTAS	1,93	Se requiere vender 1,93 casas al mes o su equivalente en m ² : 196,86 m ² .
8	VARIACION EN EL PRECIO DE VENTAS	VARIABLE	El precio aspiracionalmente subirá progresivamente desde el mes de arranque de venta hasta el cierre de la construcción en un margen del 20%. Estará supeditado en el movimiento del precio del mercado (competencia). Sin embargo el plan de ventas es estático y considera el precio de USD 861
9	PRECIO DE LA CASA POR M2	\$ 861	Precio que incluye patio, jardines, estacionamiento. Las áreas comunales están prorrateadas a este valor.

CUADRO 38 Parámetros del cronograma 2 del plan de ventas.

Realización: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

3. Cronograma de ventas 3

COD.	PARAMETRO		CARACTERISTICAS
1	RESERVA	10% del precio	En el momento de la compra del producto inmobiliario, con soporte de un compromiso de compra-venta.
2	ENTRADA	20% del precio	En cuotas mensuales sin intereses.
3	ESQUEMA DE FINCIAMIENTO PARA PAGO DE LA ENTRADA	12 meses, 12 cuotas	Se considera 1 año, a través de cuotas mensuales iguales para receptor el 30% de la entrada desde el primer mes de ventas; de esa se espera el retorno del 30% que idealmente se daría hasta un mes después de finalizada la construcción.
4	CREDITO HIPOTECARIO	70% del precio	A través de la asignación de un crédito con cualquier entidad financiera. Los desembolsos se dan 2 meses después de la cuota 12. Y se dan desde el primer mes de ejecución de la obra.
5	NUMERO DE PERIODOS (MESES) PARA LA ETAPA DE VENTAS	15 meses	Corresponde a los meses previstos para la venta.
6	COMIENZO DE VENTAS	PREVENTAS	Mes 1 de preventas. Mes 4 del ciclo del proyecto.
7	VELOCIDAD REQUERIDA DE VENTAS	1,93	Se requiere vender 1,93 casas al mes o su equivalente en m ² : 196,86 m ² .
8	VARIACION EN EL PRECIO DE VENTAS	VARIABLE	El precio aspiracionalmente subirá progresivamente desde el mes de arranque de venta hasta el cierre de la construcción en un margen del 20%. Estará supeditado en el movimiento del precio del mercado (competencia). Sin embargo el plan de ventas es estático y considera el precio de USD 861
9	PRECIO DE LA CASA POR M2	\$ 861	Precio que incluye patio, jardines, estacionamiento. Las áreas comunales están prorrateadas a este valor.

CUADRO 39 Parámetros del cronograma 3 del plan de ventas.

Realización: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

4. Observaciones y conclusiones de los cronogramas de ventas.

Se consideran 3 escenarios; sin embargo el que es utilizado de manera general por Inmobiliaria Corbal es el primero.

a) Cronograma 1



Este tipo de cronograma es típico en la venta de departamentos en la construcción de un edificio pero también se presenta como estrategia en la construcción de casas; con el fin de brindar mayor facilidad para pago del 20% de entrada.

Se distribuyen las ventas en el período comprendido entre la fecha propuesta de arranque de ventas (mes 4 del ciclo del proyecto; mes 1 de pre-venta) y el fin de la ejecución de obra. (mes 29 del ciclo del proyecto).

El número de cuotas considerado para el pago financiado sin interés del 20% de la entrada va decreciendo en función de la llegada del fin de cierre y terminación de obra.

Una vez terminado el pago del 20% de entrada; usualmente 2 meses después se realiza el desembolso del 70% del resto del precio de la casa por parte de la entidad financiera escogida por el cliente.

Si bien este plan de ventas otorga una evidente facilidad de pago en la entrada; (cosa que incluso en el estudio de mercado se ha señalado como la principal barrera para acceder a la compra de una vivienda); para fines del ejercicio financiero no se muestra como el plan más viable.

No se podría utilizar este cronograma y plan de ventas sin que exista una inyección de capital para poder soportar los costos derivados de la ejecución de la obra.

b) Cronograma 2

Este tipo de cronograma es utilizado de manera más convencional en la ejecución de casas.

Se considera el tiempo aproximado de ejecución para la unidad de vivienda y se estima el número de cuotas respecto a 2 factores: el avance en la ejecución de obras complementarias y comunales con el fin de que sea factible hacer la entrega de la casa; y, el período fijado para la pre-venta de todo el producto inmobiliario.

El número de cuotas considerado el para pago financiado sin interés del 20% de la entrada es de 15 cuotas fijas.

El última cuota de pago del 20% de la primera venta efectuada se vence 2 meses antes de la ejecución de obra. Por tanto el primer desembolso del 70% por parte de la entidad financiera se da al comienzo de la ejecución de la obra y después se presenta los desembolsos secuencialmente cada mes.

Si bien este plan de ventas limita sutilmente el pago en la entrada; para fines del ejercicio financiero se muestra como el plan más viable y genera sostenibilidad del proyecto.

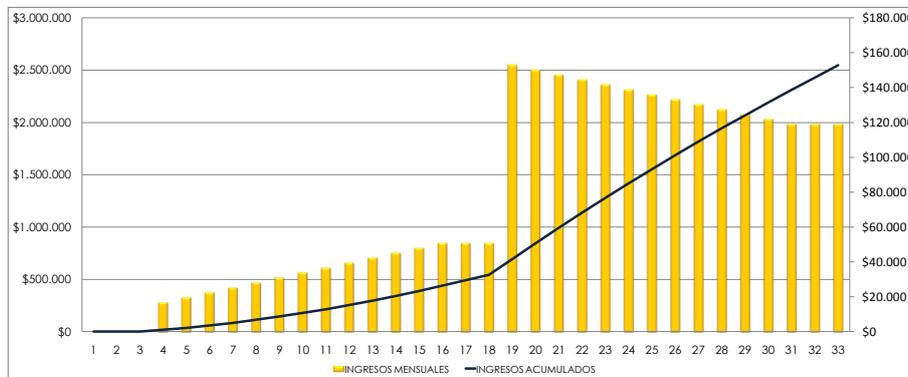
c) *Cronograma 3*

Este cronograma tiene las mismas características del número 2; sin embargo considera un período menor en cuanto al horizonte de ventas (12) y un número de cuotas menor (12).

No se adapta de mayor manera con el ciclo del proyecto; sin embargo tiene una mejor incidencia en el manejo económico y financiero.

CONCLUSION 7 Cronograma de ventas.

Dadas las condiciones del horizonte de ventas y los parámetros de venta se recomienda el uso del cronograma 2. A continuación se presenta el gráfico que visualiza el análisis de ingresos por ventas netas y acumuladas.



ILUSTRACION 53 Ingresos mensuales y acumulados del plan de ventas 2 (recomendación).

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

d) *El Flexiplan*

Es importante citar que Inmobiliaria Corbal y Ciudad & Campo; unidad estratégica de negocios de la inmobiliaria, disponen del “Flexiplan” que es una alternativa de tolerancia para el pago de la entrada (20%) que tiene el cliente para proponer un esquema de pagos. Los detalles y características se adaptan a cada cliente.

5. **Esquema de financiamiento**

PRECIO DE LA CASA DE 102 M2. A JUNIO DEL 2011	USD	87.950
RESERVA	10%	8.795,00
ENTRADA DE ACUERDO A PLAN DE VENTAS	20%	17.590,00
CREDITO HIPOTECARIO	70%	61.565,00

CUADRO 40 Esquema de financiamiento para la compra de una casa en B.J. La Quinta

Realización: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



6. Estrategia de Marketing: Publicidad y Promoción.

En el cuadro 11 y 12; se señala que el valor destinado para gastos de promoción y publicidad es de USD 12094. La publicidad se inicia a los dos meses de pre-venta y continua con disposición de pagos iguales durante los 13 meses de pre-venta. En este período se dispone de USD 8465,80 equivalente al 70% de este rubro. En lo posterior; ya durante los 11 meses venideros de la ejecución de la obra se dispone de 11 erogaciones por gastos de publicidad equivalentes al 30% del rubro de publicidad equivalente a USD 3628,20.

Este es un esquema idealizado y “en blanco y negro”; las erogaciones pueden variar del comportamiento de la competencia y de las necesidades del proyecto por generar motivación y capturar clientes.

De allí se desprende la verdadera importancia de contar con un equipo de promoción y ventas experimentado. Inmobiliaria Corbal ha depositado esta confianza en la empresa alineada a las estrategias de comercialización y que funciona como una unidad estratégica de negocios del mismo grupo inmobiliario: Ciudad & Campo.

a) *Logotipo del Proyecto*

Se ha de iniciar esta parte de la evaluación revelando el logotipo diseñado para promoción del proyecto: conjunto residencial “B.J. “La Quinta”. Diseño simple y que recoge a través del elemento árbol y el uso de la línea lánguida con la integración del color verde y blanco, la esencia del vivir en medio de elementos verdes: la Quinta.



b) *Canales de promoción.*

Inmobiliaria Corbal y Ciudad & Campo con la estrategia de posicionar sus productos inmobiliarios hace uso de importantes medios de promoción y publicidad.

A continuación se describe y se expone parte de la promoción que se consideró para B.J. “La Quinta”.



- (1) Página web.
- (2) Valla o rotulo en el terreno.
- (3) Flyers o trípticos de promoción.

Que son entregados en el desarrollo de la Feria de Construcción y en la Sala de Ventas in situ del proyecto.

- (4) Promoción a través de ferias de construcción

Inmobiliaria Corbal viene participando desde hace varios años en las principales ferias de construcción de Quito. El proyecto B.J. "La Quinta" ha sido promocionado en las Ferias de Construcción organizadas por el Colegio de Ingenieros y la Cámara de Construcción de Quito; y, en la Feria Clave organizada por www.clave.com.ec, a través de la Srta. Caridad Vela, promocionadora de este tipo de eventos en la ciudad de Quito.

- (5) Sala de ventas en el terreno de implantación del proyecto.
- (6) Simulación a través de maquetas a escala.
- (7) Oficina central ubicada en la ciudad de Quito. (NNUU 234 y 10 de agosto)



ILUSTRACION 54 Imágenes de promoción del proyecto en flyers.

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011.



ILUSTRACION 55 Imágenes de promoción del proyecto en LA WEB.

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal, <http://www.ciudadycampo.net/laquinta.html>; Junio del 2011.

ILUSTRACION 56 Imágenes de promoción del proyecto en LA WEB.

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal, <http://www.corbal.com.ec/>; Junio del 2011.





ILUSTRACION 57 Imágenes de promoción del proyecto en el terreno de implantación del proyecto.

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal, fotografías: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



ILUSTRACION 58 Imágenes de promoción del proyecto en ferias de construcción.

Fuente y elaboración: Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011.

El proceso de captura inicial de los clientes se realiza con la preparación de flyers, trípticos, participación en ferias; no obstante la decisión de compra normalmente se lo hace en la oficina central de Ciudad & Campo ubicada en la Av. NNUU 234 y Sánchez de Ávila en la ciudad de Quito ó en las sala de ventas del proyecto en la parroquia de Conocoto.



V. ANALISIS FINANCIERO



Este estudio recoge para su evaluación los ingresos establecidos en el plan y cronograma de ventas 2 detallados en el numeral 3 del capítulo anterior.

Con el fin que este estudio y evaluación sean objetivos; en primera instancia, se ha de definir como referencia la tasa de descuento, o denominada también costo de oportunidad de acuerdo al método del CAPM y un historial histórico. Posteriormente se ha de dividir este componente en análisis estático y análisis dinámico.

Dentro del primero se ha de tratar y exponer cuadros referentes a ingresos y egresos mensuales y utilidad acumulados del proyecto sin apalancamiento. (Proyecto puro); en el segundo se analizará las sensibilidades del producto inmobiliario respecto a variaciones en costo, precio y apalancamiento a través de un crédito bancario.

Se avizorará entonces la rentabilidad del proyecto y su viabilidad a través de los indicadores financieros del VAN y TIR.

A. COSTO DE OPORTUNIDAD (CAPM)

Para su cálculo nos remitiremos a la fórmula y a la captura de sus variables en el internet. (Julio-Agosto del 2011).

RE = tasa de riesgo cero + prima de riesgo + riesgo país			$r = r^o + (rc - r^o) * \beta + rp$	
TASA DE RENDIMIENTO ESPERADO	r	18,67%		
TASA DE INTERÉS LIBRE DE RIESGO	r ^o	3,15%	may-11	http://www.treasurydirect.gov/RI/OFNtebnd
RENDIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	rc	13,00%	2010	http://biz.yahoo.com/ic/631.html http://biz.yahoo.com/p/6co_nameu.html
PRIMA DE RENDIMIENTO DE EMPRESAS EEUU	(rc-r ^o)	9,85%		
COEFICIENTE DE RIESGO EN LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	β	0,76	ene-11	http://pages.stern.nyu.edu/~ADAMODAR/New_Home_Page/datafile/Betas.html
RIESGO PAÍS	rp	8,03%	17-jun-11	http://www.bce.fin.ec/resumen_ficker.php?ficker_valu_e=riesgo_pais

CUADRO 41 Cálculo de la tasa de descuento

Fuentes diversas en la CUADRO; Elaboración: Edison Pérez Salazar.

La tasa de descuento referencial es del 18,67%; sin embargo para el análisis de este proyecto asumiremos una tasa del 20%.





B. ANÁLISIS ESTÁTICO.

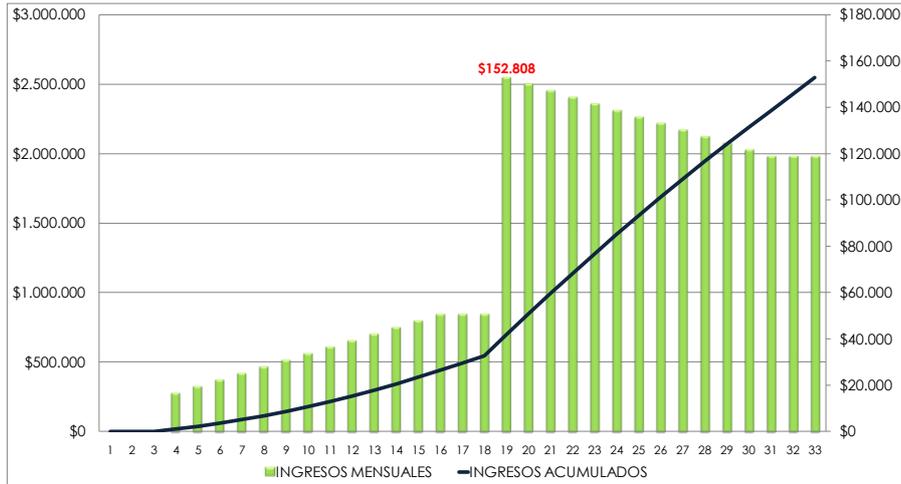
1. Análisis Financiero del proyecto puro. (Sin financiamiento por parte del constructor): Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.

RUBRO	COSTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33	
TERRENO	399.767	399.767																																	
COSTOS DIRECTOS	1.580.437																																		
OBRAS PRELIMINARES	18.491																			14.792	3.698														
MOVIMIENTO DE TIERRAS	79.858																			59.894	19.965														
ESTRUCTURA	372.463																				286.510	34.381	34.381	17.191											
MAMPOSTERIA	110.104																						30.028	40.038	40.038										
ENLUCIDOS	163.817																						31.274	41.699	41.699	21.842	21.842	5.461							
PISOS	77.029																						55.461	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081						
CARPINTERIA METAL/MADERA	263.518																								49.410	143.111	46.420	15.456	9.122						
RECUBRIMIENTOS	93.845																								70.970	7.038	7.038	7.038	1.760						
CUBIERTA	3.424																								2.589	257	257	257	64						
AGUA POTABLE	25.641																						15.385	5.128	5.128										
APARATOS SANITARIOS	24.140																											17.803	3.621	2.716					
AGUAS SERVIDAS	41.880																					21.987	7.329	7.538	5.026										
INSTALACIONES ELECTRICAS	54.662																						32.797	4.859	4.859	4.859	4.859	2.429							
OBRAS EXTERIORES	251.566																			2.893	5.786	90.564	30.188	55.848	14.339	5.786	8.553	18.804	15.044	3.761					
COSTOS INDIRECTOS	414.379																																		
ESTUDIOS Y HONORARIOS	21.556	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	719	3.593	3.593	3.593																	
IMPUESTOS	2.778																			253	253	253	253	253	253	253	253	253	253	253	253				
FONDO DE GARANTIA	22.730																																		
PUBLICIDAD	12.094						651	651	651	651	651	651	651	651	651	651	651	651	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330			
COMISIONES	39.134						1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631	1.631			
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OTROS	316.087																				28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735	28.735			
TOTAL EGRESOS	400.486	719	719	719	719	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	5.874	5.874	28.605	108.527	346.907	233.341	215.412	206.330	218.677	123.221	219.690	132.241	69.974	46.547	0	0	0	0		
EGRESOS ACUMULADOS	400.486	401.204	401.923	402.641	403.360	406.360	409.360	412.360	415.361	418.361	421.361	424.362	427.362	430.362	433.363	439.237	445.111	473.716	582.243	929.150	1.142.491	1.377.903	1.584.233	1.802.910	1.926.131	2.145.821	2.278.042	2.348.037	2.394.583	2.394.583	2.394.583	2.394.583	2.394.583		
FLUJO DE CAJA	-400.486	-719	-719	16.260	19.090	19.638	22.468	25.297	28.127	30.957	33.787	36.616	39.446	42.276	45.106	45.062	22.331	44.280	-196.929	-86.193	-71.093	-64.841	-80.019	12.608	-86.690	-2.072	57.365	77.963	121.680	118.850	118.850	118.850			
UTILIDAD ACUMULADA	-400.486	-401.204	-401.923	-385.662	-366.573	-346.935	-324.467	-299.170	-271.042	-240.086	-206.299	-169.682	-130.236	-87.960	-42.854	2.207	47.269	69.600	113.880	-83.049	-169.242	-240.335	-305.176	-385.195	-372.587	-459.277	-461.349	-403.984	-326.021	-204.341	-85.490	33.360	152.211		

CUADRO 42 Ingresos, egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto respecto del plan de ventas 2.

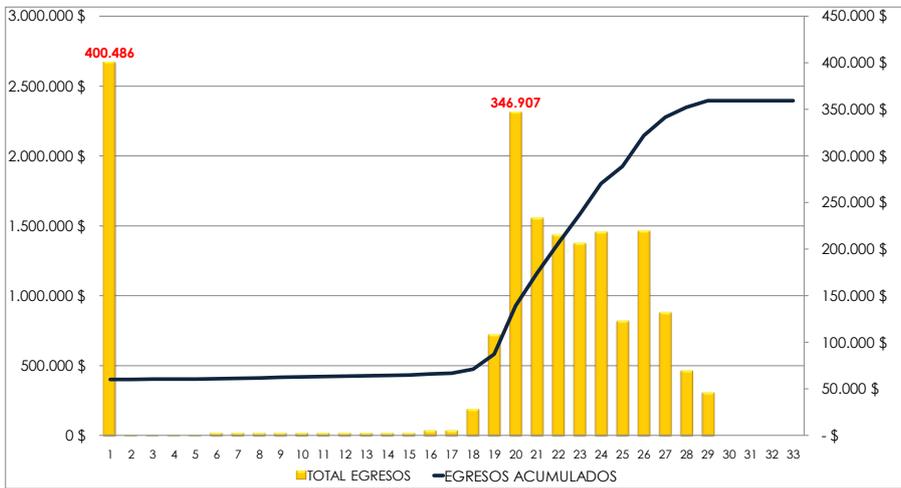
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.





