

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Postgrados**

**PLAN DE NEGOCIOS DEL PROYECTO: "MARINA TERRACE".**

**ING. PATRICIO CASTILLO T.**

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

**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS E INMOBILIARIAS (MDI)**

Quito, octubre de 2011.

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**  
**Colegio de Postgrados**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**PLAN DE NEGOCIOS DEL PROYECTO: "MARINA TERRACE".**

**ING. PATRICIO CASTILLO T.**

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

José Ramón Gámez Guardiola

**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 de 2011.

**© Derechos de Autor  
Ing. Patricio Castillo Troncoso  
2011.**

## RESUMEN

El plan de negocios es una reconocida herramienta de gestión que se utiliza, en distintos campos de negocio, para documentar los objetivos de un proyecto y proponer alternativas que permitan alcanzar las metas planteadas en un período de tiempo determinado. Es un documento que describe, quién plantea el negocio, qué planea lograr, dónde estará situado el proyecto, cuándo anticipa iniciar y cómo superará los riesgos implicados y logrará las ganancias previstas de un proyecto específico.

Este documento, de manejo técnico gerencial por parte del promotor, debe establecer claramente la viabilidad del proyecto, a fin de decidir realizar o no un proyecto inmobiliario y en el caso positivo, priorizar el control durante su ejecución y comercialización

La aplicación de esta herramienta de gestión en el sector inmobiliario tiene gran incidencia en las fases de formulación, ejecución y operación de los proyectos. De ahí que desarrollar un plan de negocios desde esta óptica conlleva a la evaluación técnica del avance del proyecto, desde los puntos de vista de ingeniería y diseño, para de esta manera llegar a un correcto dimensionamiento, presupuestación y programación, factores que se convierten en la base para que el promotor inmobiliario estructure adecuados mecanismos de asignación de recursos técnicos y financieros, en concordancia con una estrategia de mercado y comercial.

Este documento será entonces, desde el punto de vista técnico-financiero “Una forma de analizar el futuro del proyecto, a donde ir, cómo ir rápidamente, y qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos.”

Los aspectos a analizarse en el presente documento serán, la viabilidad de mercado, viabilidad arquitectónica, viabilidad técnica de ingeniería, viabilidad comercial y viabilidad financiera, para el proyecto Marina Terrace, el mismo ha sido planificado en la ciudad de Manta y tiene las siguientes características principales:

- **TIPO DE PROYECTO:** INMOBILIARIO
- **TIPOLOGIA:** EDIFICACION ATERRAZADA
- **PROMOTOR:** POR DEFINIR
- **NOMBRE DEL PROYECTO:** MARINA TERRACE
- **LOCALIZACION:** CIUDAD DE MANTA, CONJUNTO CIUDAD DEL MAR, SECTOR BARBASQUILLO, LOTE 13-17
- **AREA DEL TERRENO:** 2691.9 M2
- **AREA DE CONSTRUCCION:** 5092 M2 DE AREAS EDIFICADAS  
229 DE AEREAS ABIERTAS Y RECREATIVAS
- **NUMERO DE UNIDADES PREVISTAS:** 30 departamentos
- **TIEMPO ESTIMADO DEL PROYECTO INMOBILIARIO:** 32 MESES

## ABSTRACT

The business plan is a recognized management tool used in different fields of business, to document the project objectives and to propose alternatives that achieve the goals set in a period of time. It is a document that describes, who raises the business, what you plan to achieve, where will be the project be located, when will the project begin, and how to overcome the risks involved and the gains achieved under a specific project.

This document, of technical management on the part of the developer, must clearly establish the viability of the project, in order to decide to perform or not a state project and if positive, to prioritize control during its execution and marketing.

The application of this management tool in real estate has a large impact on the phases of formulation, implementation and operation of projects. There for, developing a business plan from this perspective leads to the technical evaluation of project progress, from the point of view of engineering and design, to thereby arrive at a correct sizing, budgeting and programming, factors that become the basis for the developer to structure appropriate mechanisms for allocating technical and financial resources, in line with market and business strategy.

This document will then be, from the standpoint of technical and financial "One way to analyze the project's future, where to go, how fast to go and what to do along the way to reduce uncertainty and risks."

The aspects to analyze in this paper will be, market viability, architectural viability, technical engineering viability, commercial viability and financial viability for the Marina Terrace project, it has been planned in the city of Manta and has the following main characteristics:

- **TYPE OF PROJECT:** REAL ESTATE
- **TPOLOGY:** TERRACED BUILDING
- **PROMOTER:** TO BE DEFINED
- **NAME OF THE PROJECT:** "MARINE TERRACE"
- **LOCALIZATION:** CITY OF MANTA, DISTRICT "CIUDAD DEL MAR", ZONE "BARBASQUILLO #13-17
- **LAND AREA:** 2691.9 M2
- **CONSTRUCTION AREA:** 5092M2 OF EDIFIED AREAS, 229M2 OF OPEN AND RECREATIONAL AREAS.
- **NUMBER OF UNITS PLANNED:** 30 DEPARTMENTS
- **ESTIMATED TIME OF THE REAL ESTATE PROJECT:** 32 MONTHS

CAP.	TABLA DE CONTENIDOS	PAG
1.	<b>ANALISIS DEL ENTORNO MACROECONOMICO</b>	1
1.1	<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)</b>	1
1.2	<b>CONSTRUCCION Y EMPLEO</b>	3
1.3	<b>INFLACION</b>	5
1.4	<b>REMESAS DE EMIGRANTES</b>	7
1.5	<b>DOLARIZACION</b>	9
1.6	<b>EL CREDITO INMOBILIARIO</b>	10
2	<b>DEFINICION GENERAL Y LOCALIZACION</b>	15
2.1	<b>DATOS GENERALES:</b>	15
2.2	<b>LOCALIZACION</b>	16
2.2.1	<b>LOCALIZACION GENERAL</b>	16
2.2.2	<b>UBICACIÓN ESPECÍFICA DEL PROYECTO</b>	26
3	<b>ANALISIS Y COMPOSICION ARQUITECTONICA</b>	29
3.1	<b>LOTE</b>	29
3.2	<b>INFORME DE LINEA DE FABRICA (I.R.M)</b>	30
3.3	<b>PARTIDA ARQUITECTONICA</b>	31
3.3.1	<b>DISENO ARQUITECTONICO</b>	34
3.4	<b>DISENO ESTRUCTURAL.</b>	45
3.5	<b>MATERIALIDAD Y CROMATICA.</b>	45
3.6	<b>APROXIMACION Y ACCESIBILIDAD</b>	45
3.7	<b>CUADRO DE AREAS GENERALES</b>	45
3.8	<b>ESPECIFICACIONES TECNICAS</b>	47
3.8.1	<b>ESTRUCTURA.-</b>	47
3.8.2	<b>ESCALERAS.-</b>	48
3.8.3	<b>CONTRAPISOS.-</b>	48
3.8.4	<b>MAMPOSTERIA.-</b>	48
3.8.5	<b>ENLUCIDO INTERIOR.-</b>	48
3.8.6	<b>ENLUCIDO EXTERIOR.-</b>	48

3.8.7	PINTURA INTERIOR.-	48
3.8.8	PINTURA EXTERIOR.-	49
3.8.9	TUMBADOS.-	49
3.8.10	PISOS Y RECUBRIMIENTOS.-	49
3.8.11	VENTANAS.-	50
3.8.12	PUERTAS.-	50
3.8.13	CERRADURAS.-	51
3.8.14	MESONES DE COCINA.-	51
3.8.15	PIEZAS SANITARIAS.-	51
3.8.16	GRIFERIAS.-	51
3.8.17	ELECTRICIDAD.-	52
3.8.18	AIRE ACONDICIONADO.-	52
3.8.19	AGUA POTABLE.-	52
3.8.20	AGUAS SERVIDAS.-	52
3.8.21	IMPERMEABILIZACION:	53
4	<b>EVALUACION DEL MERCADO</b>	54
4.1	INVESTIGACION DE MERCADO	54
4.2	FICHAS DE LEVANTAMIENTO	54
4.3	EVALUACION DE LA COMPETENCIA	55
4.4	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	56
4.4.1	LA CASCADA	56
4.4.2	PLAZA DEL MAR	59
4.4.3	PLAZA LEBLON	61
4.4.4	TERRAZAS DEL MAR	65
4.5	LOCALIZACION DE LOS PROYECTOS	69
4.6	Evaluación de la ubicación:	70
4.7	PROMOTORES	71
4.8	ESTADO DE EJECUCION DE LOS PROYECTOS	72