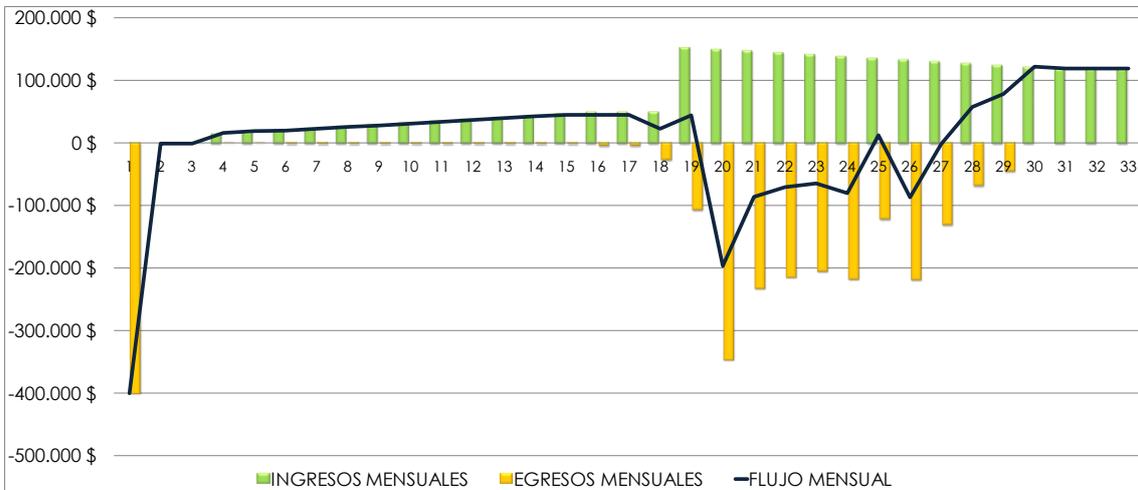
ILUSTRACION 59 Ingresos mensuales y acumulados del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



ILUSTRACION 60 Egresos mensuales y acumulados del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



ILUSTRACION 61 Ingresos, egresos mensuales y acumulados y flujo de caja mensual del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



De los datos expuestos se ha de considerar para la evaluación:

TASA DE DESCUENTO	20%	ANUAL	VAN	\$3.531
	1,53%	MENSUAL		



El total de ingresos acumulados (ventas) del proyecto es de \$2.546.794

El ingreso más alto se registra en el mes 19; que corresponde al primer desembolso del banco por concepto de la venta de la primera casa.

Desde ese momento el desembolso del 70% del banco es mensual hasta el mes 30.

Los meses de mayores egresos se presentan en los meses 1 y 20, que corresponden a la compra de terreno y el inicio de la construcción respectivamente.

El total de egresos acumulados (costos directos+indirectos+terreno) del proyecto es de \$2.394.583

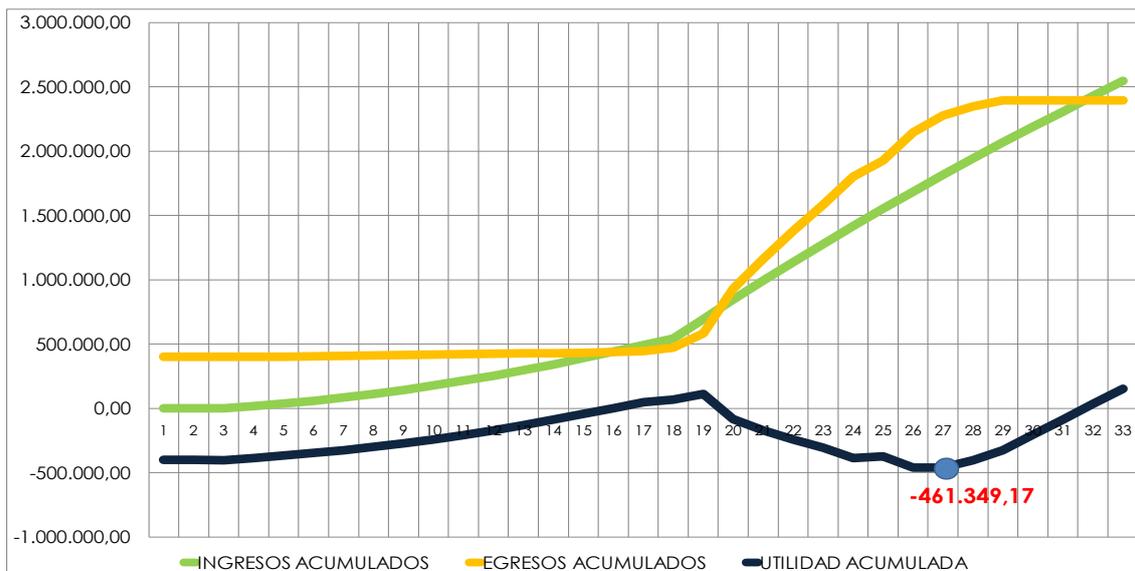
La utilidad acumulada (ingresos acumulados -egresos acumulados) producto del proyecto inmobiliario es \$152.211. El margen de utilidad corresponde al 5,98% en extremo bajo para un producto inmobiliario.

El VAN aún cuando es positivo es bajo, \$3.531

CONCLUSION 8 Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

2. Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.



ILUSTRACION 62 Ingresos, Egresos y Utilidad acumulada del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

De la ilustración que nos muestra el desarrollo de los acumulados de ingresos, egresos y utilidad se desprende una información fundamental.

Podemos advertir que la mayor inversión se presenta en el mes 27 y es de \$461.349.

3. Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto puro: recursos propios.

INGRESOS ACUMULADOS	\$2.546.794
EGRESOS ACUMULADOS	\$2.394.583
UTILIDAD ACUMULADA	\$152.211
MARGEN	5,98%
SENSIBILIDAD	6,36%

CUADRO 43 Margen de utilidad del proyecto puro.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

Dados los indicadores del VAN ; el margen de utilidad bajo y una sensibilidad significativa.

Se concluye que el proyecto puro sin apalancamiento no es viable.

C. ANÁLISIS DINÁMICO.

1. Análisis de la sensibilidad a un mayor costo directo de construcción.

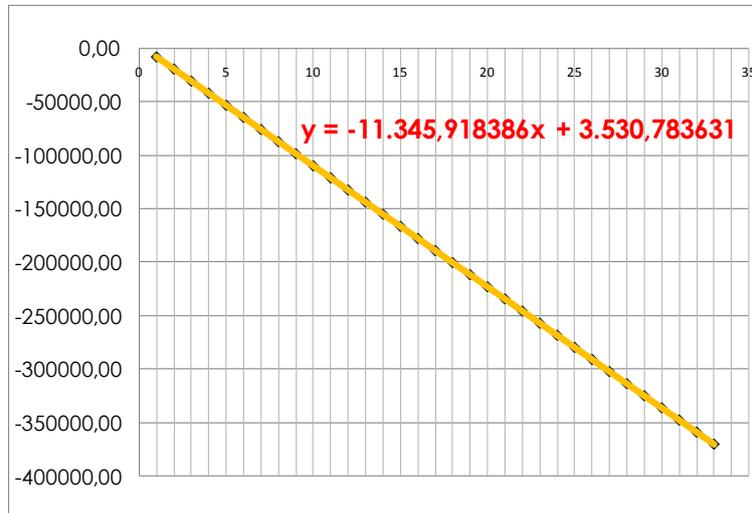
COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION (CD)	\$ 1.580.437
INGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$ 2.546.794
EGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$ 2.394.583
FLUJO MENSUAL PROYECTO PURO	\$ 152.211
PORCENTAJE DE VARIACION EN LOS COSTOS DIRECTOS DE CONSTRUCCION (%V)	0,31%
DIFERENCIA POR VARIACION RESPECTO DEL COSTO DIRECTO (CD * %V)	\$ 4.918
NUEVO SALDO DE CAJA MENSUAL BASE CON VARIACION	\$ 147.292

CUADRO 44 Sensibilidad a costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



El análisis financiero realizado nos demuestra que el proyecto es extremadamente sensible a la subida de costos. Si tan solo los costos directos de construcción (\$1580.437) subiesen un 0,31%; (es decir cuando el VAN se hace 0); este análisis nos estaría indicando que el proyecto tiene una tendencia directa a la no factibilidad.



ILUSTRACION 63 Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

La ecuación de la recta producto de la variación de costos directos de construcción nos proporciona el valor porcentual en el que el VAN se hace cero y que constituye el límite para subir los costos; y resulta de la división entre 3.530,783631 y 11.345,918386, el producto es **0,3111 %**.

2. Análisis de la sensibilidad a un menor precio de venta.

INGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$ 2.546.794
EGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$ 2.394.583
FLUJO MENSUAL PROYECTO PURO	\$ 152.211
PORCENTAJE DE VARIACION EN EL PRECIO	0,20%
DIFERENCIA POR VARIACION RESPECTO DEL PRECIO	\$ -4.970
NUEVO SALDO DE CAJA MENSUAL BASE CON VARIACION	\$ 147.317

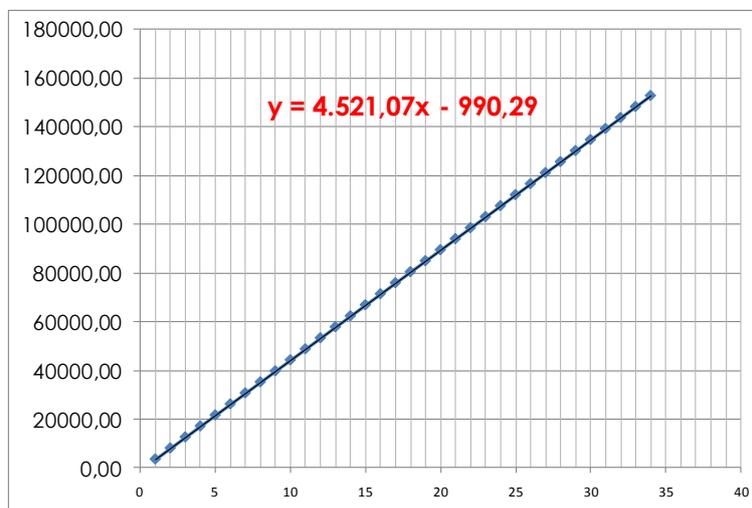
ILUSTRACION 64 Sensibilidad a costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



El análisis financiero realizado nos demuestra que el proyecto es extremadamente sensible a la bajada de precios.

Si tan solo el precio subiese un 0,20%; (es decir cuando el VAN se hace 0); este análisis nos estaría indicando que el proyecto tiene una tendencia directa a la no factibilidad.



ILUSTRACION 65 Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un precio menor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

La ecuación de la recta producto de la variación de precios de venta nos proporciona el valor porcentual en el que el VAN se hace cero y que constituye el límite para bajar los precios; y resulta de la división entre 990,29 y 4.521,07, el producto es **0,2190 %**.

3. Análisis de la sensibilidad al apalancamiento (crédito al constructor).

Como ya habíamos visto en el análisis financiero del proyecto puro, el margen de utilidad y el VAN extremadamente bajos brindan señales que este producto inmobiliario no tiene viabilidad.

Sin embargo de ello, en las siguientes páginas hemos de buscar si a través del apalancamiento u otorgamiento de un crédito al constructor; logra el VAN y/o el margen de utilidad mejorar con objeto que el proyecto sea viable.

Para ello, se ha de plantear 2 escenarios de crédito, sujeto a los siguientes parámetros:

- ✚ Para este ejercicio académico se ha de considerar como entidad financiera para otorgamiento del crédito al BIESS.



- ✚ El monto de crédito es de máximo el 60% del costo total del proyecto. (CD+CI+Terreno)
- ✚ El plazo máximo es de 30 meses.
- ✚ La forma de pago (desembolsos) es propuesta por el constructor. Por ello, para los 3 escenarios que a continuación se muestran se ha de pagar mensualmente el interés del préstamo para al cierre del proyecto pagar en una última cuota el capital.
- ✚ El interés para el crédito es del 9,25% nominal anual, 0,97% efectivo mensual.

a) *Escenario 1 de apalancamiento del proyecto.*

FINANCIAMIENTO RESPECTO DEL COSTO DEL PROYECTO		20%	MES DE DESEMBOLSO
COSTO PROYECTO	\$2.394.583	-	-
TASA NOMINAL (BIESS - PLAZO 30 MESES)	9,25%	-	-
TASA EFECTIVA (BIESS - PLAZO 30 MESES)	0,97%	-	-
PRESTAMO TOTAL	-	\$478.916,67	-
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 1	100,00%	\$478.917	1
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 2	0,00%	\$0	-
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 3	0,00%	\$0	-

CUADRO 45 Parámetros de crédito para apalancamiento. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

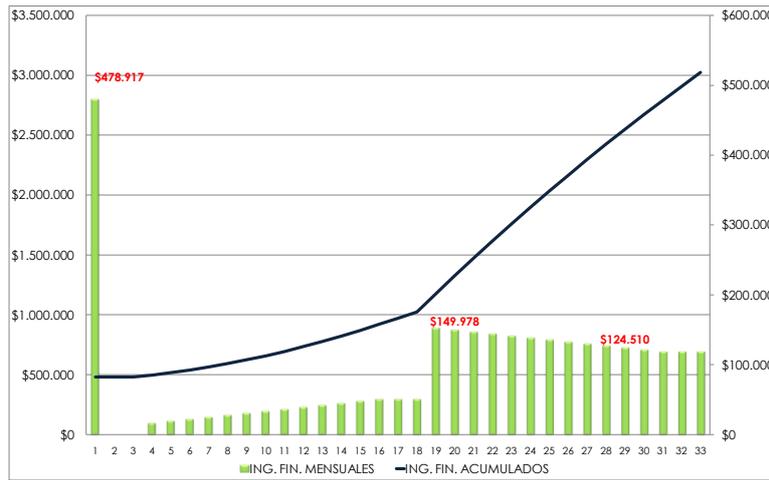
Como ya se mencionó en el punto B.3; la inversión máxima es de \$461.349.

El monto de crédito que el constructor debería solicitar a la entidad financiera debería ser de este valor. Este primer escenario busca una línea de crédito en ese sentido: financiar el 20% del costo total (\$478.917) y pedir un solo desembolso en el primer mes para cubrir principalmente la compra del terreno, pagarlo en 29 meses y al cierre pagar el capital.

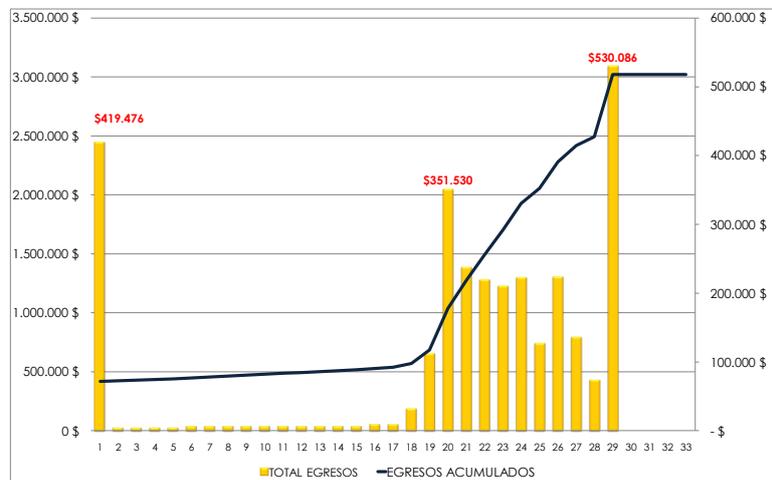
(1) **Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento.**

Escenario 1.

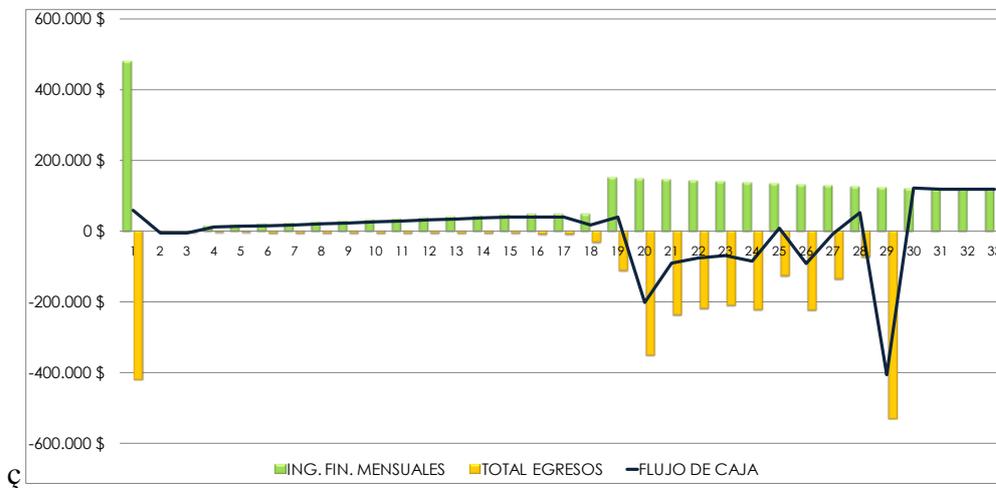




CUADRO 47 Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



CUADRO 48 Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



CUADRO 49 Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



De los datos expuestos se ha de considerar para la evaluación:

TASA DE DESCUENTO	20%	ANUAL	VAN	\$45.860
	1,53%	MENSUAL		



El total de ingresos acumulados (ventas y crédito) del proyecto es de \$3.025.711

Los ingresos más altos se registran en el mes 1 y 19; que corresponden al primer desembolso del banco por concepto de crédito al constructor y del desembolso por concepto de la venta de la primera casa.

Desde ese momento el desembolso del 70% del banco es mensual hasta el mes 30.

Los meses de mayores egresos se presentan en los meses 1, 20 y 29 de cierre, que corresponden a la compra de terreno, el inicio de la construcción y el pago de capital al banco respectivamente.

El total de egresos acumulados (costos directos+indirectos+terreno) del proyecto es de \$3.021.926

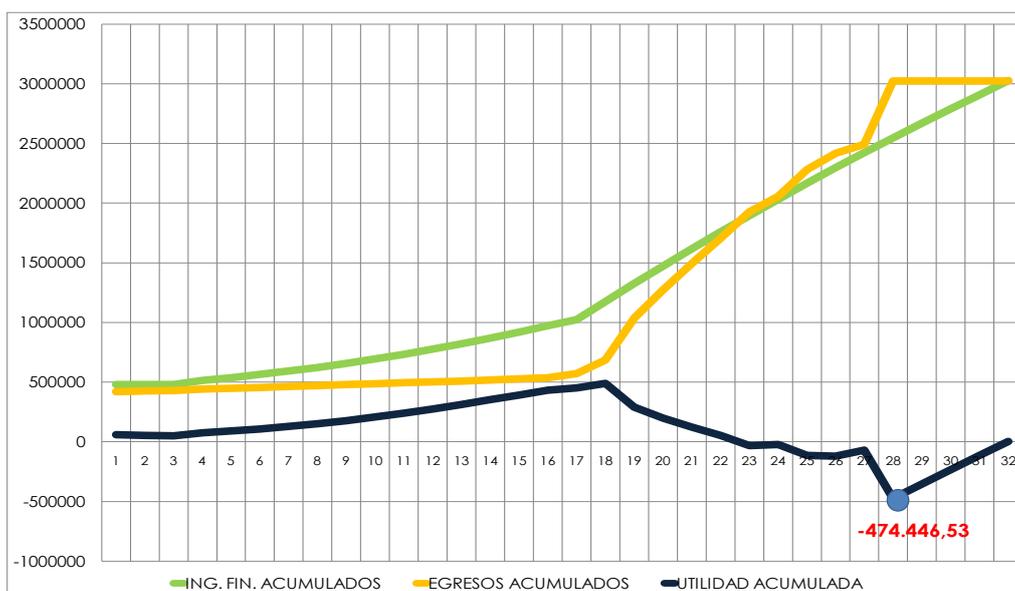
La utilidad acumulada (ingresos acumulados -egresos acumulados) producto del proyecto inmobiliario es \$3.785. El margen de utilidad corresponde al 0,13% en extremo bajo para un producto inmobiliario, incluso más bajo que sin apalancamiento.

El VAN es de \$45.680, aproximadamente 12 veces mayor que sin apalancamiento.

CONCLUSION 9 Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

(2) Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada. Escenario 1.



ILUSTRACION 66 Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

Podemos advertir en la ilustración anterior que la mayor inversión se presenta en el mes 28 y es de \$474.446, mayor que en el proyecto sin apalancamiento.

(3) **Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto apalancado, Escenario 1.**

INGRESOS ACUMULADOS	\$3.025.711
EGRESOS ACUMULADOS	\$3.021.926
UTILIDAD ACUMULADA	\$3.785
MARGEN	0,13%
SENSIBILIDAD	0,13%

CUADRO 50 Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

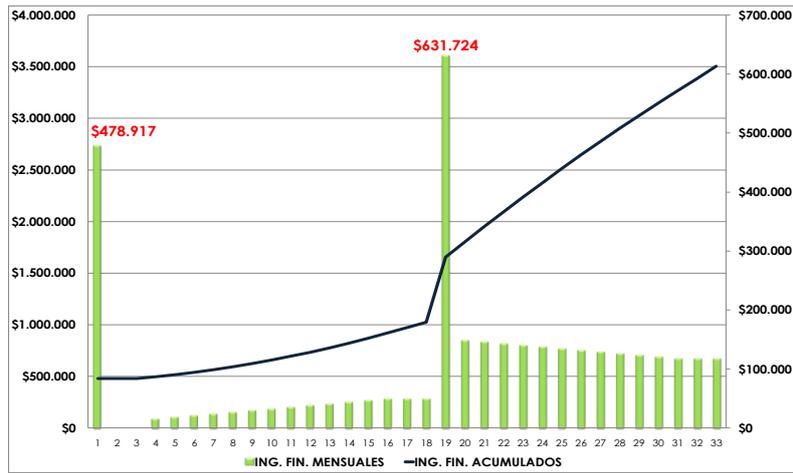
Con apalancamiento el VAN del proyecto mejora en 12 veces; el margen de utilidad baja a un 0,13% y una sensibilidad aún más significativa. Se concluye entonces que el proyecto apalancado en su primer escenario no es viable.

b) **Escenario 2 de apalancamiento del proyecto.**

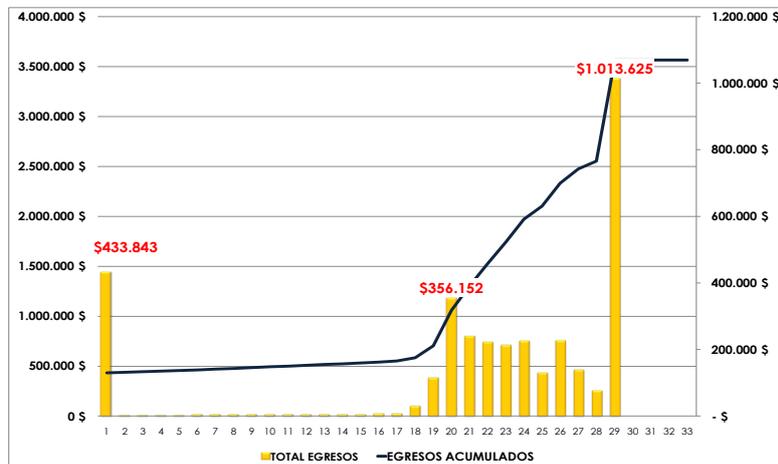
FINANCIAMIENTO RESPECTO DEL COSTO DEL PROYECTO		40%	MES DE DESEMBOLSO
COSTO PROYECTO	\$2.394.583	-	-
TASA NOMINAL (BIESS - PLAZO 30 MESES)	9,25%	-	-
TASA EFECTIVA (BIESS - PLAZO 30 MESES)	0,97%	-	-
PRESTAMO TOTAL	-	\$957.833,34	-
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 1	50,00%	\$478.917	1
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 2	50,00%	\$478.917	19
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 3	0,00%	\$0	-

La inversión máxima en el proyecto puro es de \$461.349. El escenario 1 recogía este parámetro; sin embargo su viabilidad también fue negativa. A continuación se presenta un segundo escenario considerando un crédito mayor equivalente al 40% del costo del proyecto (\$957.883) que se pagará en 29 cuotas en la cual la última se paga el capital del crédito. El constructor requerirá dos desembolsos, cada uno por el 50% del crédito, otorgados en el mes 1 y 19 del ciclo del proyecto.

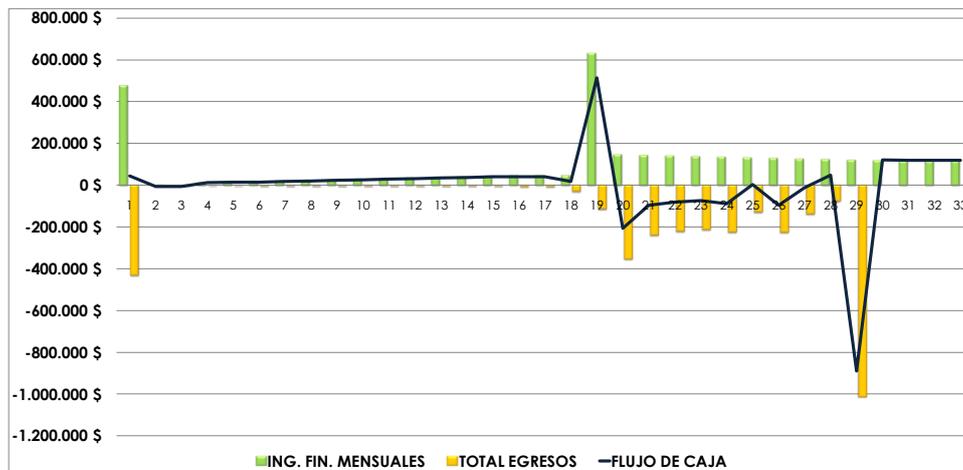
(1) **Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada. Escenario 2.**



ILUSTRACION 67 Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 2.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



ILUSTRACION 68 Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 2.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.



ILUSTRACION 69 Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 2.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

De los datos expuestos se ha de considerar para la evaluación:

TASA DE DESCUENTO	20%	ANUAL	VAN	\$46.952
	1,53%	MENSUAL		



El total de ingresos acumulados (ventas y crédito) del proyecto es de \$3.504.627

Los ingresos más altos se registran en el mes 1 y 19; que corresponden al primer desembolso del banco por concepto de crédito al constructor; y, del segundo desembolso por concepto del crédito, sumado al primer desembolso por concepto de la venta de la primera casa respectivamente.

Desde ese momento el desembolso del 70% del banco es mensual hasta el mes 30.

Los meses de mayores egresos se presentan en los meses 1, 20 y 29 de cierre, que corresponden a la compra de terreno, el inicio de la construcción y el pago de capital al banco respectivamente.

El total de egresos acumulados (costos directos+indirectos+terreno) del proyecto es de \$3.566.060

La utilidad acumulada (ingresos acumulados -egresos acumulados) producto del proyecto inmobiliario es negativa:-\$61.432. El margen de utilidad corresponde al -1,75%.

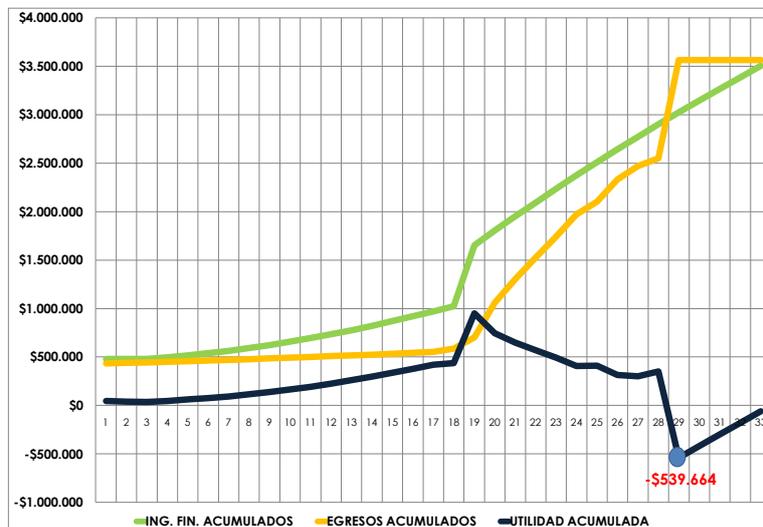
El VAN es de \$46.952, sutilmente mayor al escenario 1 con apalancamiento.

CONCLUSION 10 Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

(2) Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.

Escenario 2





ILUSTRACION 70 Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 2.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

Podemos advertir en la ilustración anterior que la mayor inversión se presenta en el mes 28 y es de \$539.644, mayor que en el proyecto sin apalancamiento y que el escenario 1.

En un escenario 3 realizado, en el que se solicita el 60% del costo del proyecto y se requieren 3 desembolsos se puede advertir que el valor de la inversión elocuentemente va subiendo progresivamente.

(3) Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto apalancado.

Escenario 2.

INGRESOS ACUMULADOS	\$3.504.627
EGRESOS ACUMULADOS	\$3.566.060
UTILIDAD ACUMULADA	-\$61.432
MARGEN	-1,75%
SENSIBILIDAD	-1,72%

CUADRO 52 Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 2.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

Con apalancamiento, en el escenario 2 el VAN del proyecto mejora muy sutilmente; el margen de utilidad baja a un -1,75% y la sensibilidad aún es más significativa y negativa.

En un escenario 3 realizado; en el que se solicita el 60% del costo del proyecto (tope de crédito) y en el que se requieren 3 desembolsos, se observa que el VAN sigue subiendo (a \$71.634) mientras que la utilidad elocuentemente baja aún más al -2,69%.

Se concluye entonces que el proyecto apalancado en su segundo escenario tampoco es viable.

El proyecto puro o apalancado no es viable.





VI. ANALISIS IDEAL DE COSTOS Y FINANCIERO

PROPUESTA

La identificación de un "error" basado en la estrategia de ventas; la cual dejaba al último la venta de los locales comerciales, no permitió considerar su ingreso por ventas en el análisis financiero; este error fue identificado rápidamente y a continuación se plantea una propuesta que integra este ingreso y optimiza los costos indirectos.

A. ESTUDIO DE COSTOS

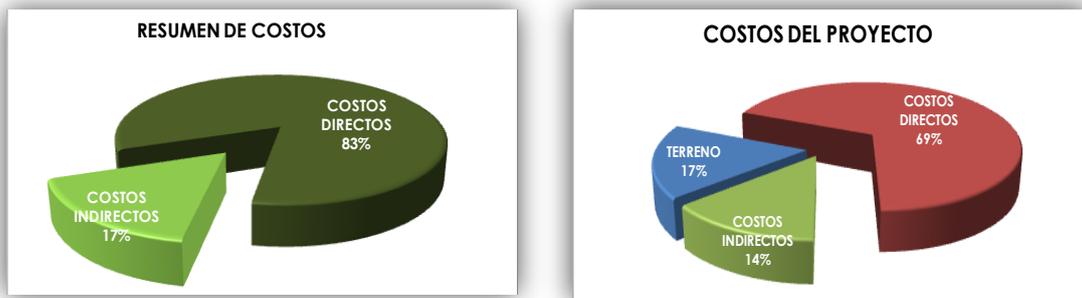
1. Costo total del proyecto.

A continuación se ilustra en un cuadro de la propuesta respecto de la incidencia que tienen en el costo del proyecto total, los costos del terreno y los costos directos e indirectos.

COD.	DETALLE	COSTO	INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL
1	TERRENO	\$399.767	17%
2	COSTOS DIRECTOS	\$1.580.437	69%
3	COSTOS INDIRECTOS	\$316.087	14%
4	TOTAL	\$2.296.291	100%

CUADRO 53 Análisis de costos del proyecto con el terreno.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011



ILUSTRACION 71 Incidencia del costo del terreno en el proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011



El rubro de los costos indirectos constituye el 20% de los costos indirectos. Normalmente este valor convencional está situado desde un 10%-15%; sin embargo sobre la base del estado de Corbal, se estipula en de 5 a 10 puntos adicionales.

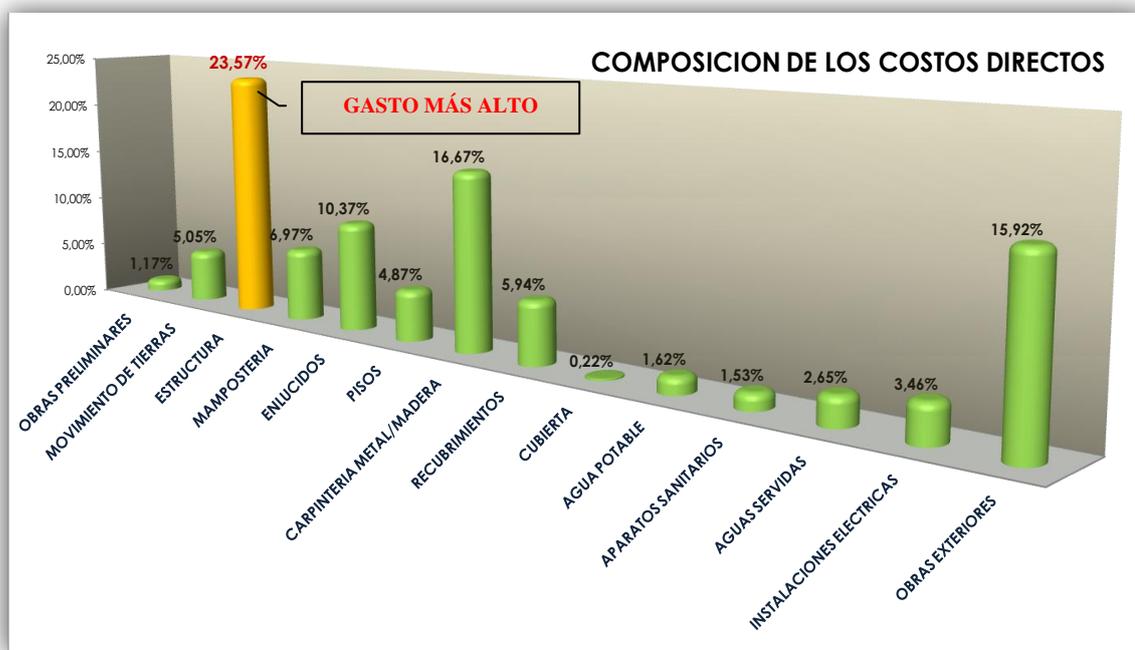
Este porcentaje debe acercarse al 10%. Su consecución están basados en la planeación estratégica de la empresa; eficiencia y eficacia en los procesos de gestión, calidad, riesgos y otros relacionados con la administración y operación del producto inmobiliario; el estilo gerencial y el desarrollo del talento humano. Es importante realizar la sugerencia de la incorporación de un sistema de Gestión que maximice las ganancias y minimize las pérdidas.

2. Costos Directos del proyecto (CD).

Los costos totales no han tenido un cambio significativo para variar su incidencia ya que están manejados respecto de los valores fijados en la Cámara de Construcción de Quito.

COD.	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL DEL PROYECTO	INCIDENCIA EN COSTOS DIRECTOS
1	OBRAS PRELIMINARES	18.491	0,81%	1,17%
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS	79.858	3,48%	5,05%
3	ESTRUCTURA	372.463	16,22%	23,57%
4	MAMPOSTERIA	110.104	4,79%	6,97%
5	ENLUCIDOS	163.817	7,13%	10,37%
6	PISOS	77.029	3,35%	4,87%
7	CARPINTERIA METAL/MADERA	263.518	11,48%	16,67%
8	RECUBRIMIENTOS	93.845	4,09%	5,94%
9	CUBIERTA	3.424	0,15%	0,22%
10	AGUA POTABLE	25.641	1,12%	1,62%
11	APARATOS SANITARIOS	24.140	1,05%	1,53%
12	AGUAS SERVIDAS	41.880	1,82%	2,65%
13	INSTALACIONES ELECTRICAS	54.662	2,38%	3,46%
14	OBRAS EXTERIORES	251.566	10,96%	15,92%
15	TOTAL COSTOS DIRECTOS (CD)	1.580.437	68,83%	100,00%
16	COSTOS INDIRECTOS: 20% DE CD	316.087		
17	TOTAL	1.896.524		

CUADRO 54 Costos directos del proyecto. Incidencia en el costo total y los costos directos del proyecto.
Elaboración: Edison Pérez – Inmobiliaria Corbal; Octubre del 2011



ILUSTRACION 72 Composición de costos directos del proyecto.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011



Los costos directos representan respecto del costo total del proyecto el 69% ;
mientras que los costos indirectos representan el 14%

Los costos indirectos representan el 20%
del total de los costos directos.

El gasto directo más alto es la estructura con el 23%, mientras que el gasto
indirecto más alto es la publicidad con el 29%.