4.9	<b>DIMENSIONAMIENTO DE LOS PROYECTOS</b>	73
4.10	<b>TIPOLOGIA ARQUITECTONICA Y SERVICIOS COMUNALES</b>	74
4.11	<b>ESTRATEGIAS DE PROMOCION</b>	75
4.12	<b>NIVEL DE PRECIOS</b>	76
4.13	<b>MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DE LA COMPETENCIA</b>	77
4.14	<b>PERFIL DEL CLIENTE</b>	78
5	<b>COSTOS</b>	82
5.1	<b>COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO</b>	84
5.2	COSTO POR VENTAS	100
5.3	<b>FLUJO DE EGRESOS DEL PROYECTO INMOBILIARIO</b>	103
6	<b>Estrategia Comercial</b>	105
6.1	<b>PLANIFICACION DEL PROYECTO</b>	107
6.1.1	FASES DEL PROYECTO	107
6.2	CRONOGRAMA DEL PROYECTO INMOBILIARIO	107
6.2.1	<i>LISTA DE PRECIOS</i>	109
6.3	<b>LISTA DE PRECIOS PONDERADA</b>	110
6.4	ESQUEMAS DE CREDITO	113
6.5	INCREMENTOS DE PRECIOS / DESCUENTOS	113
6.6	GARANTIAS AL CLIENTE	114
6.7	CRONOGRAMA DE VENTAS	114
6.8	METAS Y OBJETIVOS DE VENTAS	116
6.9	<b>ESTRATEGIA DE MARKETING</b>	117
6.9.1	Manual de Identidad de Marca	117
6.9.1.1	El Símbolo	117
6.9.1.2	Identificador Integral	117
6.9.1.3	Colores Corporativos	117
6.9.1.4	Aplicación sobre Fondos	117
6.9.1.5	Área de Respeto	117

6.9.2	Estrategias de Posicionamiento	117
6.9.2.1	Antecedentes	117
6.9.2.2	Objetivos	117
6.9.2.3	Proyecto Marina Terrace	117
6.9.3	Planificación de Medios	117
6.9.3.1	Selección de Medios	117
6.9.3.2	Tipo de Compra	117
6.9.4	Piezas para difusión y promoción	117
6.9.4.1	Vallas	117
6.9.4.2	Internet	117
6.9.4.3	Brochures	117
6.9.4.4	Inversión	117
6.9.2	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	122
6.9.2.1	ANTECEDENTES.-	122
6.9.2.2	OBJETIVOS.-	122
6.9.2.3	PROYECTO MARINE TERRACE	123
6.9.3	Planificación de Medios	124
6.9.3.1	SELECCIÓN DE MEDIOS.-	124
7	<b>ANALISIS FINANCIERO</b>	130
7.1	CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	130
7.2	ANALISIS ESTATICO	131
7.3	ANALISIS DINAMICO	133
7.3.1	Cálculo de la TIR y el VAN	137
7.4	ANALISIS DE SENSIBILIDAD	137
7.4.1	Variación en el precio de venta	137
7.4.2	Variación en los costos totales del proyecto	139
7.4.3	SENSIBILIDAD COMBINADA A LA VERIACION DE PRECIOS Y COSTOS	140
8	<b>ASPECTOS LEGALES</b>	141

9	<b>GERENCIA DE PROYECTOS</b>	143
10	<b>CONCLUSIONES</b>	146
11	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	

AGRADECIMIENTO:

*Este trabajo, gracias a Dios convertido en satisfacción, no hubiese sido posible sin la ciega confianza de mis padres, el apoyo incondicional de Xavier Castellanos gran director y amigo, y la valiosa participación de mi hermano Esteban y Francesca.*

DEDICATORIA:

*Con inmenso cariño y con la certeza del brillante futuro que la espera, dedico este esfuerzo a mi sobrina Isabella.*

PLAN DE NEGOCIONS

*MARINE TERRACE*

# 1. ANALISIS DEL ENTORNO MACROECONOMICO

**E**ste análisis permite, de manera global y orientada al sentido del negocio, evaluar la situación y el ambiente económico histórico y actual a nivel internacional y local, para posteriormente comenzar a tomar decisiones vinculadas a la viabilidad del proyecto en este ámbito.

Para tener una visión más clara del entorno macroeconómico nacional se desarrollarán los siguientes indicadores económicos:

**Producto Interno Bruto**  
**Construcción y Empleo**  
**Inflación**  
**Remesas de Emigrantes**  
**Dolarización**  
**El crédito inmobiliario**

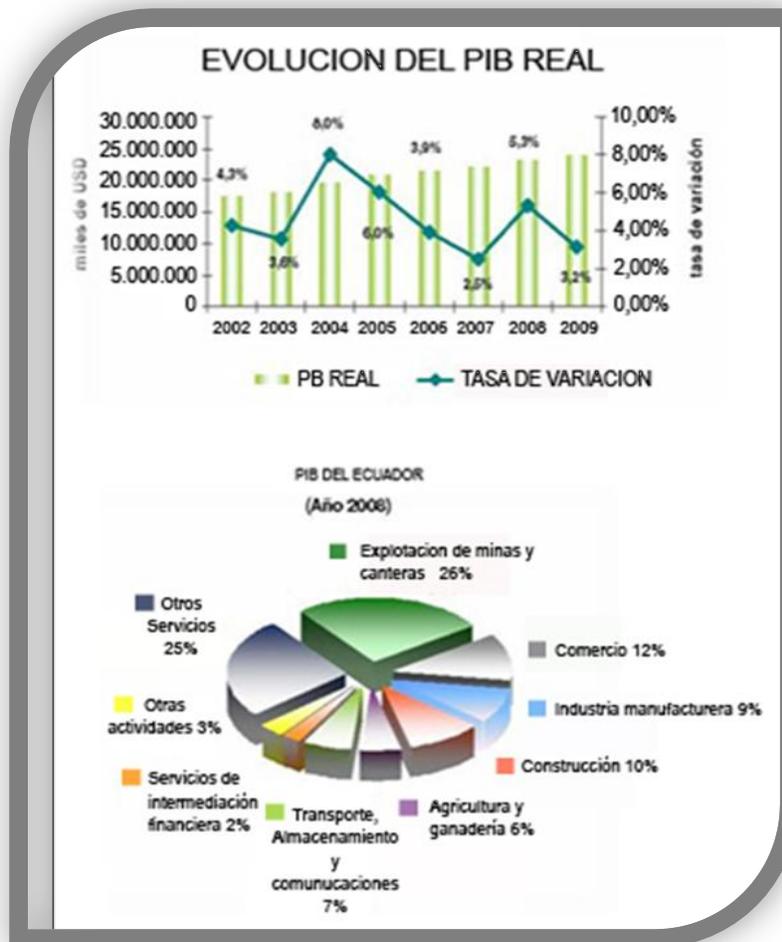
## 1.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

Para el análisis macro-económico de un proyecto inmobiliario en particular, cabe mencionar que tanto el cambio de modelo económico por parte del Gobierno, las condiciones actuales de mercado y la crisis internacional que ha aquejado a la economía mundial, han ocasionado cambios en las tendencias de los principales indicadores macroeconómicos, entre estos el PIB definido como valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. También se lo denomina Producto Bruto Interno (PBI).

Si bien según proyecciones del Banco Central del Ecuador, en el año 2008 el PIB real alcanzó los USD 23,264 millones, lo que significó un crecimiento del 5.32%, la proyección de crecimiento para el 2009 fue de 3.15% y en la actualidad se ha proyectado un crecimiento del 2.9% para el año 2011.

## EVALUACION REAL DEL PIB

Ilustración 1



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Esta disminución de la tasa de crecimiento se debe principalmente a la contracción de los mercados internacionales y a la limitada productividad nacional en general.

A finales del año 2010 se presentó un PIB de 24,119 millones de dólares con un crecimiento del 0.5% y según el Banco Central del Ecuador se prevé crecimiento del PIB del 6,81% en transcurso del 2011, crecimiento que generaría un ambiente propicio para la generación de distintos proyectos de consumo.

**PIB NACIONAL**  
**Ilustración 2**



**FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**  
**ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

**1.2 CONSTRUCCION Y EMPLEO**

Debido a las fuentes de empleo que genera, la construcción se constituye en uno de los motores de la economía de una sociedad. Siendo tradicionalmente uno de los sectores que genera más fuentes de trabajo a nivel nacional.

**PARTICIPACION DE OCUPACION**

**Ilustración 3**



**FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**  
**ELABORACION: PATRICO CASTILLO**

Como se puede ver en el siguiente cuadro, la actividad inmobiliaria y la construcción generan en total un 21.3% de la producción total de empleos a nivel nacional.

Según información proporcionada por el Banco Central del Ecuador, en el mes de diciembre de 2010, la demanda laboral en el sector de la construcción presentó una variación negativa de 0.3% con respecto al mes anterior.

Las expectativas de la demanda laboral para el mes de abril, no mejorarían ya que se prevé una variación negativa de esta variable del 0.4%, sin embargo, la construcción de viviendas es una actividad que no se caracteriza por ofrecer estabilidad laboral. La mayoría de la gente (mano de obra) que trabaja en la construcción tiene trabajos temporales.

Esto se debe a que la industria de la construcción y en general las empresas constructoras, contratan personal únicamente cuando hay trabajo y para proyectos específicos.

### VARIACION DE LA DEMANDA LABORAL

Ilustración 4



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El volumen de construcción también ha disminuido en un 0,7% en el mes de diciembre de 2010 en comparación con el mes anterior, aunque en la proyección se espera una recuperación del 2.7%.

Según el INEC el precio promedio de los materiales de construcción aumentaron en el mes de marzo en un 0.4%, y se espera que para los próximos meses los precios mantengan cierta estabilidad.

Según el boletín mensual del B.C.E. para los meses siguientes, la situación del negocio de la construcción será positiva, ubicándose en +17% con estos antecedentes se puede concluir que aunque los porcentajes en la generación de empleos en el área de la construcción han caído, las variaciones son mínimas y se pueden considerar estables, así como también se pueden considerar estables los precios de insumos y la situación del negocio. Parámetros que presentan un ambiente relativamente seguro, para el impulso de un proyecto inmobiliario.

### 1.3 INFLACION

La inflación es uno de los indicadores macroeconómicos con mayor incidencia en el desarrollo del sector, siendo esta la tasa que mide el porcentaje de variación del nivel de precios en la economía de un país. Se calcula como el coeficiente de variación porcentual del índice de precios al consumidor (IPC) en un período determinado.

La inflación afecta directamente el poder adquisitivo de las personas y afecta también los costos de construcción. Cabe mencionar que se deberá tomar en cuenta los cambios en la inflación y el efecto en los costos de los materiales de construcción, para poder ir haciendo los ajustes necesarios, en las distintas etapas del proyecto.

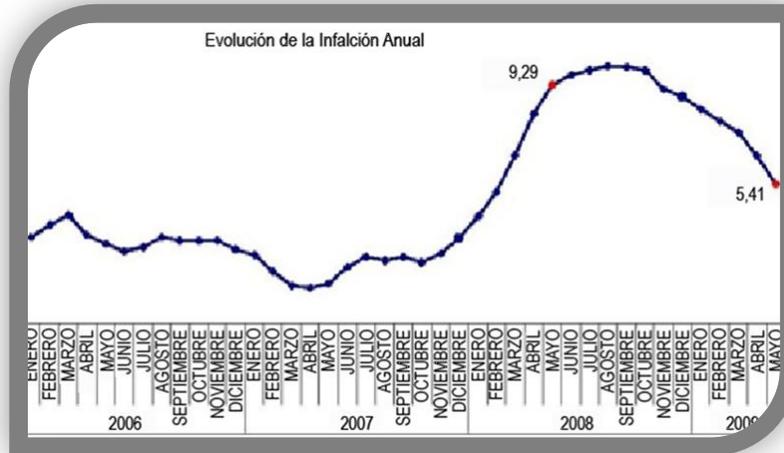
De ahí que es importante para la economía, que involucra no solo al sector sino al país en general, la reducción de la tasa inflacionaria, la cual para el mes de mayo del 2009 cerró con un valor de 5.41%, que representa una disminución de -41.77% con respecto al mismo período del 2008.

Esta tendencia a la baja registrada desde septiembre del 2008 se explica por el descenso del costo de los insumos internacionales que impactaron desde noviembre de 2007 y por la disminución de los efectos del invierno y los programas gubernamentales como Socio Tienda.

Este proceso no solo afecta a los consumidores, sino también a productores, es así que para el mes de mayo de 2009 se registró una disminución en el índice de precios al productor de -183.51% con respecto al mismo mes del año precedente, que se explica por la estabilización de los precios de los commodities y su tendencia a la baja como respuesta a la crisis mundial, situación similar al caso del índice de precios al constructor que se redujo a -1.99% con respecto al mismo mes del 2008.

### EVOLUCION DE LA INFLACION ANUAL

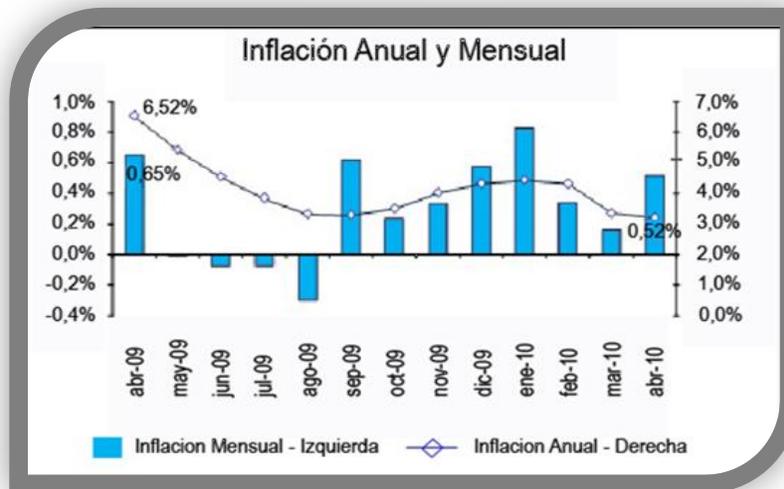
Ilustración 5



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### INFLACION ANUAL Y MENSUAL

Ilustración 6

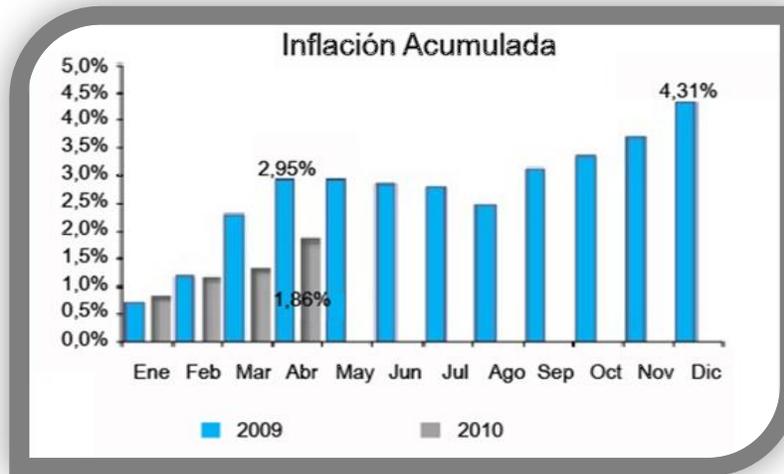


FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Con los antecedentes mencionados y con la base de que actualmente la inflación marca un porcentaje del 3.21% al mes de abril de 2010, según datos proporcionados por el banco central, se puede prever que este, es un tiempo favorable y estable para la elaboración y desarrollo de un proyecto inmobiliario.

### INFLACION ACUMULADA

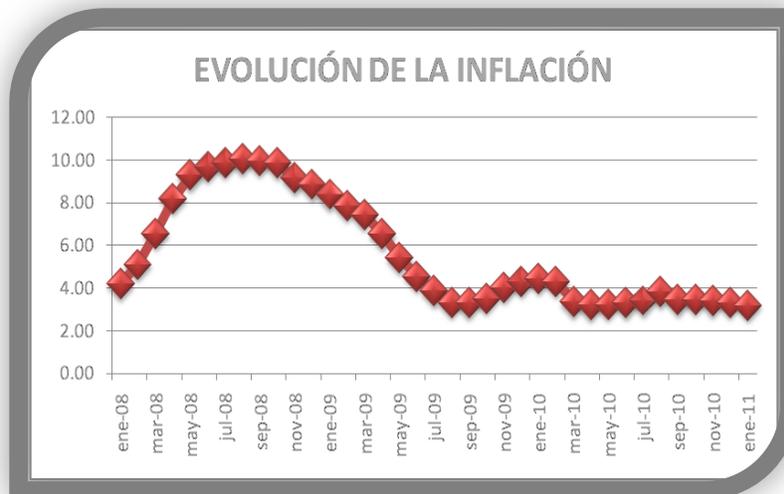
Ilustración 7



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### EVOLUCION DE LA INFLACION

Ilustración 8



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 1.4 REMESAS DE EMIGRANTES

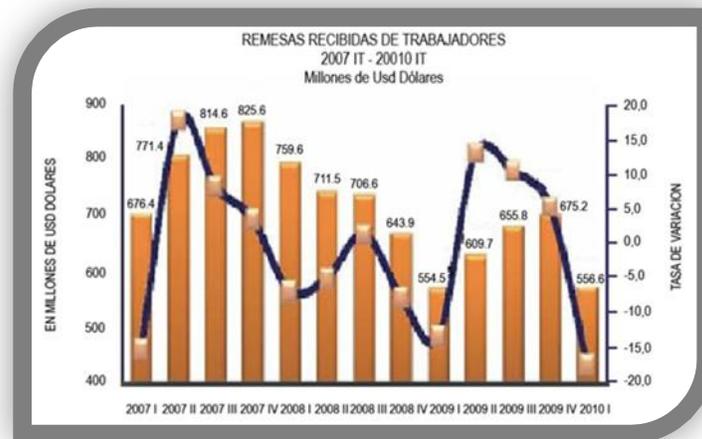
Uno de los factores que más han impulsado el desarrollo de la construcción es el envío de remesas por parte de los emigrantes.