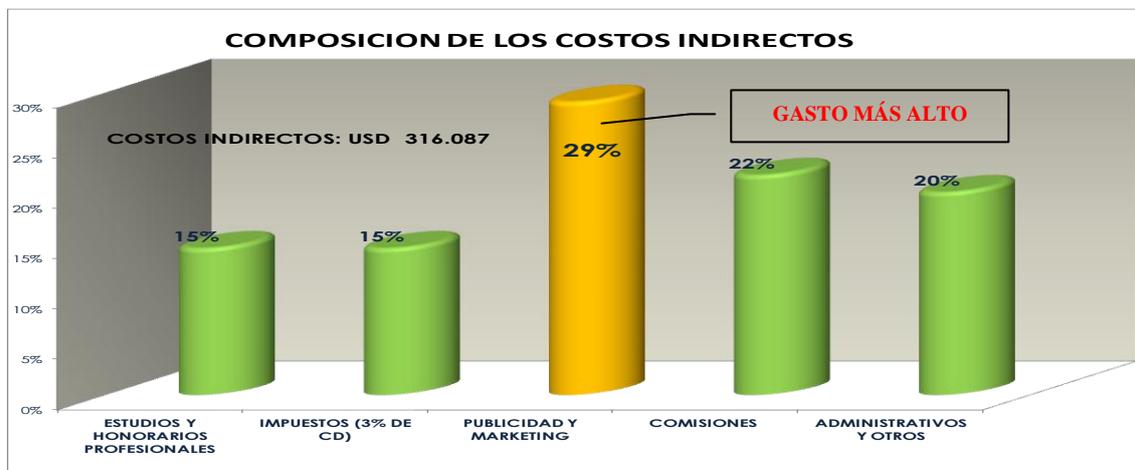
3. Costos Indirectos del proyecto (CI).

Los costos indirectos han sido modificados; su incidencia en el costo total del proyecto es menor y llega a un 14%. Se recomienda la optimización de recursos e integrar un sistema de gestión que permita tener depurado y monitoreado los procesos operativos y administrativos. Adicionalmente se ha detectado que alrededor de un 6% adicional estaba incluido en este rubro como un colchón para solventar errores y minimizar pérdidas; para fines de maximizar el rédito financiero del proyecto sacrificaremos éste "colchón" y hemos de aumentar la eficiencia y eficacia para disminuir especialmente costos indirectos y optimizar los rubros de costos directos.

COD.	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL	INCIDENCIA EN COSTOS INDIRECTOS
1	ESTUDIOS Y HONORARIOS PROFESIONALES	45.926	2,00%	15%
2	IMPUESTOS (3% DE CD)	45.926	2,00%	15%
4	PUBLICIDAD Y MARKETING	91.852	4,00%	29%
5	COMISIONES	68.889	3,00%	22%
6	ADMINISTRATIVOS Y OTROS	63.495	3,00%	20%
7	TOTAL	316.087	14%	100%

CUADRO 55 Incidencia en el costo total y los costos indirectos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar – Inmobiliaria Corbal; Junio del 2011



ILUSTRACION 73 Composición de costos indirectos del proyecto.

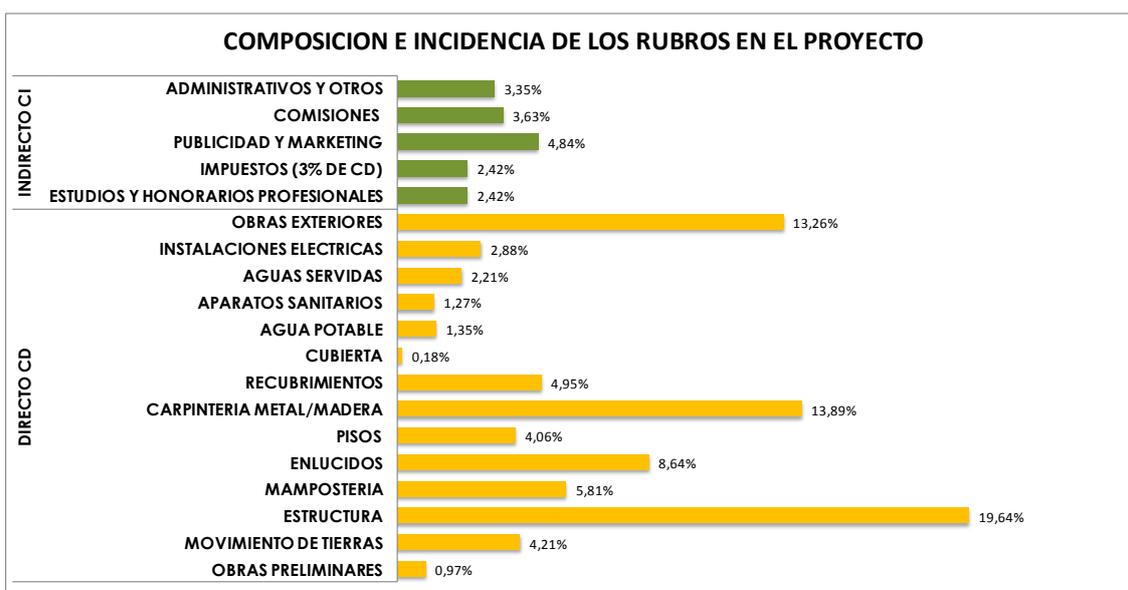
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011

4. Incidencia de los rubros de los costos directos e indirectos sobre la totalidad del total de costos en el proyecto.

COD.	COSTO	DESCRIPCION	COSTO (USD)	INCIDENCIA EN CD+CI
1	DIRECTO CD	OBRAS PRELIMINARES	18.491	0,97%
2		MOVIMIENTO DE TIERRAS	79.858	4,21%
3		ESTRUCTURA	372.463	19,64%
4		MAMPOSTERIA	110.104	5,81%
5		ENLUCIDOS	163.817	8,64%
6		PISOS	77.029	4,06%
7		CARPINTERIA METAL/MADERA	263.518	13,89%
8		RECUBRIMIENTOS	93.845	4,95%
9		CUBIERTA	3.424	0,18%
10		AGUA POTABLE	25.641	1,35%
11		APARATOS SANITARIOS	24.140	1,27%
12		AGUAS SERVIDAS	41.880	2,21%
13		INSTALACIONES ELECTRICAS	54.662	2,88%
14		OBRAS EXTERIORES	251.566	13,26%
17	INDIRECTO CI	ESTUDIOS Y HONORARIOS PROFESIONALES	45.926	2,42%
18		IMPUESTOS (3% DE CD)	45.926	2,42%
19		PUBLICIDAD Y MARKETING	91.852	4,84%
20		COMISIONES	68.889	3,63%
21		ADMINISTRATIVOS Y OTROS	63.495	3,35%
23	TOTAL		1.896.524	100,00%

CUADRO 56 Incidencia de los rubros de costos en el total de los costos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011



ILUSTRACION 74 Incidencia de los rubros de costos en los costos del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

5. El costo directo, el indirecto y el precio de venta por m2. Margen operacional.

Acorde a los puntos 3 y 4 de éste capítulo podemos realizar la siguiente relación:

DETALLE	POR METRO CUADRADO USD	TOTAL POR CASA PROMEDIO (102 M2) USD	TOTAL DEL PROYECTO USD	MARGEN OPERACIONAL USD	MARGEN OPERACIONAL %
TOTAL COSTOS DIRECTOS (CD)	535	58.155	1.580.437	903.070	47,62%
COSTOS INDIRECTOS: 20% DE (CD)	107	15.248	316.087		
COSTO TOTAL DE CONSTRUCCION	641	73.402	1.896.524		
PRECIO DE VENTA PROYECTADO A NOVIEMBRE DEL DEL 2011 DE LOS LOCALES COMERCIALES DEL CONJUNTO (INCLUYE PRORRATEO DE COSTO DE ESTACIONAMIENTOS)	1.200	211	252.800		
PRECIO DE VENTA A JUNIO DEL 2011 DE LAS CASAS DEL CONJUNTO	861	87.820	2.546.794		

CUADRO 57 Margen operacional y relación precio de venta con costos de construcción.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

6. Utilidad Real: Rentabilidad

Una vez determinado el margen operacional; que resultado de la diferencia entre los ingresos totales por concepto de ventas **DE LAS CASAS, LOS LOCALES DE COMERCIO Y LOS ESTACIONAMIENTOS DE COMERCIO** y la suma de los costos directos e indirectos, el procedimiento para obtener la utilidad real de la inversión del producto inmobiliario B.J. "La Quinta" es restar al margen el costo del terreno; ya señalado en el numeral referido al método residual.

COD	DETALLE	FORMULA	USD
1	COSTO TOTAL DE LA CONSTRUCCION (CT) (INCLUYE COSTOS DIRECTOS (CD) E INDIRECTOS (CI))	$CT=CD+CI$	1.896.524
2	COSTO DEL TERRENO (T)	METODO RESIDUAL	399.767
3	INGRESOS POR VENTAS (IV) (CALCULO EN BASE AL PRECIO DE VENTA DE OCTUBRE DEL 2011)	PRODUCTO TOTAL DE LAS VENTAS	2.799.594
4	COSTO TOTAL DEL PROYECTO (CTP) (CD+CI+TERRENO)	$CT + T: (1) + (2)$	2.296.291
5	UTILIDAD	INGRESOS TOTALES - COSTO TOTAL DEL PROYECTO	503.303
6	RENTABILIDAD	UTILIDAD / COSTO TOTAL DEL PROYECTO	21,92%
7	MARGEN OPERACIONAL (MO) - UTILIDAD	UTILIDAD / INGRESOS TOTALES	17,98%

CUADRO 58 Cálculo de utilidad real respecto del costo total del proyecto (CD+CI+TERRENO).

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011



Realizando un análisis respecto de la situación de la composición de los costos directos e indirectos, se pudo rescatar que en el presupuesto original se incluían los rubros correspondientes a costos indirectos (honorarios, impuestos, publicidad, comisión por ventas, gastos administrativos) dentro de costos indirectos; y que adicionalmente se aumentaba un 20% de los costos directos como costos indirectos. Hemos de reducir este porcentaje.

Este programa de costos infla el costo final del proyecto y lo que se busca a través de esto es generar un colchón para mitigar riesgos y cubrir errores en los procesos de gestión operativos y administrativos de la empresa. Finalmente este monto es asignado al comprador.

De igual manera, del estudio de costos se ha podido advertir que el costo erogado y necesario para la construcción de los locales comerciales y estacionamientos de comercio han sido prorrateados y asignados proporcionalmente al precio de venta de las casas. Entonces es necesario integrar a los locales comerciales con su correspondiente ingreso de ventas.

Fue un "error" basado en la estrategia de ventas la cual dejaba al último la venta de los locales comerciales; y no considerar su ingreso por ventas en el análisis financiero.

Habiendo identificado estos detalles en costos el proyecto adquiere una mayor significancia económica con márgenes aceptables para un producto inmobiliario que llaman a una viabilidad financiera.

B. Análisis Financiero

Para poder continuar con el análisis financiero es necesario atender a dos condiciones analizadas y consideradas en:

- ✚ Capítulo IV, Literal C, numeral 8, del Cronograma de Obra; y,
- ✚ Capítulo V, Literal C, numerales 2 y 4, del Cronograma de Ventas y conclusiones.
- ✚ Costo de oportunidad del 20%.

Se ha definido ya en estos estudios precedentes los cronogramas de obra y ventas. En el caso del primero únicamente se ajustará los costos obtenidos en este capítulo pero se respetará los tiempos asignados a las actividades y rubros; mientras que para el segundo se respetará las condiciones planteadas en el cronograma 2 que se vio que es el más adecuado para este producto inmobiliario.

PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"

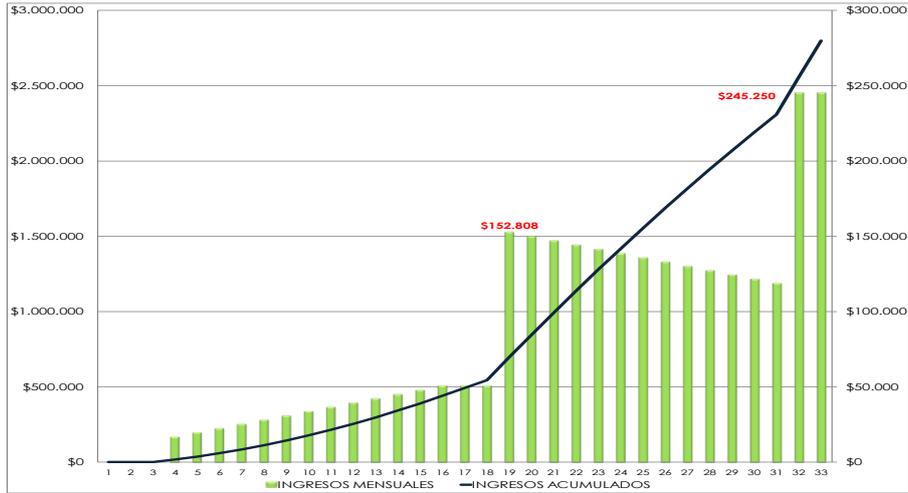


RUBRO	COSTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33	
TERRENO	399.767	399.767																																	
COSTOS DIRECTOS	1.580.437																																		
OBRAS PRELIMINARES	18.491																		14.792	3.698															
MOVIMIENTO DE TIERRAS	79.858																		59.894	19.965															
ESTRUCTURA	372.463																				286.510	34.381	34.381	17.191											
MAMPOSTERIA	110.104																						30.028	40.038	40.038										
ENLUCIDOS	163.817																						31.274	41.699	41.699	21.842	21.842	5.461							
PISOS	77.029																					55.461	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081						
CARPINTERIA METAL/MADERA	263.518																								49.410	143.111	46.420	15.456	9.122						
RECUBRIMIENTOS	93.845																								70.970	7.038	7.038	7.038	1.760						
CUBERTA	3.424																								2.589	257	257	257	64						
AGUA POTABLE	25.641																						15.385	5.128	5.128										
APARATOS SANITARIOS	24.140																										17.803	3.621	2.716						
AGUAS SERVIDAS	41.880																					21.987	7.329	7.538	5.026										
INSTALACIONES ELECTRICAS	54.662																						32.797	4.859	4.859	4.859	4.859	2.429							
OBRAS EXTERIORES	251.566																			2.893	5.786	90.564	30.188	55.848	14.339	5.786	8.553	18.804	15.044	3.761					
COSTOS INDIRECTOS	316.087																																		
ESTUDIOS Y HONORARIOS PROF.	45.926	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	1.531	7.654	7.654	7.657																
IMPUESTOS (3% DE CD)	45.926																			4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175	4.175			
PUBLICIDAD Y MARKETING	91.852						2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	2.120	
COMISIONES	68.889						2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	2.870	
ADMINISTRATIVOS Y OTROS	63.495																			5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	5.772	
TOTAL EGRESOS	401.298	1.531	1.531	1.531	1.531	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	6.521	12.644	12.644	12.647	96.242	334.622	221.055	203.126	194.044	206.392	110.936	207.404	119.956	57.689	34.262	0	0	0	0		
EGRESOS ACUMULADOS	401.298	402.828	404.359	405.890	407.421	413.941	420.462	426.983	433.503	440.024	446.545	453.066	459.586	466.107	472.628	479.148	485.670	492.191	510.563	606.805	941.426	1.162.482	1.365.608	1.559.653	1.766.045	1.876.981	2.084.385	2.204.341	2.262.030	2.296.292	2.296.292	2.296.292	2.296.292		
FLUJO DE CAJA	-401.298	-1.531	-1.531	15.448	18.278	16.117	18.947	21.777	24.607	27.437	30.266	33.096	35.926	38.756	41.585	38.292	38.292	38.289	56.566	-184.644	-73.907	-58.808	-52.556	-67.733	24.893	-74.405	10.214	69.651	90.248	121.680	118.850	245.250	245.250		
UTILIDAD ACUMULADA	-401.298	-402.828	-404.359	-388.911	-370.634	-354.516	-335.569	-313.792	-289.185	-261.749	-231.482	-198.386	-162.460	-123.705	-82.119	-43.828	-5.536	32.753	89.319	-95.325	-169.232	-228.040	-280.596	-348.329	-323.436	-397.841	-387.628	-317.977	-227.729	-106.049	12.801	258.051	503.301		

CUADRO 60 Egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto respecto del plan de ventas 2.

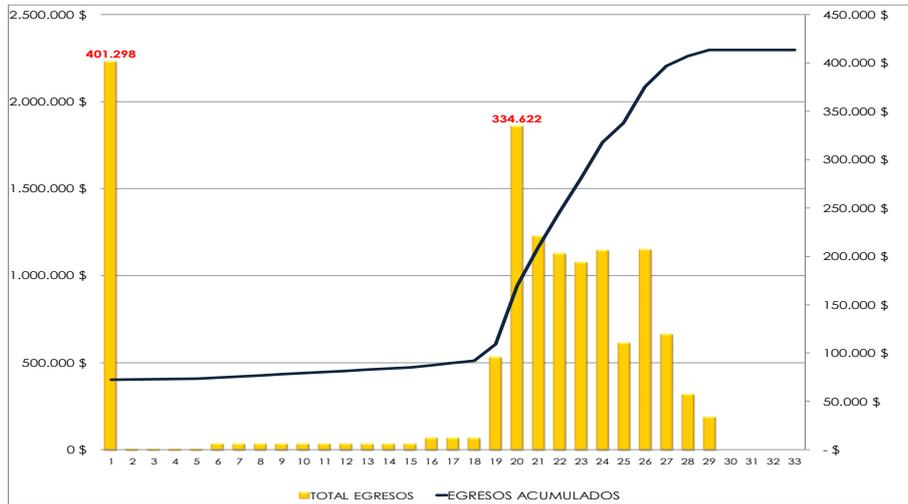
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.





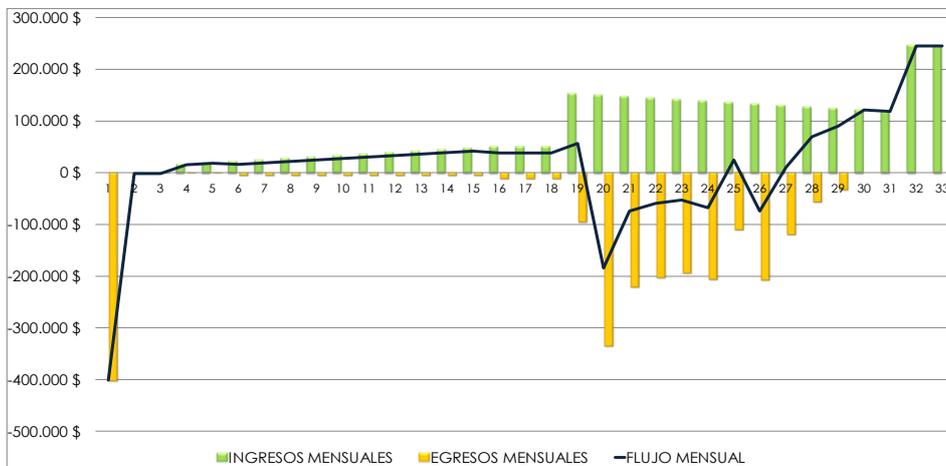
ILUSTRACION 75 Ingresos mensuales y acumulados del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



ILUSTRACION 76 Egresos mensuales y acumulados del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



ILUSTRACION 77 Ingresos, egresos mensuales y acumulados y flujo de caja mensual del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



De los datos expuestos se ha de considerar para la evaluación:

TASA DE DESCUENTO	20%	ANUAL	VAN	\$222.761
	1,53%	MENSUAL		



El total de ingresos acumulados (ventas) del proyecto es de \$2.799.593

El ingreso más alto se registra en los últimos meses; que corresponden a la venta masiva de los locales comerciales.