El fenómeno migratorio que ha sufrido el Ecuador se ha acentuado en los últimos diez años.

Lo que ha hecho que el rubro de dinero que ingresa al país como consecuencia de las remesas que envían los emigrantes sea considerado prácticamente equivalente a los montos que ingresan por las exportaciones no tradicionales. Estos ingresos de remesas incluso superaron a la inversión extranjera. Visto de otra forma, los principales inversionistas que tenía el Ecuador, fueron sus propios emigrantes, ya que actualmente estos índices han decaído considerablemente, del segundo trimestre del 2009 hasta abril del año 2010.

## REMESAS RECIBIDAS

Ilustración 9



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El flujo de remesas familiares que ingresó al país durante el primer trimestre de 2010 ascendió a USD 556.6 millones, valor que representó un aumento de 0.4% con relación al primer trimestre de 2009 (USD 554.5 millones) y una disminución de 17.6% con respecto al cuarto trimestre de 2009 (USD 675.2 millones).

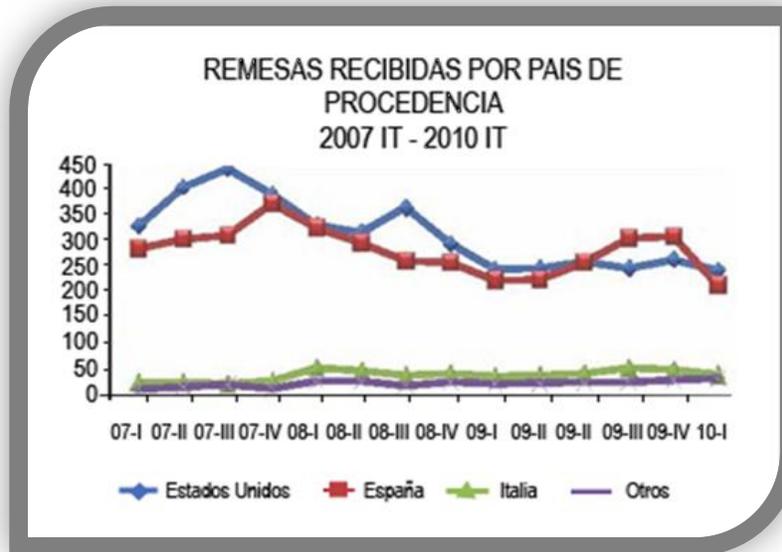
Las remesas enviadas por los ecuatorianos que viven en el exterior llegaron a ser en el segundo trimestre del 2009 la segunda fuente de ingresos del país después del petróleo, generaron más ingresos que las exportaciones del banano, las flores o el cacao.

Las remesas son enviadas por alrededor de un millón y medio de ecuatorianos que viven fuera, principalmente en Estados Unidos, España e Italia.

El mayor movimiento migratorio registrado en el país se registro a partir del año 1999 en el que la economía del Ecuador tuvo su caída más fuerte en la historia y provocó la salida de miles de ecuatorianos buscando mejores oportunidades.

## REMESAS RECIBIDAS POR PAIS

Ilustración 10



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Para una economía dolarizada, como lo es la ecuatoriana, el ingreso de dólares provenientes de las remesas ha sido un elemento esencial que ha ayudado a mantener la oferta monetaria y a dinamizar la economía.

El sector de la construcción se ha beneficiado por el ingreso de remesas, un porcentaje de las mismas son destinadas a la compra de inmuebles.

Se puede concluir que debido a la crisis mundial el monto de las remesas está disminuyendo drásticamente, por lo que las ventas hechas a personas que viven en el exterior también disminuirán.

Las empresas constructoras deberán buscar la manera de seguir captando clientes de afuera por medio de nuevos canales o mayores inversiones en publicidad y promoción dirigidas a clientes del exterior. Aunque es importante mencionar que para el proyecto Roldan, objeto del presente análisis, no representa una amenaza directa la disminución de remesas recibidas del exterior, ya que es otro mercado al cual se apunta como beneficiario final del proyecto.

### 1.5 DOLARIZACION

La dolarización en el Ecuador, trajo consigo una estabilidad (o una disminución de la inestabilidad) macroeconómica que ha permitido un amplio desarrollo de la construcción. El hecho de tener una moneda

dura como el dólar fomenta a que los inversionistas se aventuren en inversiones dentro del sector con la confianza de que no va a ocurrir una devaluación como la ocurrida con el sucre a finales de los años noventa.

En aquella época constituía un gran riesgo el vender una casa en sures ya que con la devaluación y la inflación, los costos se podían disparar de tal forma que el precio de venta al cual se realizaba la transacción no alcanzaba a cubrir los costos del proyecto

Por eso actualmente los constructores tienen la confianza de poder negociar muchas de sus obras en planos ya que se estima que la variación de sus costos va a ser mínima y predecible. Lo anterior gracias a la aparente estabilización económica que ha traído consigo la dolarización.

Con este sistema económico, el mercado inmobiliario creció en un 40%. La gente compró bienes raíces para tener un patrimonio. Esto benefició a industrias vinculadas como la metalmecánica y la cementera. Bajo la misma lógica, el sector automotriz creció en un 25% y la tecnología de consumo incrementó sus ventas.

Al ser productos con precios de venta en dólares, no se produjo especulación. De esta forma la producción nacional de software creció y aumentó sus exportaciones a mercados de otros países con economía dolarizada, según la AESOFT.

Entonces, para el caso de aplicación, la dolarización sin duda ha generado un ambiente de confianza para el cliente y estabilidad económica-financiera para los inversionistas y ejecutores del proyecto inmobiliario.

## 1.6 EL CREDITO INMOBILIARIO

Para el desarrollo de cualquier proyecto inmobiliario es fundamental el contar con el respaldo financiero, tanto de la banca privada como del estado, de manera que se generen créditos que impulsen al sector y faciliten al cliente final la adquisición del bien.

Actualmente existe un importante impulso gubernamental, hacia el crédito inmobiliario es así que el gobierno recientemente suscribió con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) un crédito por 100 millones de dólares que será destinado a la infraestructura de vivienda, según el Ministerio de Finanzas ecuatoriano.

## PARTICIPACION EN EL VOLUMEN DE CREDITOS

Ilustración 11



**FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**  
**ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

El programa al que se dedicarán los fondos "busca contribuir en la mejora de la calidad de vida de las familias de menores ingresos" en el país que "carecen de casa propia o habitan en viviendas deficitarias".

De ese modo, se desarrollarán proyectos de infraestructura de vivienda en zonas urbanas, rurales y urbano-marginales de Ecuador con el fin de "atender las necesidades habitacionales de la población más necesitada y, a su vez, promover fuentes de empleo en el sector de la construcción", añade el texto oficial.

La ejecución del programa estará a cargo del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI)

De la misma manera, desde el 4 de noviembre de 2009, el Banco del Pacífico entrega créditos hipotecarios especiales con un interés del 5% a 12 años plazo, para viviendas de hasta 60.000,00 dólares.

Banco del Pacífico ofrece este crédito con el título de "Tu primera vivienda" y tiene las siguientes características:

- Tasa del 5%.
- Financiamiento hasta 12 años plazo.
- Financiamiento de hasta el 80% del precio de venta de la vivienda.
- Financiamiento para viviendas cuyo precio de venta sea hasta \$60000.
- Tasa de interés fija durante todo el período de crédito.
- Para clientes y no clientes del Banco.
- Sólo aplica para viviendas nuevas.

El banco, ahora manejado por el gobierno central cuenta también con dos créditos mas denominados “Hipoteca Pacífico” y “Construya con el Pacífico” adicionalmente a este crédito también el MIDUVI, concede créditos para la entrada de una vivienda de hasta 5000,00 dólares.

Así mismo el IESS genera créditos hipotecarios sin entrada de hasta 70.000,00 dólares hasta 25 años plazo y desde el 8% de interés anual, préstamo que se otorga en función del sueldo reportado mensualmente a la institución estatal.

## INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Ilustración 12

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social							
Cuadro de cupos y capacidad de endeudamiento para préstamos hipotecarios							
Tasa máxima de vivienda		11,33%	Años		Años	Años	Años
Tasa segmento de vivienda para noviembre 2008		10,82%	Pago total/ PH				
Tasa actuarial		7,47%	1,22	1,46	1,85	2,36	2,90
% tasa IESS-tasa vivienda BCE		75%	75%	75%	85%	95%	100%
SUELDO REPORTADO	máxima mensual (como % del)	3	5	10	15	20	25
Hasta	40%	8,12%	8,12%	8,12%	9,20%	10,28%	10,82%
\$ 200	\$ 80	\$ 2.549	\$ 3.935	\$ 6.561	\$ 7.797	\$ 8.134	\$ 8.272
\$ 350	\$ 140	\$ 4.460	\$ 6.886	\$ 11.481	\$ 13.645	\$ 14.234	\$ 14.476
\$ 450	\$ 180	\$ 5.734	\$ 8.853	\$ 14.762	\$ 17.544	\$ 18.301	\$ 18.612
\$ 600	\$ 240	\$ 7.646	\$ 11.804	\$ 19.682	\$ 23.391	\$ 24.401	\$ 24.816
\$ 800	\$ 320	\$ 10.195	\$ 15.739	\$ 26.243	\$ 31.189	\$ 32.534	\$ 33.088
\$ 1.000	\$ 400	\$ 12.743	\$ 19.674	\$ 32.804	\$ 38.986	\$ 40.668	\$ 41.360
\$ 1.250	\$ 500	\$ 15.929	\$ 24.592	\$ 41.005	\$ 48.732	\$ 50.835	\$ 51.699
\$ 1.500	\$ 600	\$ 19.115	\$ 29.511	\$ 49.206	\$ 58.478	\$ 61.002	\$ 62.039
\$ 1.750	\$ 700	\$ 22.300	\$ 34.429	\$ 57.407	\$ 68.225	\$ 71.169	\$ 72.379
\$ 2.000	\$ 800	\$ 25.486	\$ 39.348	\$ 65.608	\$ 77.971	\$ 81.336	\$ 82.719
\$ 2.500	\$ 1.000	\$ 31.858	\$ 49.185	\$ 82.010	\$ 97.464	\$ 101.670	\$ 103.399
\$ 3.000	\$ 1.200	\$ 38.229	\$ 59.022	\$ 98.412	\$ 116.957	\$ 122.003	\$ 124.079
\$ 4.000	\$ 1.600	\$ 50.973	\$ 78.696	\$ 131.216	\$ 155.943	\$ 162.671	\$ 165.438
\$ 6.000	\$ 2.400	\$ 76.459	\$ 118.044	\$ 196.824	\$ 233.914	\$ 244.007	\$ 248.158
\$ 10.000	\$ 4.000	\$ 127.431	\$ 196.739	\$ 328.041	\$ 389.856	\$ 406.678	\$ 413.596
\$ 15.000	\$ 6.000	\$ 191.147	\$ 295.109	\$ 492.061	\$ 584.784	\$ 610.017	\$ 620.394
Meses de crédito		36	60	120	180	240	300

Fuente: Dirección Nacional de Riesgos de Inversión-IESS

FUENTE: DIRECCION NACIONAL DE RIESGOS DE INVERSION: IESS  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La propuesta es parte del plan de incentivos del Gobierno para reactivar la construcción y facilitar, a la clase media, préstamos para la vivienda.

El gobierno ha destinado 200 millones de dólares al Banco del Pacífico para este fin. La única condición es que sea su primera casa no importa si es o no cliente de la entidad.

Gonzalo Vivero, Vicepresidente Ejecutivo del Banco, calcula que podrían ser beneficiadas unas 5 mil personas a quienes les podrían otorgar los créditos hasta finales del próximo año.

Además se conoció que 200 millones de dólares serán puestos en el Banco Ecuatoriano de la Vivienda para otorgar créditos a constructores con un interés anual de 5%.

Estos son los proyectos impulsados por el BEV hasta el mes de marzo de 2010.

## VIVIENDAS FINANCIADAS A NIVEL NACIONAL POR PRECIO

Ilustración 13



FUENTE: IESS

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Antecedentes que sustentan en gran medida al ámbito inmobiliario, quizá siendo el factor fundamental para la toma de decisiones en el sector. Siendo estos elementos financieros, los que facilitan no solo la obtención del capital requerido para el desarrollo de los proyectos, sino también los medios económicos para la adquisición de los bienes generados.

## RESUMEN DEL ESCENARIO MACRO-ECONOMICO

Ilustración 14

<b>INDICADOR</b>	<b>ESTADO</b>	<b>CONCLUSION</b>
PRODUCTO INTERNO BRUTO		EL INCREMENTO HISTORICO DEL PROCUTO INTERNO BRUTO, ES UN INDICADOR POSITIVO PARA LA GENERACION DE PROYECTOS DE CONSUMO Y LA ADQUISICION DE LOS MISMOS
CONSTRUCCION Y EMPLEO		EL EMPLEO A NIVEL NACIONAL, PARTICULARMENTE, HA MANTENIDO UNA TENDENCIA MAS BIEN ESTABLE LO CUAL ES POSITIVO PARA LA GENERACION DE PROYECTOS INMOBILIARIOS
INFLACION		LA INFLACION A MOSTRADO UNA IMPORTANTE ESTABILIDAD EN LOS ULTIMOS ANOS, INCLUSO CON TENDENCIA A LA BAJA, LO QUE PROPICIA UN AMBIENTE POSITIVO PARA LA GENERACION DE PROYECTOS DE ESTE TIPO
REMESAS DE EMIGRANTES		LAS REMESAS DE EMIGRANTES HAN DISMINUIDO DE MANERA CONSIDERABLE AFECTANDO DIRECTAMENTE AL SECTOR DE LA CONSTRUCCION INMOBILIARIA
DOLARIZACION		LA DOLARIZACION HA GENERADO UN AMBIENTE DE CONFIANZA Y ESTABILIDAD EN TODOS LOS CAMPOS DE NEGOCIO
CREDITO INMOBILIARIO		EL CREDITO INMOBILIARIO, EN LOS ULTIMOS ANOS, SE HA INCREMENTADO SUSTANCIALMENTE, LO QUE NATURALMENTE HA ALIMENTADO AL SECTOR, ESPECIALMENTE PARA LA GENERACION DE PROYECTOS DE INTERES SOCIAL

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 2. DEFINICION GENERAL Y LOCALIZACION

**E**n el presente capitulo se describe globalmente todas las características generales del proyecto, objeto del plan de negocios desarrollado en este documento.

El proyecto a ser evaluado es de carácter inmobiliario, el mismo que está orientado para ser explotado como vacacional principalmente, está concebido en una edificación aterrizada, en la ciudad de Manta, provincia de Manabí.

### 2.1 DATOS GENERALES:

La siguiente tabla describe de manera global el proyecto a ser evaluado en el plan de negocios a desarrollarse a continuación.

#### EVALUACION GLOBAL DEL PROYECTO

Ilustración 15

TIPO DE PROYECTO	INMOBILIARIO
TIPOLOGIA	EDIFICACION ATERRAZADA
PROMOTOR	SAMAY
NOMBRE DEL PROYECTO	MARINA TERRACE
LOCALIZACION	CIUDAD DE MANTA, CONJUNTO CIUDAD DEL MAR, SECTRO BARBASQUILLO, LOTE 13-17
AREA DEL TERRENO	2691.9 M2
AREA DE CONSTRUCCION	5092 M2 DE AREAS EDIFICADAS 229 DE AEREAS ABIERTAS Y RECREATIVAS
NUMERO DE UNIDADES PREVISTAS	13 DEPARTAMENTOS SIMPLES 33 DEPARTAMENTOS DUPLEX
TIEMPO ESTIMADO DEL PROYECTO INMOBILIARIO	32 MESES

FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 2.2 LOCALIZACION

### 2.2.1 LOCALIZACION GENERAL

El proyecto se encuentra ubicado el cantón Manta en la provincia de Manta en la costa del Ecuador, que presenta las siguientes condiciones demográficas y geográficas:

Manta limita, al norte, sur, al oeste con el océano pacífico, al sur con el Cantón Montecristi, y al este los Cantones Montecristi y Jaramijó, su ubicación es estratégica para el ingreso de todo tipo de embarcaciones, ya que se encuentra en el centro del litoral ecuatoriano.

### SUPERFICIE

El cantón Manta posee 306 kilómetros cuadrados.

### POBLACIÓN

Aproximadamente 250.000 habitantes y su crecimiento acelerado le han permitido convertirse en un polo de desarrollo, industrial, comercial, y especialmente turístico, siendo las industrias pesquera y turística las de mayor auge.

### CLIMA

En Manta el clima es tropical, cálido, seco, fresco; el cambio climático está supeditado a la presencia de la corriente fría de Humboldt y el fenómeno de El Niño.

### TEMPERATURA

Tiene una temperatura promedio de 28° C, la que es variable tanto en el verano como en el invierno; en la época de invierno sube más de 30° C, mientras que en el verano en determinadas épocas provoca olas de frío donde la temperatura baja a 20° C y 22° C por las noches o madrugadas.