Los meses de mayores egresos se presentan en los meses 1 y 20, que corresponden a la compra de terreno y el inicio de la construcción respectivamente.

El total de egresos acumulados (costos directos+indirectos+terreno) del proyecto es de \$2.296.292.

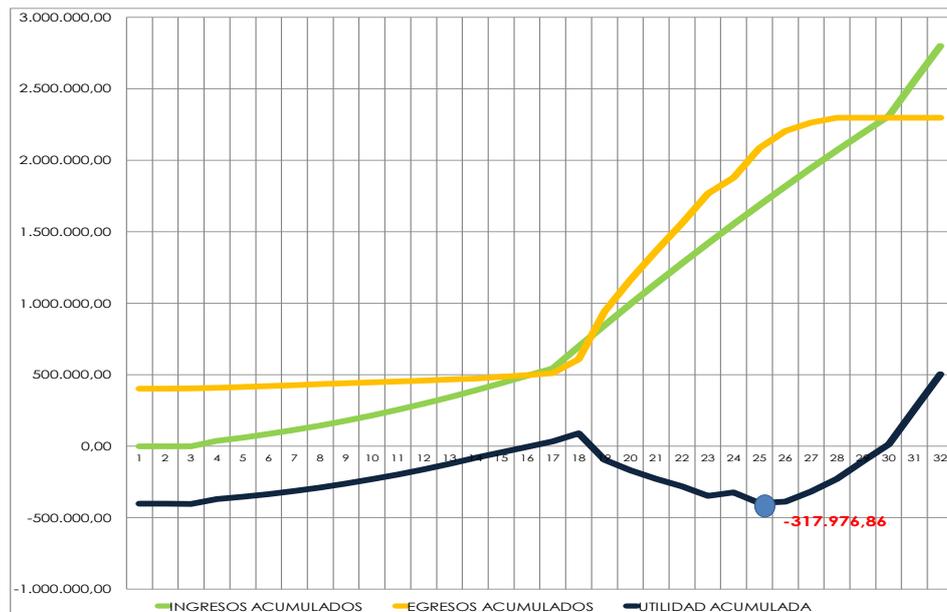
La utilidad acumulada (ingresos acumulados -egresos acumulados) producto del proyecto inmobiliario es \$503.301. El margen de utilidad corresponde al 17,98, aceptable en el negocio inmobiliario.

El VAN es positivo, \$222.761

CONCLUSION 11 Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

2. Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.



ILUSTRACION 78 Ingresos, Egresos y Utilidad acumulada del proyecto.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.

De la ilustración que nos muestra el desarrollo de los acumulados de ingresos, egresos y utilidad se desprende una información fundamental.

Podemos advertir que la mayor inversión se presenta en el mes 25 y es de \$317.976.

3. Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto puro: recursos propios.

INGRESOS ACUMULADOS	\$2.799.593
EGRESOS ACUMULADOS	\$2.296.292
UTILIDAD ACUMULADA	\$503.301
MARGEN	17,98%
SENSIBILIDAD	21,92%

CUADRO 61 Margen de utilidad del proyecto puro.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011

Con el análisis financiero y en las condiciones dadas, se concluye que el proyecto puro sin apalancamiento es viable.

D. ANÁLISIS DINÁMICO.

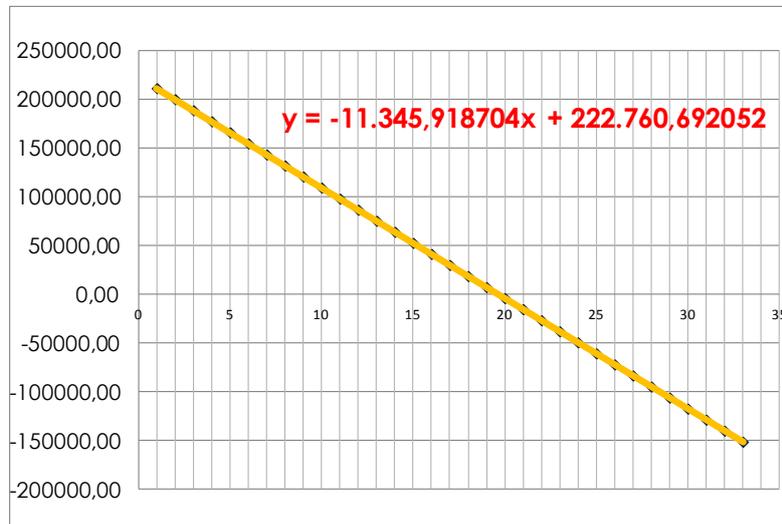
1. Análisis de la sensibilidad a un mayor costo directo de construcción.

COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION (CD)	\$ 1.580.437
INGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$2.799.593
EGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$2.296.292
FLUJO MENSUAL PROYECTO PURO	\$2.799.593
PORCENTAJE DE VARIACION EN EL COSTO DIRECTO	19,63
DIFERENCIA POR VARIACION RESPECTO DEL COSTO DIRECTO	\$ 310.295,93
NUEVO SALDO DE CAJA MENSUAL BASE CON VARIACION	\$ 193.005,45

CUADRO 62 Sensibilidad a costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

El análisis financiero realizado nos demuestra que el proyecto no es sensible a la subida de los costos directos. Es decir cuando el VAN se hace 0; podría considerarse una subida en los costos directos en un 19,63% equivalente a USD 310.295.



ILUSTRACION 79 Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

La ecuación de la recta producto de la variación de costos directos de construcción nos proporciona el valor porcentual en el que el VAN se hace cero y que constituye el límite para subir los costos; y resulta de la división entre 222.760,692052 y 11.345,918704, el producto es **19,63 %**.

2. Análisis de la sensibilidad a un menor precio de venta.

COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION (CD)	\$ 1.580.437
INGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$2.799.593
EGRESOS MENSUALES PROYECTO PURO	\$2.296.292
FLUJO MENSUAL PROYECTO PURO	\$2.799.593
PORCENTAJE DE VARIACION EN EL PRECIO	-24,76
DIFERENCIA POR VARIACION RESPECTO DEL PRECIO	\$ 693.044,87
NUEVO SALDO DE CAJA MENSUAL BASE CON VARIACION	\$ 516.062.730

ILUSTRACION 80 Sensibilidad a costo mayor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011

El análisis financiero realizado nos demuestra que el proyecto puede considerar una baja en el precio de hasta un 24,76% de los costos directos, equivalente a un valor de USD 693.044.



ILUSTRACION 81 Ecuación de la recta: el VAN respecto de la sensibilidad a un precio menor.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Junio del 2011.

La ecuación de la recta producto de la variación de precios de venta nos proporciona el valor porcentual en el que el VAN se hace cero y que constituye el límite para bajar los precios; y resulta de la división entre 227.649,55 y 9196,03 el producto es **24,76%**.

3. Análisis de la sensibilidad al apalancamiento (crédito al constructor).

Como ya habíamos visto en el análisis financiero del proyecto puro de ésta propuesta, el margen de utilidad y el VAN otorgan unas claras señales sobre la viabilidad del proyecto.

Sin embargo de ello, en las siguientes páginas hemos de buscar si a través del apalancamiento u otorgamiento de un crédito al constructor; se logra un mejor beneficio al promotor y constructor inmobiliario, evidenciado en los indicadores del VAN y el margen de utilidad en el proyecto.

Para ello, se ha de plantear en general las siguientes consideraciones:

- ✚ Para este ejercicio académico se ha de considerar como entidad financiera para otorgamiento del crédito al BIESS.
- ✚ El monto de crédito es de máximo el 60% del costo total del proyecto. (CD+CI+Terreno)
- ✚ El plazo máximo es de 30 meses.
- ✚ El interés para el crédito es del 9,25% nominal anual, 0,97% efectivo mensual.



- ✚ La forma de pago (desembolsos) es propuesta por el constructor. Por ello, se ha de pagar inicial y mensualmente el interés del préstamo, para que al cierre del proyecto; en una última cuota, se pueda pagar el capital.
- ✚ Dado que el proyecto puro tiene una viabilidad clara y redituable, acogeremos de los escenarios de apalancamiento ya vistos en la propuesta original, el escenario 1. Esto se debe básicamente al análisis financiero que antecede y por el cual sabemos que la erogación más alta o inversión máxima corresponde a USD 317.956; y la cantidad solicitada a la entidad financiera corresponde al 20% equivalente a

a) *Escenario 1 de apalancamiento del proyecto.*

FINANCIAMIENTO RESPECTO DEL COSTO DEL PROYECTO		20%
COSTO PROYECTO	\$2.296.291	
TASA NOMINAL (BIESS - PLAZO 30 MESES)	9,25%	
TASA EFECTIVA (BIESS - PLAZO 30 MESES)	0,97%	
PRESTAMO TOTAL		\$459.258,20
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 1 AL MES 1	100,00%	\$459.258
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 2	0,00%	\$0
PRESTAMO BANCARIO - DESEMBOLSO 3	0,00%	\$0

CUADRO 63 Parámetros de crédito para apalancamiento. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011

- (1) Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"



	INGRESOS POR VENTAS																																							
	PLAN DE VENTAS																																							
	PLANIFICACION			PROMOCION Y VENTAS															CONSTRUCCION								CIERRE													
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2	3	4							
PERIODO DE VENTAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33							
MES 1				\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$118.850																						
MES 2					\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$118.850																						
MES 3						\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																			
MES 4							\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																		
MES 5								\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																	
MES 6									\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850																
MES 7										\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850															
MES 8											\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850														
MES 9												\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850													
MES 10													\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850												
MES 11														\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850											
MES 12															\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850										
MES 13																\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850									
MES 14																	\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850								
MES 15																		\$16.979	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830	\$2.830			\$118.850						\$118.850	
MES 16																																							\$126.400	\$126.400
MES 17																																								
MES 18																																								
INGRESOS MENSUALES	\$0	\$0	\$0	\$16.979	\$19.808	\$22.638	\$25.468	\$28.298	\$31.127	\$33.957	\$36.787	\$39.617	\$42.447	\$45.276	\$48.106	\$50.936	\$50.936	\$50.936	\$50.936	\$52.808	\$149.978	\$147.148	\$144.318	\$141.489	\$138.659	\$135.829	\$132.999	\$130.169	\$127.340	\$124.510	\$121.680	\$118.850	\$245.250	\$245.250						
INGRESOS ACUMULADOS	\$0	\$0	\$0	\$16.979	\$36.787	\$59.425	\$84.893	\$113.191	\$144.318	\$178.276	\$215.063	\$254.679	\$297.126	\$342.402	\$390.508	\$441.445	\$492.381	\$543.316	\$596.124	\$646.102	\$693.250	\$1.137.568	\$1.279.057	\$1.417.716	\$1.553.545	\$1.686.544	\$1.816.713	\$1.944.053	\$2.068.563	\$2.190.243	\$2.309.093	\$2.554.344	\$2.799.594							
INGRESOS POR FINANCIAMIENTO	\$478.917																																							
ING. FIN. MENSUALES	\$478.917	\$0	\$0	\$16.979	\$19.808	\$22.638	\$25.468	\$28.298	\$31.127	\$33.957	\$36.787	\$39.617	\$42.447	\$45.276	\$48.106	\$50.936	\$50.936	\$50.936	\$50.936	\$52.808	\$149.978	\$147.148	\$144.318	\$141.489	\$138.659	\$135.829	\$132.999	\$130.169	\$127.340	\$124.510	\$121.680	\$118.850	\$245.250	\$245.250						
ING. FIN. ACUMULADOS	\$478.917	\$478.917	\$478.917	\$495.895	\$515.704	\$538.342	\$563.810	\$592.108	\$622.235	\$657.192	\$693.979	\$733.596	\$776.043	\$821.319	\$869.425	\$920.361	\$971.297	\$1.022.233	\$1.175.041	\$1.325.019	\$1.472.167	\$1.616.485	\$1.757.974	\$1.896.632	\$2.032.461	\$2.165.461	\$2.295.630	\$2.422.970	\$2.547.480	\$2.669.140	\$2.788.010	\$3.033.260	\$3.278.511							

CUADRO 64 Ingresos del proyecto apalancado, escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



PLAN DE NEGOCIOS: CONJUNTO B.J. "LA QUINTA"

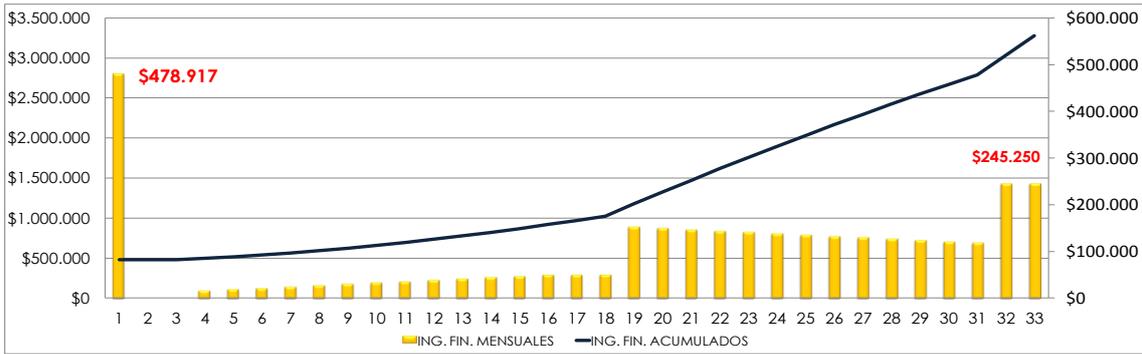


RUBRO	COSTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22	MES 23	MES 24	MES 25	MES 26	MES 27	MES 28	MES 29	MES 30	MES 31	MES 32	MES 33	
TERRENO	\$399.767	\$399.767																																	
COSTOS DIRECTOS	1.580.436,97																																		
OBRAS PRELIMINARES	\$18.491																			\$14.792	\$3.698														
MOVIMIENTO DE TIERRAS	\$79.858																			\$59.894	\$19.965														
ESTRUCTURA	\$372.463																				\$286.510	\$34.381	\$34.381	\$17.191											
MAMPOSTERIA	\$110.104																						\$30.028	\$40.038	\$40.038										
ENLUCIDOS	\$163.817																						\$31.274	\$41.699	\$41.699	\$21.842	\$21.842	\$5.461							
PISOS	\$77.029																					\$55.461	\$3.081	\$3.081	\$3.081	\$3.081	\$3.081	\$3.081	\$3.081	\$3.081					
CARPINTERIA METAL/MADERA	\$263.518																								\$49.410	\$143.111	\$46.420	\$15.456	\$9.122						
RECUBRIMIENTOS	\$93.845																							\$70.970	\$7.038	\$7.038	\$7.038	\$1.760							
CUBIERTA	\$3.424																							\$2.389	\$257	\$257	\$257	\$64							
AGUA POTABLE	\$25.641																						\$15.385	\$5.128	\$5.128										
APARATOS SANITARIOS	\$24.140																										\$17.803	\$3.621	\$2.716						
AGUAS SERVIDAS	\$41.880																					\$21.987	\$7.329	\$7.538	\$5.026										
INSTALACIONES ELECTRICAS	\$54.662																						\$32.797	\$4.859	\$4.859	\$4.859	\$4.859	\$2.429							
OBRAS EXTERIORES	\$251.566																			\$2.893	\$5.786	\$90.564	\$30.188	\$55.848	\$14.339	\$5.786	\$8.553	\$18.804	\$15.044	\$3.761					
COSTOS INDIRECTOS	\$414.379																																		
ESTUDIOS Y HONORARIOS	\$21.556	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$719	\$3.593	\$3.593	\$3.593																
IMPUESTOS	\$2.778																			\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253	\$253		
FONDO DE GARANTIA	\$22.730																			\$22.730															
PUBLICIDAD	\$12.093,54						\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	
COMISIONES	\$39.134						\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	\$1.631	
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OTROS	\$316.087																			\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	\$28.735	
FINANCIAMIENTO CAPITAL	\$478.917																																		\$478.917
FINANCIAMIENTO INTERESES	\$152.349	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	\$4.623	
GASTOS PARA EL CREDITO	\$14.368	\$14.368																																	
TOTAL EGRESOS	\$419.476	\$419.476	\$5.341	\$5.341	\$5.341	\$5.341	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$7.623	\$10.497	\$10.497	\$33.227	\$113.150	\$351.530	\$237.964	\$220.034	\$210.953	\$223.300	\$127.844	\$224.312	\$136.844	\$74.597	\$530.088	\$0	\$0	\$0	\$0	
EGRESOS ACUMULADOS	\$419.476	\$424.817	\$430.158	\$435.499	\$440.841	\$446.184	\$451.525	\$456.867	\$462.208	\$467.550	\$472.891	\$478.233	\$483.574	\$488.916	\$494.258	\$499.600	\$504.941	\$510.283	\$515.625	\$520.967	\$526.309	\$531.651	\$536.993	\$542.335	\$547.677	\$553.019	\$558.361	\$563.703	\$569.045	\$574.387	\$579.729	\$585.071	\$590.413	\$595.755	

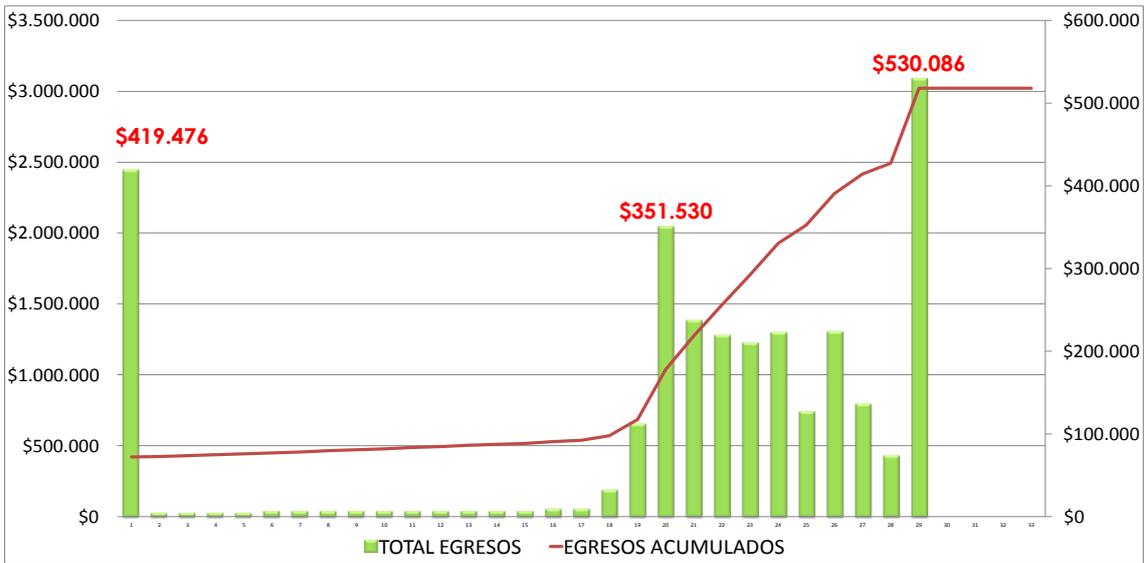
CUADRO 65 Egresos, flujo de caja y utilidad del proyecto apalancado, escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.