### ALTITUD

Es de cinco metros sobre el nivel del mar, le dan preferencia para ser acogidas como prioridad vacacional.

### DIVISIÓN POLÍTICA

El cantón Manta tiene cinco Parroquias Urbanas, dos rurales; y, pintorescos recintos.

Los Recintos de Manta son los siguientes:

San Juan, La Travesía de Jome; Los tres Pacoches – de afuera, del centro y de arriba o de adentro; El Aromo; Ligüique; Las Piñas; Santa Rosa.

Ubicada en Manta, la mejor zona turística y de desarrollo de Ecuador, cerca de las principales ciudades y con un clima excelente todo el año.

## UBICACIÓN GENERAL

Ilustración 16



FUENTE: [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)  
ELABORACION: PATRICIO CATILLO

La terminal marítima de Manta se caracteriza por estar ubicada a mar abierto y contar con aguas profundas, localizada a escasas 25 millas de la línea de tráfico internacional, que le confieren ventajas competitivas incomparables en la zona.

Estos atributos permiten que no haya congestionamiento y que el proceso de desembarque se pueda realizar con velocidad. Por el Puerto de Transferencia de carga internacional actualmente pasan unos 40.000 contenedores anuales.

A parte del excelente movimiento económico derivado de las actividades pesqueras y comerciales, la ciudad de Manta es un importante foco turístico del Ecuador.

## CONEXIONES A MANTA

Ilustración 17



FUENTE: [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

- **Continente:** Americano (América del Sur)
- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Manabí
- **Posición astronómica:** 0° 57' 35" de latitud Sur. 80° 43' 02" de longitud Oeste.
- **Altitud Promedio:** 6m. sobre el nivel del mar
- **Precipitaciones:** 210m.m.
- **Temperatura media:** 26° C en invierno y 24° C en verano.

Su popularidad se debe a que es el único balneario del país con tinte urbano: aparte de contar con una buena playa y estar cerca de los parajes y reservas naturales más bellas del país, la ciudad de Manta posee una importante infraestructura dotada de centros comerciales, hospitales, centros educacionales, atracciones turísticas y culturales, como también de hoteles de primer nivel, con la presencia de importantes cadenas internacionales.

### COMUNICACIÓN EN MANTA

Ilustración 18

La comunicación al Puerto de Manta se la mantiene a través de los sistemas de Carreteras, Vías Navegables y Aeropuertos.			
<b>COMUNICACIÓN TERRESTRE</b>	<b>Distancias</b>	Guayaquil:	190 kms
		Quito:	400 kms
		Cuenca:	446 kms
	<b>Al Oriente</b>	Manta - Quito - Pto. Orellana :	800 kms
		Manta - Quevedo - Latacunga - Pto. Orellana	550 kms
		Manta - Guayaquil - Pto. Zamora :	600 kms
<p>Vía Costanera conecta al Puerto de Manta con todos los Puertos, sectores de la producción, la Ruta del Sol, del Surf, Spondylus, y destinos turísticos del Ecuador.</p> <p>Vía Puerto Aeropuerto de 8,5 km longitud que cierra el anillo vial que circunda a la ciudad.</p>			
<b>COMUNICACIÓN MARÍTIMA</b>	<p>Domésticas Hasta San Lorenzo-Esmeraldas, al Norte hasta la provincia del Guayas al Sur.</p> <p>Internacionales: Conectado con los 5 continentes a través del Canal de Panamá y por el Estrecho de Magallanes.</p>		
<b>COMUNICACIÓN AÉREA</b>	<p>En las cercanías de la Ciudad de Manta, se sitúa el Aeropuerto "Eloy Alfaro de Manta", que cuenta con una pista de 3.100 m, considerada la de mayor resistencia del país y Sudamérica. El tiempo de vuelo, respecto a principales aeropuertos del país:</p>		
		Quito:	35 minutos
		Guayaquil:	30 minutos
		Galápagos:	90 minutos

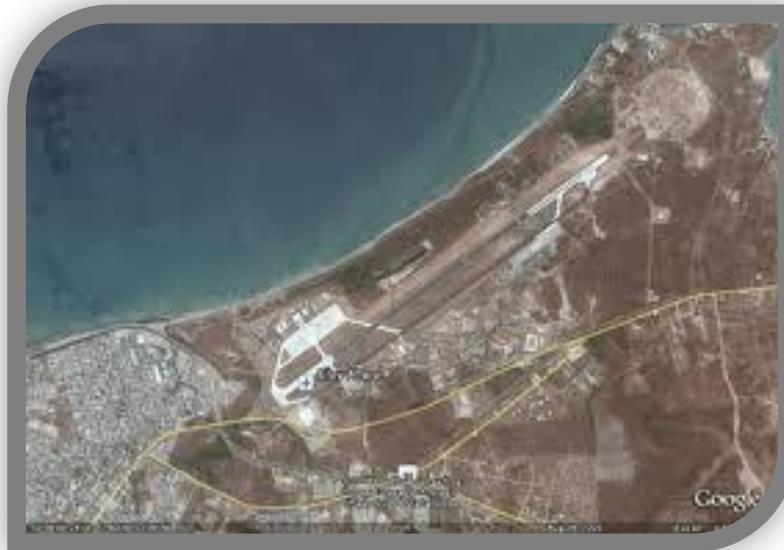
FUENTE: [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### EL AEROPUERTO DE MANTA

Su aeropuerto, mantiene a Manta cerca de cualquier lugar del país y del mundo. El clima es cálido, con temperaturas promedio anuales que fluctúan entre los 25 y 26° centígrados.

## AEROPUERTO DE MANTA

Ilustración 19



FUENTE: [www.googleearth.com](http://www.googleearth.com)

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## EL PUERTO DE MANTA

Ilustración 20



FUENTE: CONSEJO PROVINCIAL DE MANABI

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

**El puerto de Manta es un puerto ágil, eficiente y de mar abierto con calado natural de 12 mts. y acceso directo, las 24 hs. del día, los 365 días del año.**

## INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS PORTUARIOS

El Puerto de Manta cuenta con 2 muelles internacionales con un total de 800 mts. de atracadero de hasta 12 mts. de profundidad, capaces de recibir embarcaciones de gran calado; 3 muelles pesqueros que constituyen una sola línea de 618 mts. y con una profundidad de 4,20 hasta 9 mts. y un total de 12 hectáreas para almacenamiento de contenedores y carga general.

El portafolio de servicios de Autoridad Portuaria de Manta brinda las siguientes facilidades:

Ilustración 21



FUENTE: [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)

- **A los Buques**

Uso de facilidades de acceso, muelles y fondeadero.

Uso de remolcadores, practicaaje, cuadrilla de amarre y desamarre avituallamiento para las naves.

Ilustración 22



FUENTE: [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)

- **A las Cargas**

Estiba y desestiba, manejo y transporte de cargas de exportación e importación, contenedores, carga general, graneles, productos congelados y vehículos.

Almacenamiento y custodia para contenedores, vehículos y carga general.

Empresas de agentes afianzados de aduana y agencias autorizadas para representación de naves de cualquier nacionalidad.

**Resumen de inversiones hechas y previstas para la ciudad de Manta**  
**Ilustración 23**

<b>DETALLE DE INVERSIONES</b>			
<b>PROYECTO</b>	<b>CONSORCIO/GOBIERNO</b>	<b>MONTO (millones US \$)</b>	<b>PLAZO (años)</b>
Base Aérea Manta - Puesto Avanzado de Operaciones (FOL) [concesión 2001-2009]	Gobierno EE.UU.	<b>70</b>	8
Ciudad Alfaro - Sede Asamblea Constituyente [ejecutado 2007]	Ecuador	<b>7,75</b>	1
Puesto de Inspección de Preentrega Hyundai (PDI) [almacenera más grande Latinoamérica - capacidad 2000 vehículos, ejecutado 2007]	Grupo El Juri	<b>5</b>	15
Ensambladora Hyundai	Grupo El Juri	<b>N/D</b>	en análisis
Puerto de Transferencia de Carga Internacional	Hutchinson Port Holdings (HUT)	<b>600</b>	30
Muelles Pesqueros	Autoridad Portuaria Manta (APM)	<b>24</b>	15
Refinería de Crudos Pesados	Ecuador/Venezuela	<b>4000</b>	10
Ruta Intermodal Manta-Manaos	Ecuador/Brasil	<b>800</b>	5
Aeropuerto Intercontinental Manta	Ecuador/China	<b>aprox. 350</b>	N/D
<b>MONTO DE INVERSIÓN ANUAL PROMEDIO</b>		<b>195,23</b>	<b>30</b>

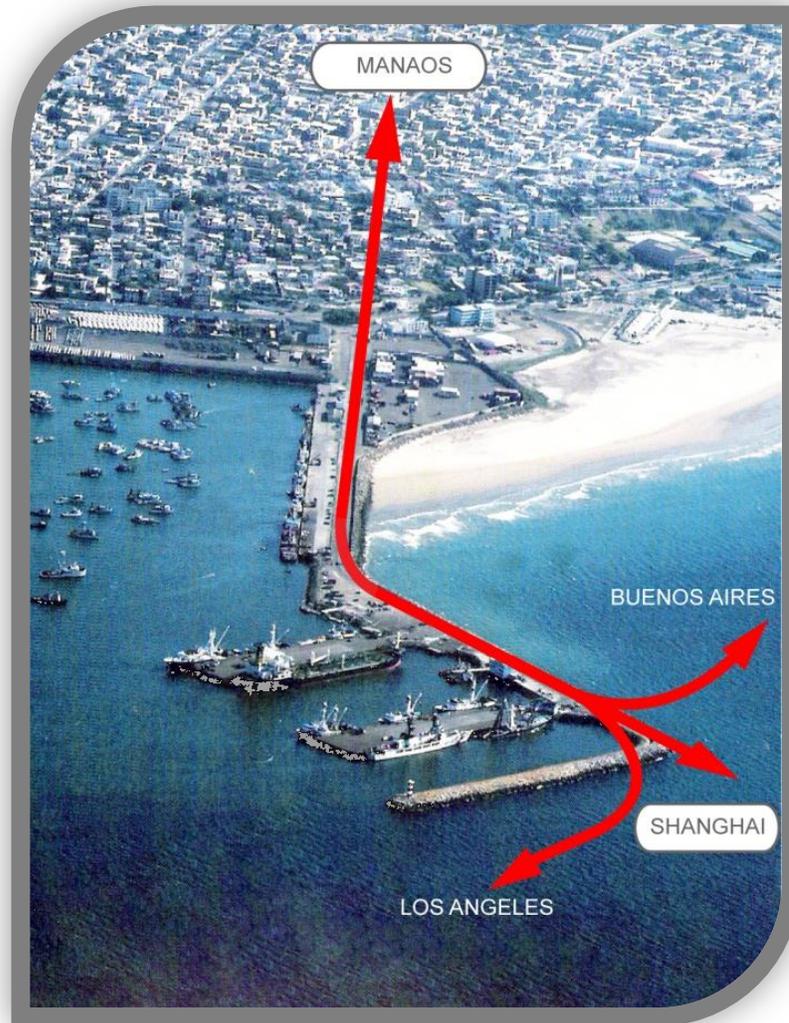
**FUENTE:** [www.manta.gov.ec](http://www.manta.gov.ec)

**ELABORACION:** PATRICIO CASTILLO

El corredor logístico Manta-Manaos, que pretende unir los océanos Pacífico y Atlántico a través de un eje intermodal que combinará el transporte marítimo con el aéreo, terrestre y fluvial, también es un proyecto impulsado por el presidente Rafael Correa en conjunto con su homónimo brasileño, Luiz Inácio Lula da Silva.

## Eje Intermodal Manta-Manaos

Ilustración 24



FUENTE: ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE MANTA

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La idea es convertir a Manta en un puerto de servicios tanto para el comercio marítimo internacional como para el transporte y transferencia aérea de carga para el Atlántico y el Pacífico. Mediante este eje, se visiona la posibilidad de eliminar tiempos y costos transportando por este puerto la mercadería procedente de Asia para todo el continente.

Otro megaproyecto estudia la posibilidad de convertir el aeropuerto de Manta, a partir del 2009, “en punto de coordinación con el continente y de América Latina con China para facilitar negocios e intercambios.” (“Ecuador piensa en...”, El Comercio, 06.12.2007)

A inicios del 2007, también se firmó la concesión del puerto de Manta con el consorcio chino Hutchinson Port Holdings, a través de su empresa filial Terminales Marítimas internacionales (TIDE), que incluye la construcción de dos muelles internacionales, grúas de transmisión, patios de almacenamiento y edificios operativos.

Por su lado, las autoridades turísticas de Manta han establecido acuerdos con las grandes operadoras de cruceros a nivel mundial. Solamente en 2007 atracaron en Manta 30 buques turistas, con entre 2000 a 3000 pasajeros cada uno. “La presencia de los buques deja en Manta unos 120 mil dólares por nave” (“Los cruceros arriban a Manta, El Comercio, 19.01.2007), y cuyos turistas por lo general se quedan una semana en Manta y luego se desplazan en avión a Galápagos y Quito.

Sin duda alguna, todos estos proyectos e inversiones a futuro apuntan a que se incrementará la población de la ciudad, motivo por el cual la demanda de vivienda en Manta seguirá aumentando en el largo plazo.

### Plano de Manta - sectores residenciales segmento medio alto Ilustración 25



FUENTE: INFORMACION MDI 2010

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## Levantamiento de sectores residenciales

Ilustración 26

ZONA	SECTOR	COMENTARIO
1	PLAYA MURCIELAGO	UNA DE LAS ZONAS MAS COTIZADAS DE LA CIUDAD, SE ENCUENTRA JUNTO AL MALECON ESCENICO Y FACILMENTE SE TIENE ACCESO A TODO TIPO DE SERVICIOS
2	UMINA	ZONA RESIDENCIAL Y MAS PASIVA QUE LA ZONA 1, AMBIENTE FAMILIAR
3	BARBASQUILLO	SECTOR DEL PROYECTO MARINA TERACE, ES LA NUEVA ZONA EXCLUSIVA DE MANTA, CON UNA MEJOR PLANIFICACION QUE LAS ZONAS ANTERIORES Y UNA PROYECCION INMIBILIARIA SUPERIOR A LOS OTROS 2 SECTORES

FUENTE: INFORMACION MDI 2010

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 2.2.2 UBICACIÓN ESPECÍFICA DEL PROYECTO

El proyecto Marina Terrace, será desarrollado en la CIUDAD DE MANTA, CONJUNTO CIUDAD DEL MAR, SECTRO BARBASQUILLO, LOTE 13-17.

En la ciudad de Manta, se construye Ciudad del Mar Village Resort & Club. El proyecto es auspiciado por Promotora Inmobiliaria CSG, Pronobis y Metros Cuadrados y constituye una apuesta por convertirse en la primera ciudad con vista al mar, bajo un concepto inmobiliario de Casa Club.

La nueva ciudad, similar a Ciudad del Sol en Guayaquil, estará ubicada en el inicio de la Ruta del Sol, en uno de los principales puertos del Ecuador, y representará una inversión de más de \$36 millones.

La edificación se levantará dentro de 36 hectáreas de construcción y contará con 300 lotes de terreno, los mismos que irán desde los 450 m<sup>2</sup>.

Por ahora, el proyecto cuenta con el 100% de su primera etapa adjudicada, mientras que en la segunda etapa, que se inició hace pocos meses, el 70% ya está vendido.

Una vez que arranque el plan habitacional, los beneficiarios podrán acceder a las áreas deportivas, entretenimiento y comercial propias. Todo esto, dentro de una arquitectura mediterránea.

A más de ello, se contará con una Casa Club para uso de sus propietarios e invitados, quienes podrán utilizar la piscina y el gimnasio, con privacidad, servicio y seguridad.

El proyecto espera convocar a empresarios y comerciantes, puesto que Manta cuenta con ocho frecuencias de vuelo al día desde Quito y desde Guayaquil y con varias frecuencias desde otras ciudades.

El proyecto Ciudad del Mar genera más de 300 nuevas plazas de trabajo directo para los mantenses, lo que ha impulsado el desarrollo del trabajo en la zona y en sus alrededores.

Manta se constituye de este modo en una ciudad en constante desarrollo y avance arquitectónico de élite.

## UBICACIÓN EXACTA

Ilustración 27



FUENTE: [www.ciudaddelmar.com](http://www.ciudaddelmar.com)

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La ubicación específica del proyecto, dentro de la urbanización, es realmente privilegiada, ya que además de encontrarse frente al mar, se ubica cerca a todos los servicios comunales, que presta la urbanización Ciudad

del Mar, pero con el suficiente espacio como para contar con la privacidad necesaria para todos los futuros clientes del proyecto.

## UBICACION ESPECÍFICA DEL PROYECTO

Ilustración 28



## LOTE 13-17, UBICACIÓN DE LA UBICACION

FUENTE: [www.ciudaddelmar.com](http://www.ciudaddelmar.com)

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

# 3 ANALISIS Y COMPOSICION ARQUITECTONICA

La comercialización y estrategias de mercado dependerán específicamente de la arquitectura y la composición técnica del proyecto inmobiliario, tomando en cuenta las ventajas y debilidades que el mismo presente para el proyecto.