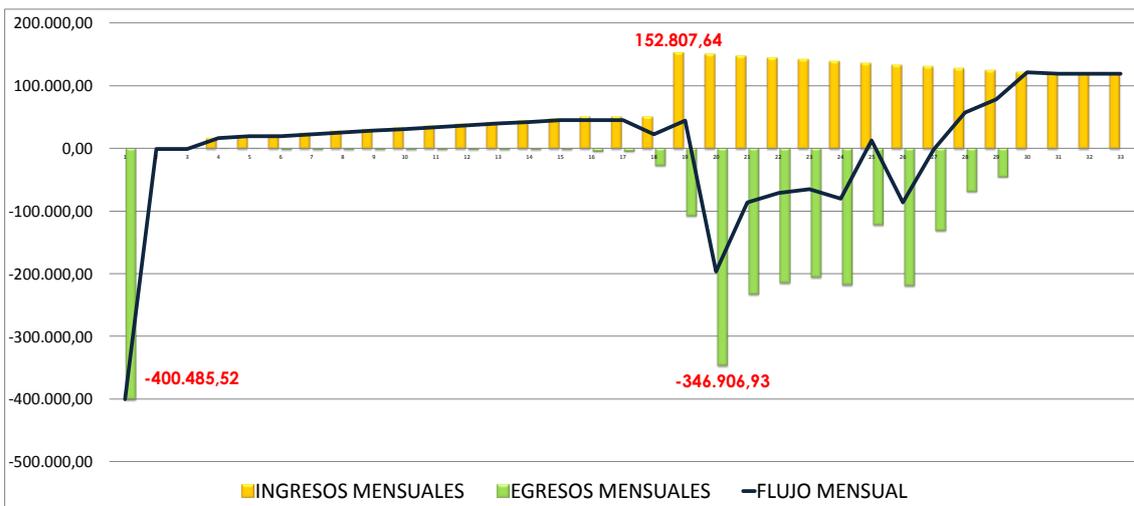




CUADRO 66 Ingresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



CUADRO 67 Egresos mensuales y acumulados del proyecto apalancado, escenario 1.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



CUADRO 68 Ingresos con financiamiento mensuales, egresos con financiamiento mensual y flujo de caja con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.
Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



De los datos expuestos se ha de considerar para la evaluación:

TASA DE DESCUENTO	20%	ANUAL	VAN	\$202.513
	1,53%	MENSUAL		



Los ingresos más altos se registran en el primero y último mes y corresponden al primer desembolso del banco por concepto de crédito al constructor y a la venta tardía (intencional) de los locales y estacionamientos de comercio.

Los meses de mayores egresos se presentan en los meses 1 de compra del terreno; 19 de comienzo de la construcción; y, 28 de cierre y pago del capital a la entidad financiera que realizó el crédito al constructor.

El total de egresos acumulados (costos directos+indirectos+terreno) del proyecto es de \$3.021.926; el total de ingresos acumulados (ventas y crédito) es de \$3.278.511

La utilidad acumulada (ingresos acumulados -egresos acumulados) producto del proyecto inmobiliario es \$256.585. El margen de utilidad corresponde al 7,83%; más bajo que sin apalancamiento.

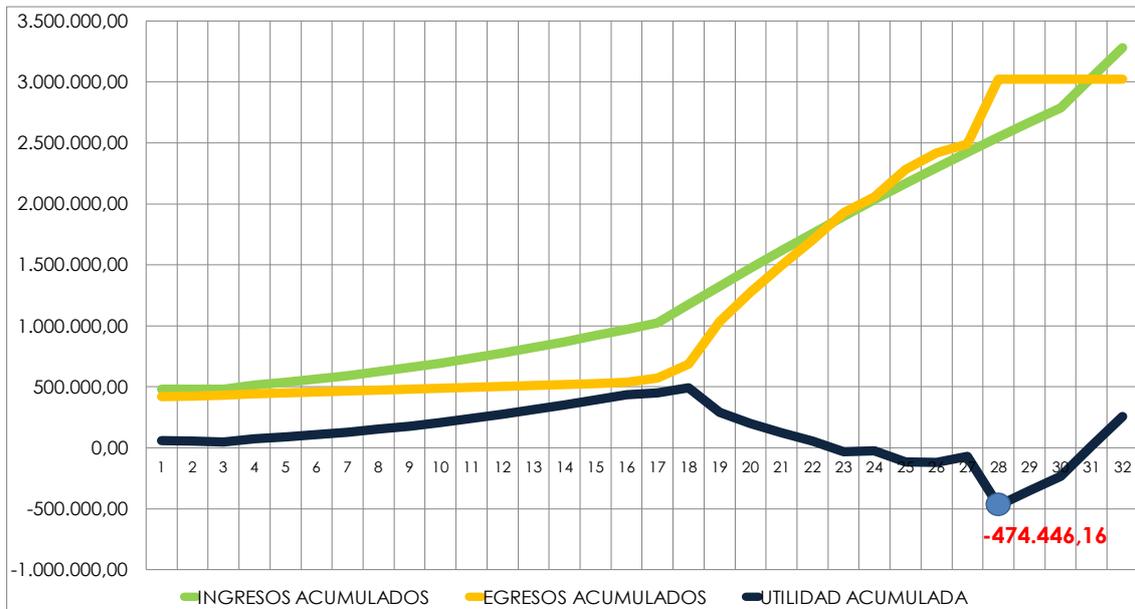
El VAN es de \$202.513, mayor que sin apalancamiento.

CONCLUSION 12 Ingresos mensuales y acumulados, egresos mensuales y acumulados, flujo de caja y utilidad acumulada con apalancamiento. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.

(2) Ingresos acumulados, egresos acumulados y utilidad acumulada.

Escenario 1.



ILUSTRACION 82 Ingresos con financiamiento acumulados, egresos con financiamiento acumulados y utilidad con financiamiento del proyecto apalancado, escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.



Podemos advertir en la ilustración anterior que la mayor inversión se presenta en el mes 28 y es de \$474.446.

(3) Margen de utilidad o rentabilidad del proyecto apalancado, Escenario 1.

INGRESOS ACUMULADOS	\$3.278.511
EGRESOS ACUMULADOS	\$3.021.926
UTILIDAD ACUMULADA	\$256.585
MARGEN	7,83%
SENSIBILIDAD	8,49%

CUADRO 69 Margen de utilidad del proyecto apalancado. Escenario 1.

Elaboración: Edison Pérez Salazar; Octubre del 2011.

Con apalancamiento el VAN del proyecto mejora; sin embargo el margen es menor.

Se concluye entonces que el proyecto apalancado en su primer escenario no es más redituable que el proyecto sin apalancamiento.





VII. GERENCIA



Inmobiliaria Internacional Corbal Cía. Ltda. es una empresa promotora y constructora de proyectos inmobiliarios presente en el mercado alrededor de 36 años y que ha generado varios proyectos enfocados a la vivienda en la ciudad de Quito.

Al construir un plan de negocio alrededor de una misión bien creada, Corbal conseguirá usar sus recursos efectivamente. En otras palabras, una misión ayuda a que la compañía pase de "tratar de hacer las cosas bien" a "hacer lo correcto".

Es primordial entonces enfocar en primera instancia el óptimo caminar de la empresa. Por ello, se enfoca este capítulo al fortalecimiento de la empresa y al desarrollo de proyectos en base a la guía del PMBOK.

Sus proyectos se encaminarán dentro de las políticas, procedimientos y un sistema de gestión adecuado, cobijado en un estilo gerencial que genere un espacio y un ambiente de trabajo productivo y de compromiso.

A. MISIÓN, VISIÓN Y SLOGAN¹ ORGANIZACIONAL

"Somos una constructora sólida que satisface las necesidades habitacionales del mercado en un marco de respeto social, ambiental y ecológico basados en una política de innovación permanente adaptándonos a los cambios de las demandas de nuestro mercado".

"Ser un referente de gestión inmobiliaria efectiva para el mercado nacional e internacional por el resultado obtenido con nuestros clientes satisfechos, el equipo de profesionales competentes que hacen posible la compañía y las prácticas responsables de esta en el entorno".

Slogán: "Construyendo Hogares"

¹ Tomado del documento para revisión de la Misión, Visión y Slogan elaborado por la Inmobiliaria Internacional Corbal, 2011.



B. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

✚ *FODA: Análisis del ambiente externo: macro-entorno y de la industria (oportunidades y amenazas); y, análisis interno: (fortalezas y debilidades).*

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1.	Experiencia en la gestión de construcción y de comercialización.	1.	Estilo de gerencia y administración orientado al control, otorga menos poder y está menos orientado a compartir el poder.
2.	Posicionamiento en el mercado.	2.	Baja motivación y vinculación del personal.
3.	Imagen institucional.	3.	Falta de tecnificación y optimización de costos.
4.	Solvencia económica	4.	Débil proceso en los canales de distribución.

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1.	Mayor estabilidad y recuperación económica como un resultado de la dolarización.	1.	Política de gobierno agresiva y autoritaria que podría cambiar súbitamente las condiciones en el mercado inmobiliario.
2.	Crecimiento en la demanda de la vivienda.	2.	Déficit fiscal y en la balanza comercial que puede desestabilizar el mercado.
3.	Acuerdos y políticas que fortalecen y estimulan la adquisición de vivienda por parte del gobierno.	3.	Falta de ética y profesionalismo en la competitividad.
4.	Tasas de interés convenientes en instituciones estatales y tendientes a la baja en el mercado inmobiliario.	4.	Sistema financiero deficiente y altas tasas de interés.

✚ *FODA e inter-relaciones*

ANÁLISIS FODA		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
COD	RELACIÓN	NOMBRE
1	F1 - O1 y O4	INCREMENTAR NIVEL DE VENTAS
2	F1-O2 Y O2	PENETRAR CON NUEVOS PROYECTOS
3	D2 - A3	MEJORAR LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO
4	D3 - O2	REDUCIR COSTOS Y GASTOS





5	F2 y F3- A3	GESTIONAR LA CALIDAD DE PRODUCTOS
6	F3 - O3 y O2	MANTENER LA IMAGEN
7	D1 y D4 - O2	FORTALECER LA GESTIÓN DE PROCESOS
8	F4 y F2 - O2 y O3	INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO
9	F34- D4	MEJORAR INFRAESTRUCTURA Y LOGISTICA

C. OBJETIVOS E INDICADORES

✚ *Los objetivos permitirán establecer un resultado con el fin de acortar la distancia entre la situación actual y la situación deseada. Los objetivos definidos para el proyecto son realistas y alcanzables.*



D. ESTRUCTURACIÓN ESTRATÉGICA

✚ *Los indicadores permitirán aplicar medidas para determinar el éxito del proyecto. Los indicadores son utilizados continuamente para evaluar el desempeño y resultados del proyecto.*





OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		ENFOQUES			
COD	NOMBRE	PERSPECTIVA FINANCIERO	PERSPECTIVA DEL CLIENTE	PERSPECTIVA DE PROCESOS	PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE E INNOVACIÓN
1	INCREMENTAR NIVEL DE VENTAS	X			
2	PENETRAR CON NUEVOS PROYECTOS	X			
3	MEJORAR LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO				X
4	MINIMIZAR COSTOS	X			
5	GESTIONAR LA CALIDAD DE PRODUCTOS			X	
6	CONSOLIDAR LA IMAGEN CORPORATIVA		X		
7	FORTALECER LA GESTIÓN DE PROCESOS			X	
8	INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO		X		
9	MEJORAR INFRAESTRUCTURA Y LOGISTICA				X

	OBJETIVOS	INDICADORES
PERSPECTIVA FINANCIERO	INCREMENTAR NIVEL DE VENTAS	UTILIDAD NETA VERSUS VENTAS
	PENETRAR CON NUEVOS PROYECTOS	PROYECTOS EJECUTADOS/PROYECTOS PLANIFICADOS
	MINIMIZAR COSTOS	GASTOS DE OPERACIÓN/GASTOS DESEMBOLSADOS
PERSPECTIVA DEL CLIENTE	CONSOLIDAR LA IMAGEN CORPORATIVA	NUMERO DE CLIENTES SATISFECHOS VERSUS NUMERO DE PRODUCTOS INMOBILIARIOS VENDIDOS





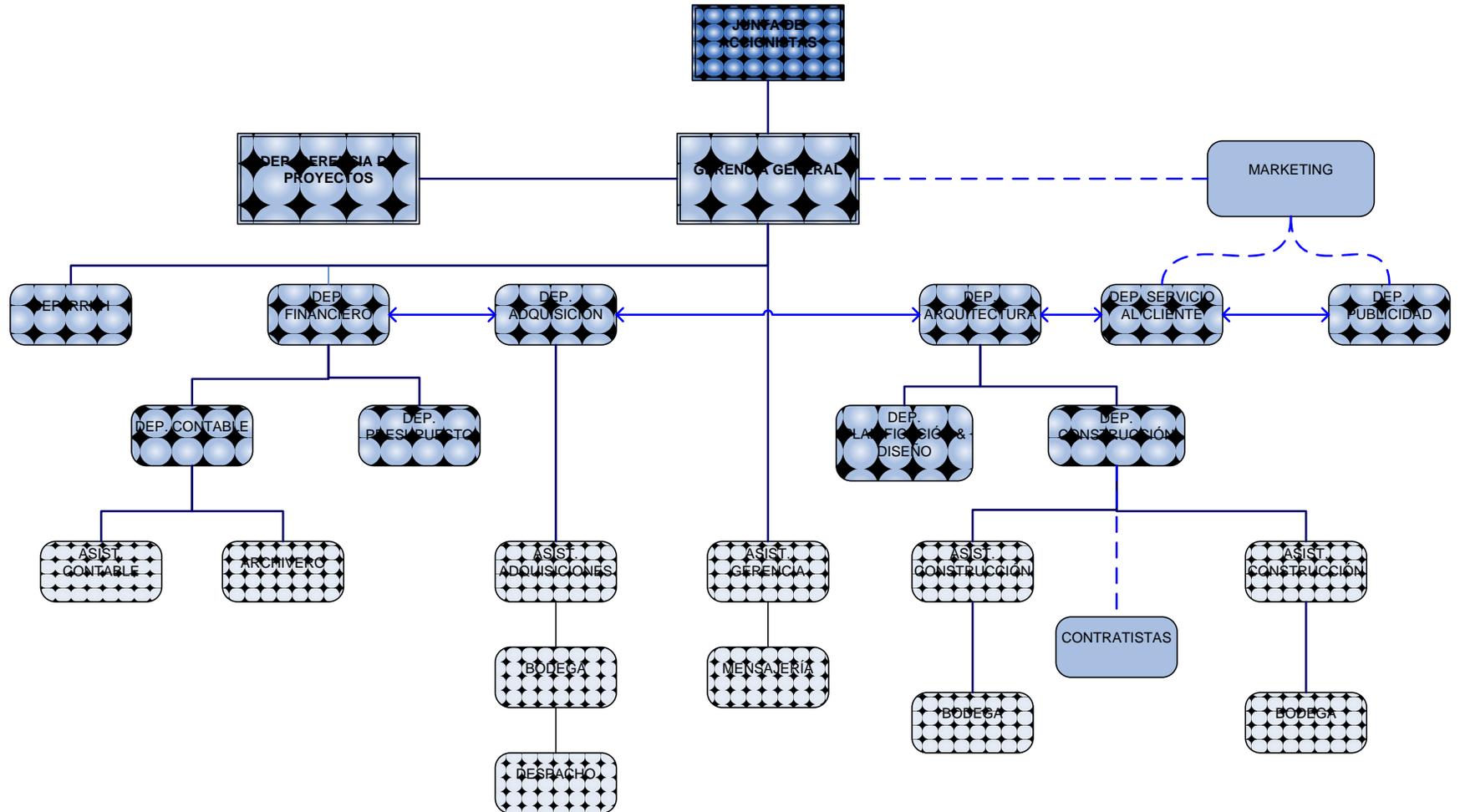
	INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	NUMERO DE PROYECTOS DESARROLLADOS VERSUS NUMERO DE PROYECTOS PLANIFICADOS EN LA INDUSTRIA
PERSPECTIVA INTERNA	INCREMENTAR LA CALIDAD DE PRODUCTOS	RESULTADO DE ENCUESTAS DE CALIDAD QUEJAS RESUELTAS VERSUS TOTAL DE QUEJAS. SUGERENCIAS IMPLEMENTADAS VERSUS TOTAL DE SUGERENCIAS
	FORTALECER LA GESTIÓN DE PROCESOS	NUMERO DE PROCESOS LEVANTADOS E IMPLEMENTADOS VERSUS TOTAL DE PROCESOS DEFINIDOS POR LA ORGANIZACIÓN
PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE E INNOVACIÓN	MEJORAR LA GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO	COMPETENCIAS DEL PERSONAL/ COMPETENCIAS DEL PERFIL DE CARGO
	MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA Y LOGISTICA	CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE LOGISTICA VERSUS EL TOTAL DE MATERIAL TRANSPORTADO.

E. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una de las principales fortalezas que la empresa puede disponer es una estructura organizacional fortalecida; en la cual todos los empleados se sientan involucrados con su trabajo. El estilo gerencial, la cultura, y el tipo de estructura organizacional son el basamento para el funcionamiento de la empresa.

A continuación se expone una propuesta de la constructora Corbal por redefinir su estructura; y más adelante se incorpora en un sistema de EDT (Estructura de Desglose del Trabajo) o WBS (Work Breakdown Structures) que identifica y proporciona las relaciones posibles entre todos los componentes, sistemas de gestión de procesos; así como también el conjunto de entregables de un proyecto inmobiliario.

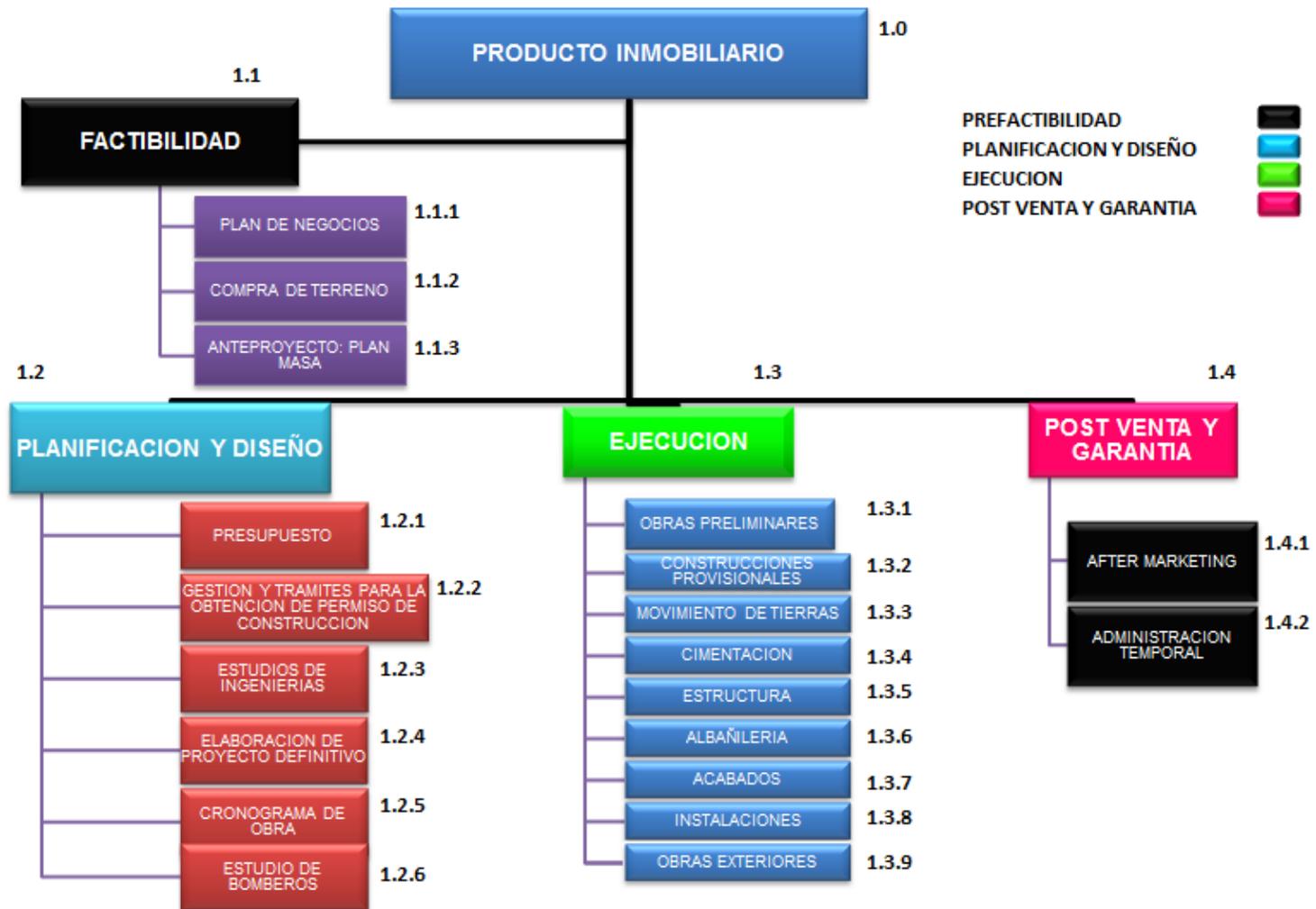




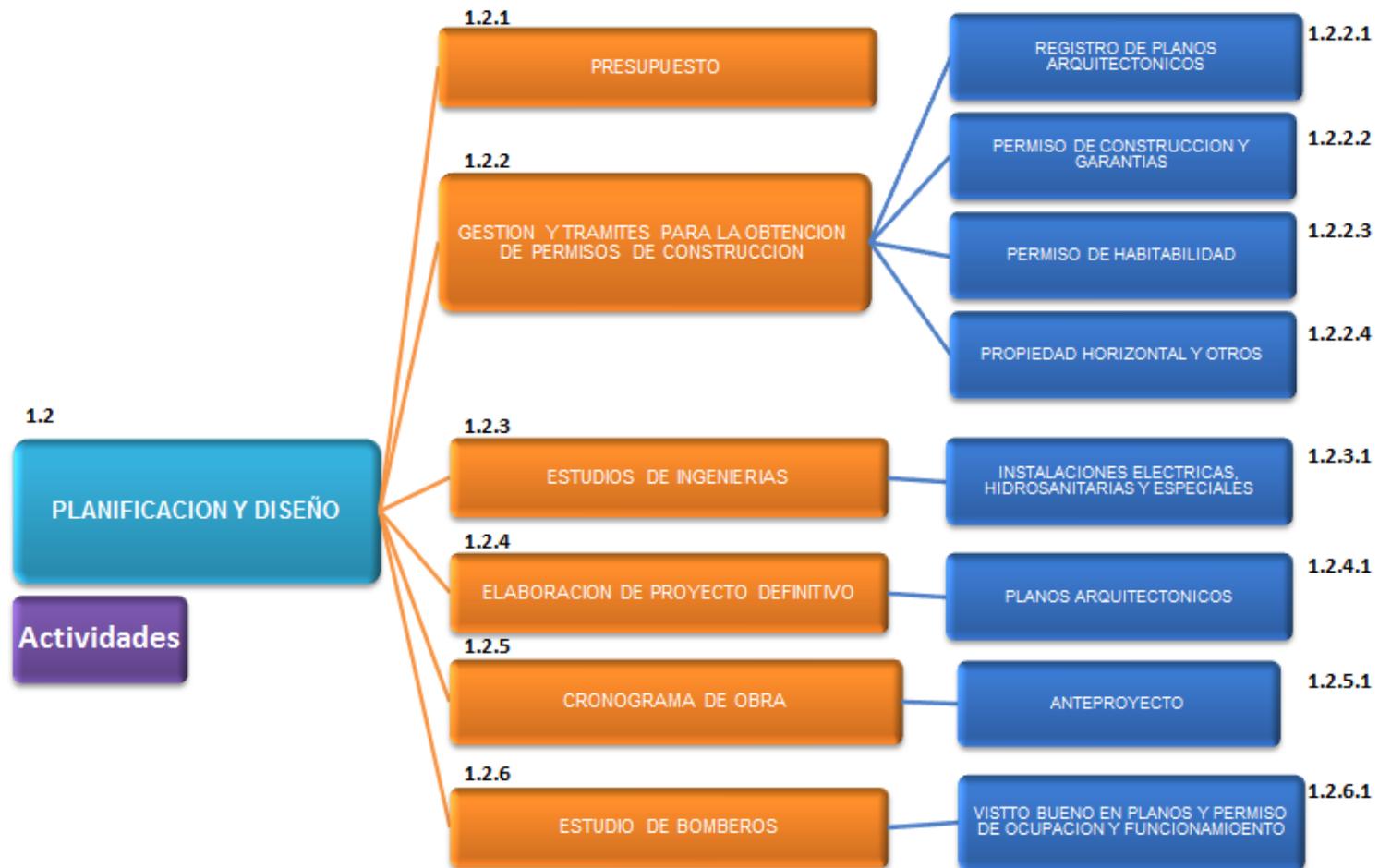


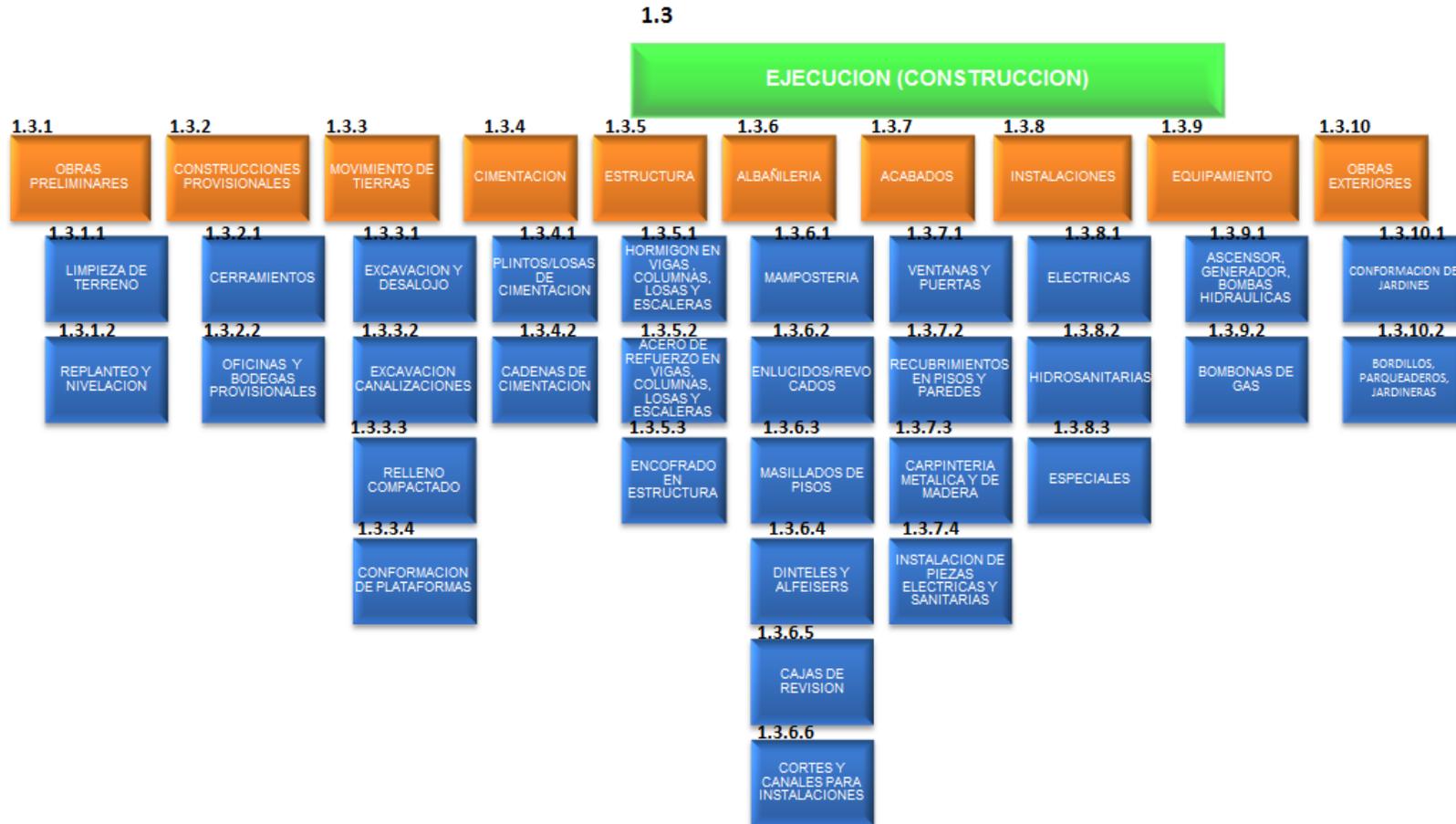
F. SISTEMAS DE EDT PARA LA DIRECCION DE PROYECTOS:

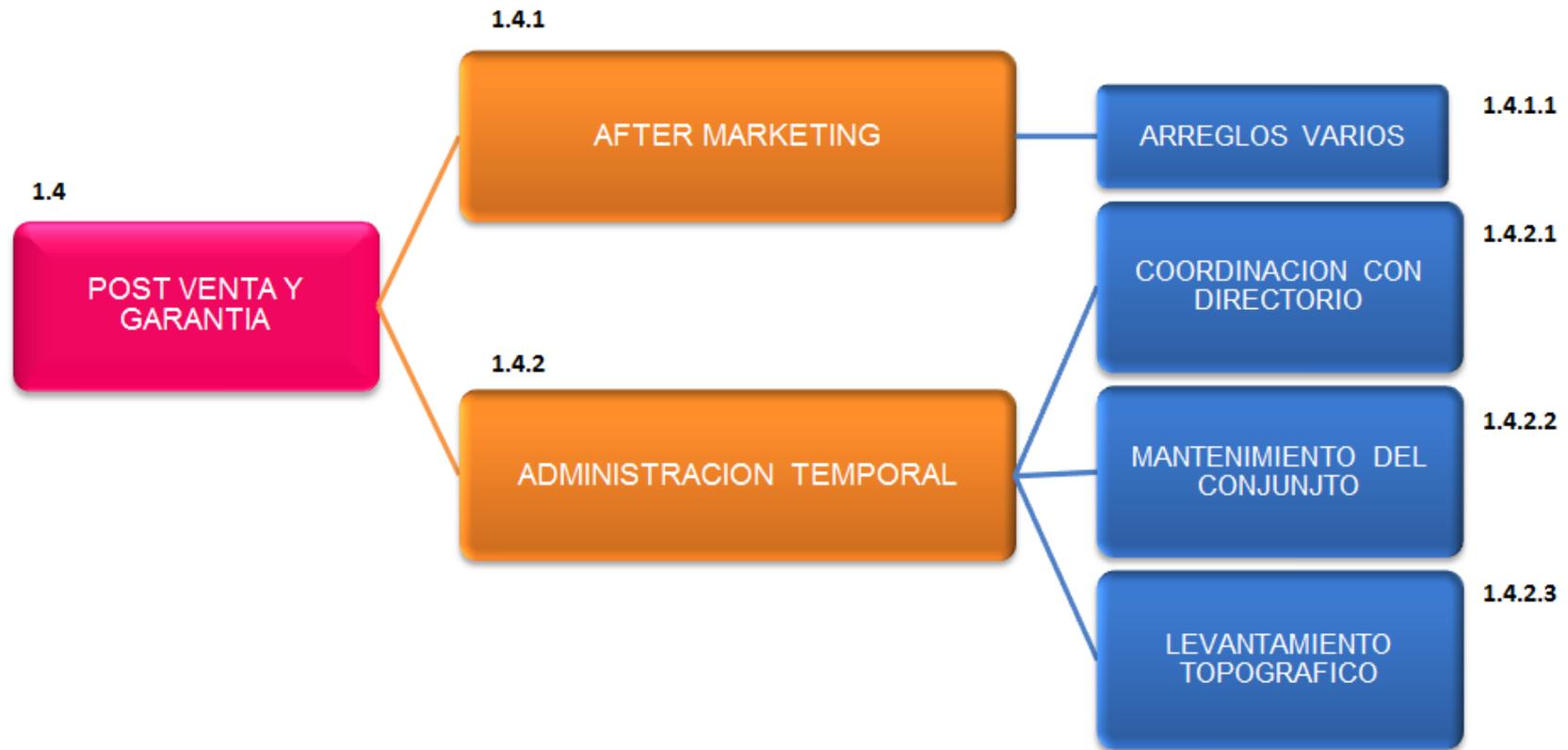
1. Estructura de Paquetes de Trabajo y Actividades

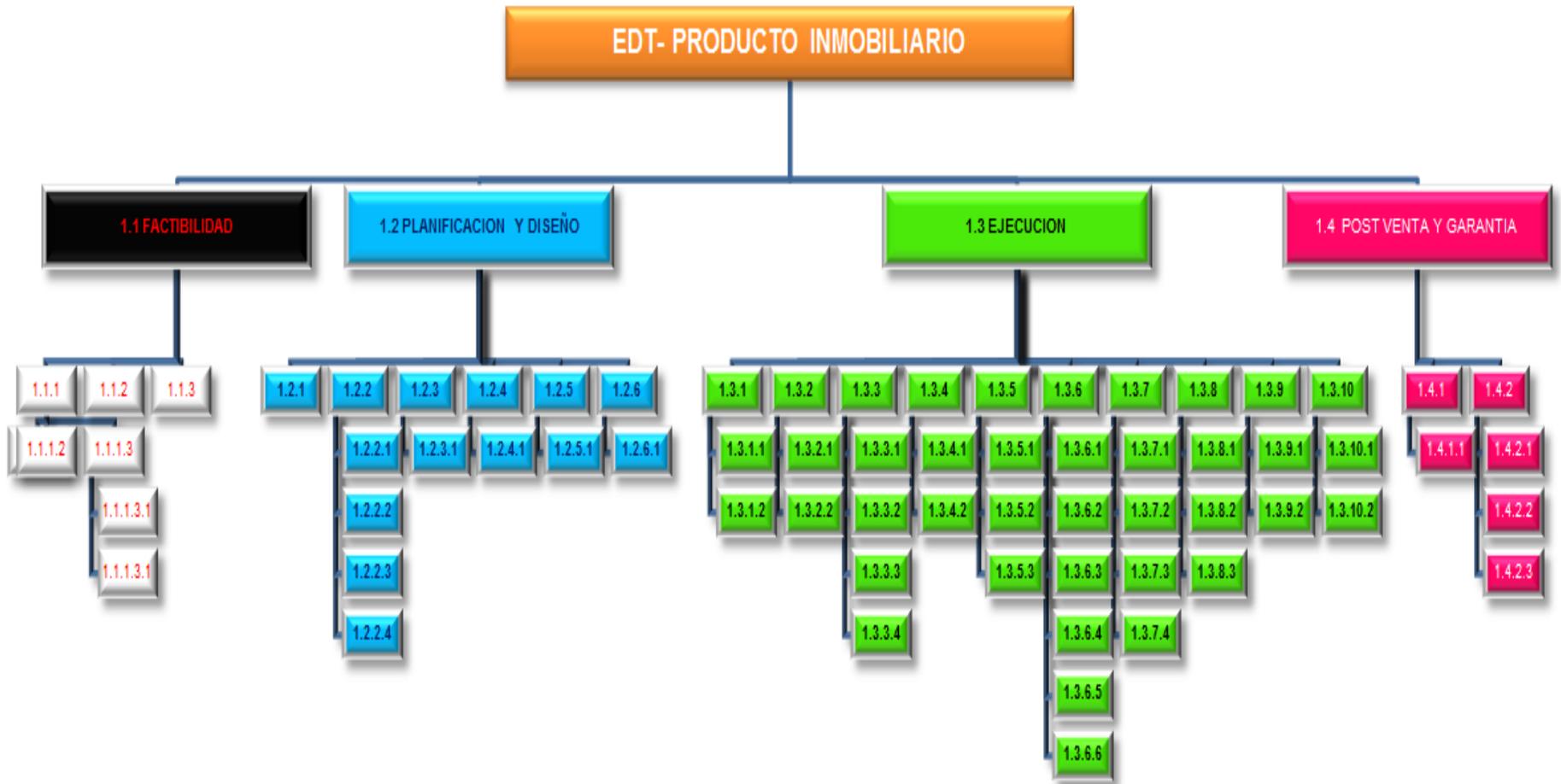














G. EL PROYECTO INMOBILIARIO: EJEMPLO DE ACTA DE CONSTITUCIÓN

Metas	<p>Conseguir posicionamiento en el mercado</p> <p>Forjar marca de calidad y confianza en la constructora</p>
Objetivos	<p>Obtener los permisos a tiempo para evitar multas y retrasos de cronograma.</p> <p>Construir el conjunto de 29 casas de 102 m² aproximadamente cada una, más las áreas comunales en un lapso de 11 meses.</p> <p>Cumplir con el cronograma de planificación que se desarrollará en 3 meses.</p> <p>Cumplir con el cronograma previsto para culminar el proyecto total en 29 meses.</p>
Alcance	<p>La empresa contratará los estudios con los profesionales especialistas para los planos arquitectónicos e ingenierías estructural, eléctrica y de agua potable y alcantarillado.</p> <p>El ingeniero encargado de obra será responsable por el cumplimiento de los planos indicados. El producto son 29 casas de 102 m² cubiertos y 5 locales comerciales.</p> <p>La empresa a través de Ciudad y Campo (Join Venture) también será responsable de promocionar y vender las unidades.</p> <p>La empresa no correrá con los gastos legales por escrituración, estos serán pagados por el cliente.</p> <p>Una vez entregado el proyecto, correrá por cuenta de los propietarios; a través de la instauración de la administración del conjunto, los gastos incurridos por uso de áreas comunes, solicitud de líneas telefónicas, cable o internet, etc.</p>
Esfuerzo Estimado	El tamaño y duración del proyecto requerirá un esfuerzo estimado de 5000 horas.
Costo Estimado	El presupuesto ha contemplado un costo estimado de \$ 2.300.000.
Duración Estimado	Incluyendo todas las etapas de prefactibilidad, planificación, construcción, comercialización y cierre, el proyecto durará 29 meses.
Suposición	<p>Supuesto de que existan todos los recursos económicos al instante de ser necesitados.</p> <p>Se supone que estarán disponibles los materiales tan</p>





	<p>pronto sean solicitados.</p> <p>Así mismo, que se contará con el talento humano con competencias para cada actividad acorde al perfil de la actividad.</p> <p>Se supone que se mantendrá el interés por el proyecto y será vendido en el tiempo estipulado.</p>
Riesgos	<p>Que no se cumplan las expectativas de venta. La Alta Dirección tendrá un plan de contingencia financiero para cubrir esta eventualidad.</p> <p>El proyecto será terminado con el esfuerzo, costo y duración estimada.</p> <p>Las condiciones externas dan apertura para posibilidades de crédito al constructor.</p>
Segmento socioeconómico	Medio alto
Perfil de cliente	<p>Familias entre 4 y 5 miembros</p> <p>Ingresos familiares entre \$1500 y \$2000</p> <p>Edades entre 25 y 50 años (sujeto de crédito)</p>
Beneficios	<p>Seguridad</p> <p>Sendero Ecológico</p> <p>Acceso a servicios básicos y Equipamiento Urbano próximo.</p> <p>Amplios jardines</p>



VIII. GESTIÓN LEGAL



Es muy importante para el desarrollador inmobiliario conocer las leyes que legislan este medio.

Su enfoque está dado desde la constitución de la empresa, procesos de contratación de talento humano, procesos de contratación pública y privada, normativa en proyectos de vivienda y otros usos, tributación, etc. (En anexos se incorpora un conjunto de estamentos legales que refuerzan este capítulo).

A continuación se hace un breve listado referido a los requisitos y pasos que se requieren; de forma general, para el desarrollo adecuado del proyecto de vivienda.

A. FASE DE PLANIFICACIÓN

1. Escrituración del terreno a nombre de CORBAL.

- ✚ Documentos habilitantes:
- ✚ Certificados de gravámenes.
- ✚ Certificado pago impuesto predial.
- ✚ Informe de Regulación Metropolitana.
- ✚ Celebración de contratos de las personas a intervenir en la fase de planificación del proyecto.

2. Obtención del permiso de construcción que otorga el Municipio de Quito.

- ✚ Planos Arquitectónicos
- ✚ Planos Estructurales
- ✚ Planos Instalaciones Eléctricas
- ✚ Planos Instalaciones Hidrosanitarias
- ✚ Planos Sistemas contra incendios.
- ✚ Interplanos: Otras ingenierías.
- ✚ Certificado de registro de planos municipales.

B. FASE DE EJECUCIÓN





- ✚ Durante la fase de ejecución se celebran contratos de obra con proveedores varios.
- ✚ Trámite de factibilidad del agua potable para realizar la acometida de mayor capacidad de consumo de agua.
- ✚ Trámite ante la Empresa Eléctrica Quito, para la acometida.
- ✚ Tramite ante la Empresa de Telefonía.
- ✚ Monitoreo de obra ante el Municipio del DMQ a través de la Unidad de Control.
- ✚ Servicio de garantía y postventa de las casas y locales comerciales.

C. FASE DE PROMOCIÓN Y VENTAS

- ✚ Contratos de publicidad y ventas acorde al plan de promoción, publicidad y ventas.
- ✚ Promesas de compra y venta avaladas ante notario público.

D. FASE DE ENTREGA DE VIVIENDAS Y CIERRE DEL PROYECTO

- ✚ Transferencia de dominio de las viviendas es necesario realizar:
 - Efectuar la división de Propiedad Horizontal, se tramita ante notario público. Esta alícuota sirve para la distribución de los gastos comunales.
 - Efectuar la recuperación de la garantía rendida ante el Municipio de Quito es necesario superar 3 inspecciones que verifican la consistencia entre los planos aprobados y la construcción.

E. BREVE GUÍA DE TRAMITOLOGÍA Y RESPONSABLES EN EL PROYECTO.

PERMISOS DOCUMENTOS		ORGANISMO QUE INTERVIENE
	Para adquisición de Terreno	
	Escritura de propiedad	Notaría
	Certificado de gravámenes	Registro de la Propiedad
	Impuesto predial	Municipio de Quito
	Informe de regulación Metropolitana	Municipio de Quito
	Factibilidad de Agua Potable y Alcantarillado	Empresa de Alcantarillado y Agua Potable





	Factibilidad de Energía Eléctrica	Empresa de Energía Eléctrica
	Factibilidad de Servicio Telefónico	CNT
	Para permiso de Construcción	
	Planos Arquitectónicos	Municipio de Quito
	Planos Estructurales	Municipio de Quito
	Planos Eléctricos	Municipio de Quito
	Planos Hidrosanitarios	Municipio de Quito
	Cerramiento y Trabajos Varios	Municipio de Quito
	Revisión de Planos	Municipio de Quito
	Fianza de Cumplimiento	Municipio de Quito y Aseguradora
	Permiso de Construcción	Municipio de Quito
	Para Ejecución	
	Acometida de Agua Potable	Empresa Municipal de Agua Potable
	Acometida de Energía Eléctrica	Empresa Municipal de Energía Eléctrica
	Contratos con Proveedores	Proveedores Varios
	Para Publicidad	
	Material Publicidad	Proveedores Varios
	Contrato de Mandato de Ventas	Entidad Financiera
	Contrato de uso de Marca	Entidad Financiera
	Promesas de Compra Venta	Entidad Financiera
	Cierre del Proyecto	
	Declaración de Propiedad Horizontal	Municipio de Quito
	Escrituras de Compra Venta	Registro de la Propiedad
	Permiso de Habitabilidad	Municipio de Quito
	Recuperación de Garantía	Municipio de Quito



IX. BIBLIOGRAFIA

1. Castellanos, Xavier, (2010), Clases de Evaluación de Proyectos de USFQ Quito-Ecuador, MDI Décima Promoción.
2. Maignashca, Franklin, (2010-2011), Clases de Macroeconomía de USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
3. Eliscovich Federico, MD., Clases de Formulación y Evaluación de Proyectos de Dirección Inmobiliaria, MD., Quito, 2010.
4. Shutte, Fernando, (2011), Las Herramientas de Marketing en la Industria Inmobiliaria, USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
5. Salem, Roberto (2010-2011), Clases de Finanzas de USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
6. Santana, Matías (2010-2011), Clases de Costos de USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
7. Ocampos, Jaime (2010-2011), Clases de Gerencia de Proyectos y Emprendimiento USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
8. Ledesma, Enrique (2010-2011), Clases de Evaluación de Proyectos, USFQ Quito – Ecuador, MDI Décima Promoción.
9. Gridcon, Estudio de Mercado, 2010-2011
10. Ernesto Gamboa y Asociados (2010-2011), Clases de Mercadeo y Valoración, MDI Décima Promoción USFQ Quito – Ecuador, 2011.
11. Chávez, Tannia (2010), Tesis de Maestría del MDI no Publicada, Universidad San Francisco de Quito.
12. Toscano, Fabricio (2010), Plan de Negocios: Conjunto Residencial Villa de Leiva, Tesis de Maestría del MDI no Publicada, Universidad San Francisco de Quito.
13. Tamayo, Patricio (2010), Plan de Negocios: Conjunto “San Nicolás”, Maestría MDI no Publicada, Universidad San Francisco de Quito.
14. Project Management Institute. Inc. Fundamentos para la Dirección de Proyectos (Guía del PMBOK), 2010
15. Tenstep Latinoamérica, Proceso de Dirección de Proyectos TenStep-V7.0. septiembre 2008.
16. Thompson, Liberth. (2008, Abril). Tipos de costos, de <http://www.promonegocios.net/costos/tipos-costos.html>





X. ANEXOS



A. MARKETING: ESTUDIO DE MERCADO DE LOS TUDIANTES DEL MDI.

Definición del Problema

Problema de Decisión Gerencial

El Distrito Metropolitano de Quito no dispone de estudios a gran alcance sobre la demanda en el sector inmobiliario. A pesar de que se trata de determinar el tamaño de demanda a través de empresas de investigación de mercado privadas, no se generan estudios sobre las características de dicha demanda para facilitar la toma de decisión para los empresarios dentro de la industria que ponen tratan de satisfacer dicha demanda.

Problema de Investigación de Mercados

Cuáles son las variables determinantes de la demanda de vivienda en el Distrito Metropolitano de Quito.

Elaboración de un método para resolver el problema

El método para resolver el problema se realizó a través de una investigación cualitativa, que permitirá obtener información más precisa sobre las características de la demanda de vivienda dentro del mercado inmobiliario capitalino.

Para el desarrollo del modelo cuantitativo se realizarán sesiones del curso MDI de la Universidad San Francisco de Quito como método cualitativo. Las encuestas detalladas se realizaron en el caso del modelo cuantitativo, estas encuestas se realizaron en base a los resultados de la investigación exploratoria a través de las herramientas escogidas del modelo cualitativo.

Bases teóricas objetivas

Objetivo General

Determinar las características de la demanda del mercado inmobiliario capitalino para viviendas. Determinar las necesidades de compra o alquiler de vivienda que presentan las personas que viven en el Distrito Metropolitano de Quito en edades comprendidas entre los 30 y 55 años, niveles socio económicos medio, medio alto y alto, tomando en cuenta características poblacionales, oferta del mercado inmobiliario, preferencias, hábitos de compra, inductores, motivadores, intención de compra y hábitos de medios.

Objetivos Específicos

Características poblacionales de este grupo objetivos

Tamaño del mercado, Composición del hogar, Niveles socio económico en base a ingresos, Ingresos por hogar

Oferta del mercado inmobiliario destinado para vivienda en el Distrito Metropolitano de Quito

Preferencias, Tipo de vivienda (casa o departamento), Área de la vivienda, Ubicación, Numero de dormitorios, baños, etc., Materiales de construcción y acabados, Áreas comunales, Posibilidades de ampliación





Proceso de compra – hábitos, Quien decide estilos, Quien decide acabados, Quien participa en la toma de decisiones para la compra, Niveles de involucramiento

Inductores – motivadores, Subsidios, Funcionamiento, Inversión

Intención de compra

Hábitos de medios, Radio, Televisión, Medios escritos (prensa, televisión), Revistas

Hipótesis

Elaboración del diseño de la investigación

Metodología

El presente estudio tendrá carácter cuantitativo -cualitativo, es decir que contará con instrumentos que permitan la obtención de información de dicho carácter. De esta manera los instrumentos de investigación a ser utilizados para este estudio serán:

Grupos de trabajo MDI: Encuestas

Ámbito geográfico del estudio: : Quito

Población objetivo del estudio: La población objetiva de esta investigación es:

Visitantes a la Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento"

Población en general a libre selección del encuestador

Fases de investigación

Para este estudio utilizaremos los siguientes tipos de investigación: Investigación exploratoria, Investigación concluyente descriptiva, Investigación exploratoria

Esta clase investigación permite estructurar las hipótesis a ser comprobadas en la fase descriptiva del estudio, es decir analizaremos y determinaremos cuáles son los temas, subtemas, variables y escalas de medición óptimas que permitan responder los objetivos base del estudio.

Sesiones de Trabajo MDI

Para la obtención de las necesidades de información en la etapa cualitativa, se realizarán sesiones de trabajo dentro del curso del MDI cuales permitieron sentar las bases para la elaboración de la encuesta.

Objetivos de las Sesiones de Trabajo

En este punto analizaremos la investigación cualitativa, ya que nos provee el conocimiento para entender el problema a tratarse.

Conocer cuáles son los sentimientos o sensaciones que poseen las personas al escoger una vivienda.

Saber si la decisión que tomo la persona es influenciada por el grupo de referencia o no.





Conocer las expectativas que posee una persona al buscar una vivienda.

Obtener información acerca de los diferentes patrones de consumo de vivienda que ofrece la ciudad de Quito.

Investigación concluyente descriptiva

A través de esta investigación podremos identificar las variables que se presentan al momento de elegir la vivienda. En esta fase utilizaremos como herramienta encuestas a la muestra de la población seleccionada.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra no se determinó a través de la fórmula de muestra. Se determinó en las sesiones de trabajo que cada integrante realizará 20 encuestas. Esto suma 620 encuestas.

La muestra es de 620 personas escogidas al azar.

Procedimiento de Recolección de datos

Se estableció que utilizaremos como técnica de recolección encuestas que las realizaremos en la Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento". Además a libre selección de los diferentes integrantes del MDI en su ámbito de familiar, laboral y social en general.

Prueba Piloto

Se realizó una pequeña prueba piloto de 5 encuestas para determinar la duración y la facilidad de completar esta encuesta. No se determinó una prueba piloto más amplia o cumpliendo los requisitos de una investigación de mercado aumentando el nivel de confianza y disminuyendo encuestas no válidas.

Como resultado se determinó solo pequeños cambios en palabras seleccionadas. Sin embargo se mantuvo la estructura y las preguntas como se había determinado en un principio.

Diseño de la encuesta definitiva

Diseño del Plan de Muestreo

Definir la Población:

Elementos: *Personas que asistieron a la Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento". Personas al azar.*

Unidades de Muestreo: *Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento"*

Alcance: *Distrito Metropolitano de Quito.*

Tiempo: *Las encuestas tienen un tiempo de 2 semanas de duración.*

Identificar el marco muestral: *Feria de la vivienda previamente definida en los elementos de la muestra.*

Determinar el tamaño de la muestra: *para nuestro estudio se determinó el tamaño de la muestra en 620 personas a encuestar. Este número no fue determinado según el cálculo del tamaño de la muestra.*





Seleccionar un procedimiento muestral: Utilizaremos un método probabilístico en el que utilizaremos el método de muestreo aleatorio simple.

Seleccionar la muestra: una vez que aplicamos el procedimiento muestral se seleccionaron los siguientes lugares para realizar las encuestas:

Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento" Ámbito geográfico de cada encuestador

Recolección de Datos

Se realizaron las 622 encuestas en la Feria del Colegio de Ingenieros de Pichincha "Salón de la Vivienda y su Financiamiento" y los ámbitos geográficos de cada encuestador mencionado anteriormente durante el plazo establecido que fueron de dos semanas siguiendo el procedimiento establecido en el procedimiento de recolección de datos.

Perfil del Encuestador

Es una persona normal, que es capacitada para este tipo de investigación, ya que debe saber de qué tema se va a tratar y qué tipo de información se quiere recopilar del grupo meta.

Amable y buenos modales.

Debe tener mucha paciencia y saber qué hacer si hay malestares dentro de las personas encuestadas.

Estimular el compromiso personal intenso.

Motivar a los asistentes a que participen.

B. ASPECTOS LEGALES: CONSTITUCION DE UNA EMPRESA DE CONSTRUCCION

INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA ARQUITECTOS & ARQUITECTOS S.A.

Nombre: Arquitectos & Arquitectos S.A.

Representante Legal: Ing. Edison Pérez Salazar

Ubicación: Republica del Salvador y Suecia, Edificio Almirante Colón, Oficina No. 703-704

Escritura de Constitución:

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARQUITECTOS & ARQUITECTOS SOCIEDAD ANONIMA

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de sociedad anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:





PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD:
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Melisa Ortega, Carlos Guerra, Johann Tamayo, Diego Díaz, Edison Pérez Salazar; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de sociedad anónima ARQUITECTOS & ARQUITECTOS SOCIEDAD ANONIMA, la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE ARQUITECTOS & ARQUITECTOS SOCIEDAD ANONIMA:

CAPITULO PRIMERO:

DENOMINACIÓN, NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN:

ARTÍCULO UNO.- *Constituyese en la ciudad de Quito, con domicilio en el mismo lugar, Provincia de Pichincha, República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de Sociedad Anónima ARQUITECTOS & ARQUITECTOS SOCIEDAD ANONIMA.*

ARTÍCULO DOS.- *La compañía tiene por objeto y finalidad, Prestación de servicios de construcción, avalúos, construcciones civiles, terreno, maquinaria y equipos. Ejecución de proyectos de inversión, bienes raíces, contratación de personal, trámites de comercio exterior, importación y exportación de maquinaria y productos, inversión en bienes, servicios, valores, títulos, en acciones o participaciones, cédulas, bonos de cualquier naturaleza. Podrá celebrar todo tipo de contratos o actos que sean necesarios para el cabal cumplimiento de los objetivos. Podrá comprar vender, arrendar y en general efectuar toda clase de actos y contratos y operaciones en territorio nacional, y en el extranjero. Hacer que se le transfieran contratos celebrados con otras personas, tomar o dar arrendamiento o préstamo y adquirir por cualquier forma lícita, así como también enajenar, hipotecar, gravar, etcétera, derechos, propiedades o bienes; efectuar toda clase de transacciones con instituciones bancarias y financieras, girar, aceptar, endosar, adquirir, cobrar, cancelar, títulos de crédito, en general instrumentos negociables y otros papeles de ahorro, realizar toda clase de actos, contratos y operaciones lícitos que fueren necesarios para el cumplimiento de manera cabal de su objeto social.*

ARTÍCULO TRES.- *La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.*

ARTÍCULO CUATRO.- *El plazo de duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.*

CAPITULO SEGUNDO:

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS ACCIONES Y DE LA RESERVA LEGAL:

ARTÍCULO CINCO.- *El capital social de la compañía es de ochocientos dólares, dividido en ochocientas acciones de un dólar cada una, que estarán representadas*





por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley; y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas acciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTÍCULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de acciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y acciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO NUEVE.- Todas las acciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas acciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de acciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada acción dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO:

DE LOS SOCIOS DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES:

ARTÍCULO DOCE.- Son obligaciones de los socios: Las que señala la Ley de Compañías: Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente; Cumplir con las acciones suplementarias en proporción a las acciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y, las demás que señalen estos estatutos.





ARTÍCULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones: Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada acción el socio tendrá derecho a un voto; Elegir y ser elegido para los órganos de administración; A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las acciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía: Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus acciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN:

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO DIECISÉIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTÍCULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y, en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan





estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la junta elija en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios; Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos; Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos; Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores; Resolver sobre la forma de reparto de utilidades; Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios; Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley; Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía; Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto; Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía; Aprobar los reglamentos de la compañía; Aprobar el presupuesto de la compañía; Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía; Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTÍCULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTÍCULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía; Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios; Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas; Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas; Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por





escrito; Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo; Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTÍCULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará cinco años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía: Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial; Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía; Dirigir la gestión económica financiera de la compañía; Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía; Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos; Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías; Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo; Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil; Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general; Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones; Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico; Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios; Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO:

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA:

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos. ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de dos o más de sus socios.

CAPITULO SEXTO:

CUADRO DE SUSCRIPCION Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL:

Los comparecientes ratifican la constitución de la misma, observándose los preceptos legales que el caso requiere, por lo que éstos se afirman y ratifican en todo su contenido, firmando para constancia en unidad de acto.