## 3.1 LOTE

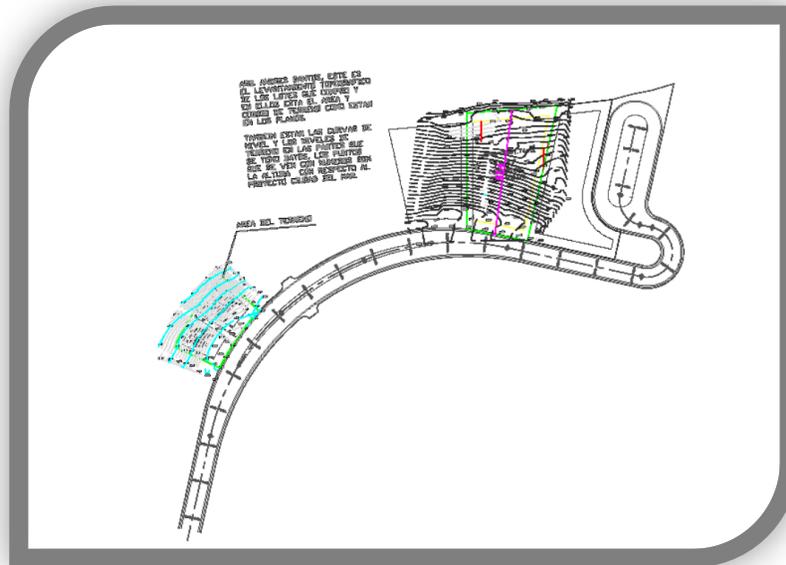
El lote sobre el que se construirá **Marina Terrace** se encuentra ubicado en la urbanización Ciudad del Mar. El terreno se encuentra ubicado en el Sector de Barbasquillo en el lote 13-17 frente al mar en la playa de Piedra Larga.

**Urbanización Ciudad del Mar Proyecto Marina Terrace**  
Ilustración 29



FUENTE: [www.ciudaddelmar.com](http://www.ciudaddelmar.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## Localización de Marine Terrace dentro de la Urbanización Ciudad del Mar. Ilustración 30



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El área total del lote 13 -17 es de 2691.94 m<sup>2</sup> de acuerdo a escrituras y se encuentra ubicado dentro de la Urbanización en la Ciudad del Mar.

El desarrollo arquitectónico del proyecto está dado en base a las dimensiones de los linderos que conforman el mismo según, lo redactado en el cuadro anterior.

### 3.2 INFORME DE LINEA DE FABRICA (I.R.M)

En cuanto al análisis legal para la proyección de Marina Terrace, las resoluciones respecto a las regulaciones de construcción como alturas, áreas de ocupación y demás aspectos civiles se regirán a la normativa vigente en el cantón Manta y la zonificación pertinente.

Las ordenanzas de edificación se establecen en el código de urbanismo de la ciudad y la presente línea de fábrica ordena la construcción del proyecto.

**Línea de fábrica y evaluación**  
**Ilustración 31**

<b>LÍNEA DE FÁBRICA (IRM) - I. MUNICIPALIDAD DE MANTA</b>		
CLAVE CATASTRAL	1160506000	✓
ZONIFICACIÓN	A408	✓
FORMA DE OCUPACIÓN DEL SUELO	Aislada	✓
LOTE MÍNIMO	400 m2	2691.94 m2
FRENTE MÍNIMO	15 mts	32 mts
ALTURA MÁXIMA	8 Pisos (28 mts)	8 Pisos
DISTANCIA ENTRE BLOQUES	6 mts	-
RETIROS MÍNIMOS	-	
Frontal	5 mts	✓
Lateral	3 mts	✓
Posterior	3 mts	✓
<b>COS</b>	<b>50%</b>	<b>49.51%</b>
<b>CUS</b>	<b>105%</b>	

FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

**Cuadro de uso del suelo (COS P.B – COS P.A)**  
**Ilustración 32**

<b>CUADRO DE USO</b>									
<b>TERRENO</b>			<b>PERMITIDO</b>		<b>USADO</b>			<b>OBSERVACIONES</b>	
2699		COS P.B.	50%	1349.5		1333.63	49.41%		Area real Plano topográfico
2541.56		COS P.A.	105%	2699		2680.3769	99.31%		Area real Plano topográfico

FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

**3.3 PARTIDA ARQUITECTONICA**

Las conclusiones resultantes del análisis del sitio orientan las decisiones plásticas del proyecto arquitectónico.

El partido arquitectónico ejemplifica el cruce de dos volúmenes que generan una relación frontal-posterior en el sitio, el programa y el contexto lejano. Asimismo, los dos cuerpos enfatizan la esquina suroeste y liberan un

área considerable en la esquina opuesta (noreste) a ser ocupada por áreas de recreación al aire libre bastante amplia en dos niveles principales del proyecto.

### **Terreno donde se construirá Marine Terrace.**

**Ilustración 33**



**FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

De igual manera, el partido determina el desarrollo del edificio en dos cuerpos: una torre de seis pisos subdivida en seis niveles respetando la topografía original del terreno de un modo aterrazado y un segundo cuerpo consiste de una torre de similares características a la anterior en elevación, que constan de 6 niveles que van parten del 6to nivel y culminan en el 11avo nivel.

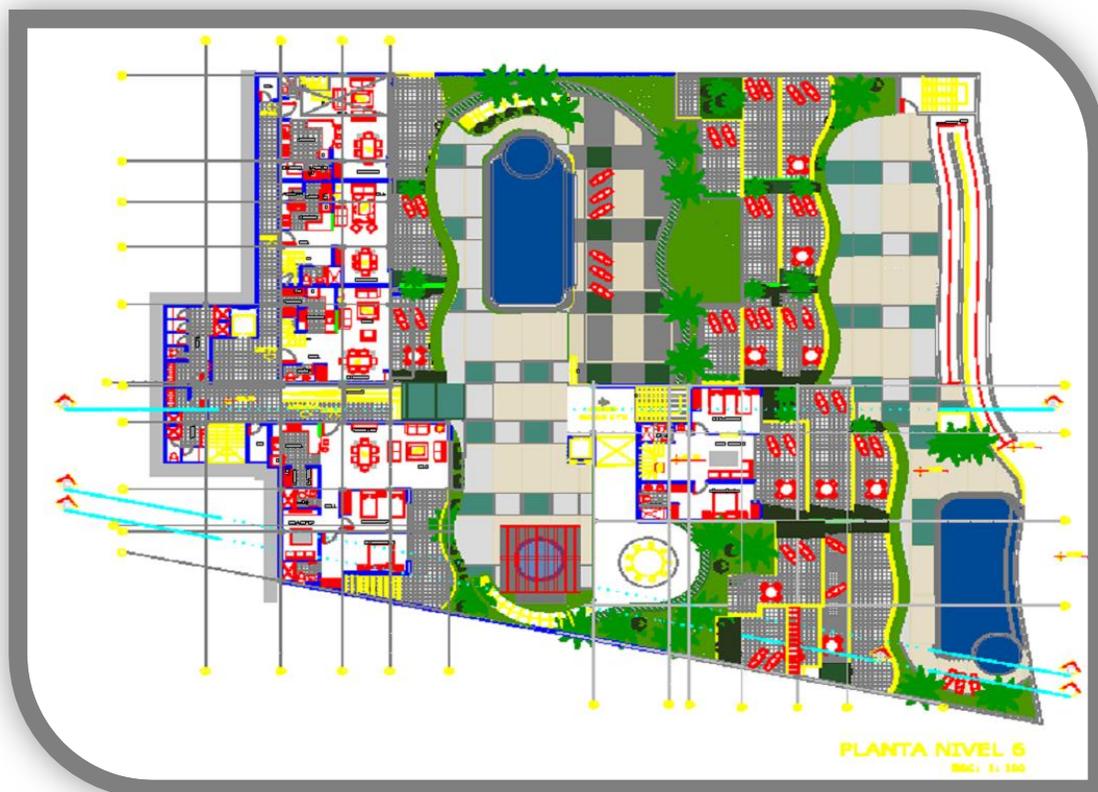
Cada nivel de ambas torres contiene áreas de parqueaderos y bodegas, más las áreas requeridas para equipamiento general del edificio, como áreas de distracción y áreas verdes.

Tanto en los niveles inferiores nivel 1, como en los niveles superiores nivel 6 existen áreas destinadas para piscinas que pertenecen a todos los bloques y suman a las áreas de distracción del proyecto.

Existen áreas inaccesibles que están ubicadas en la parte superior de cada bloque, es decir en los niveles 6 y 11 respectivamente, las mismas que se pueden observar en la planta general del proyecto.

#### IMAGEN 4.- Implantación del proyecto nivel 6

Ilustración 34



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La arquitectura de los volúmenes es de expresión contemporánea, con elementos prolongados y otros suspendidos, que reflejan el carácter y las posibilidades de la estructura libre. El nombre de Marine Terrace, por su lado, proviene de la forma sobre la cual ha sido diseñado este proyecto manteniendo una geometría escalonada según la topografía existente en la ciudad de Manta.

## Implantación general Marine Terrace. Ilustración 35



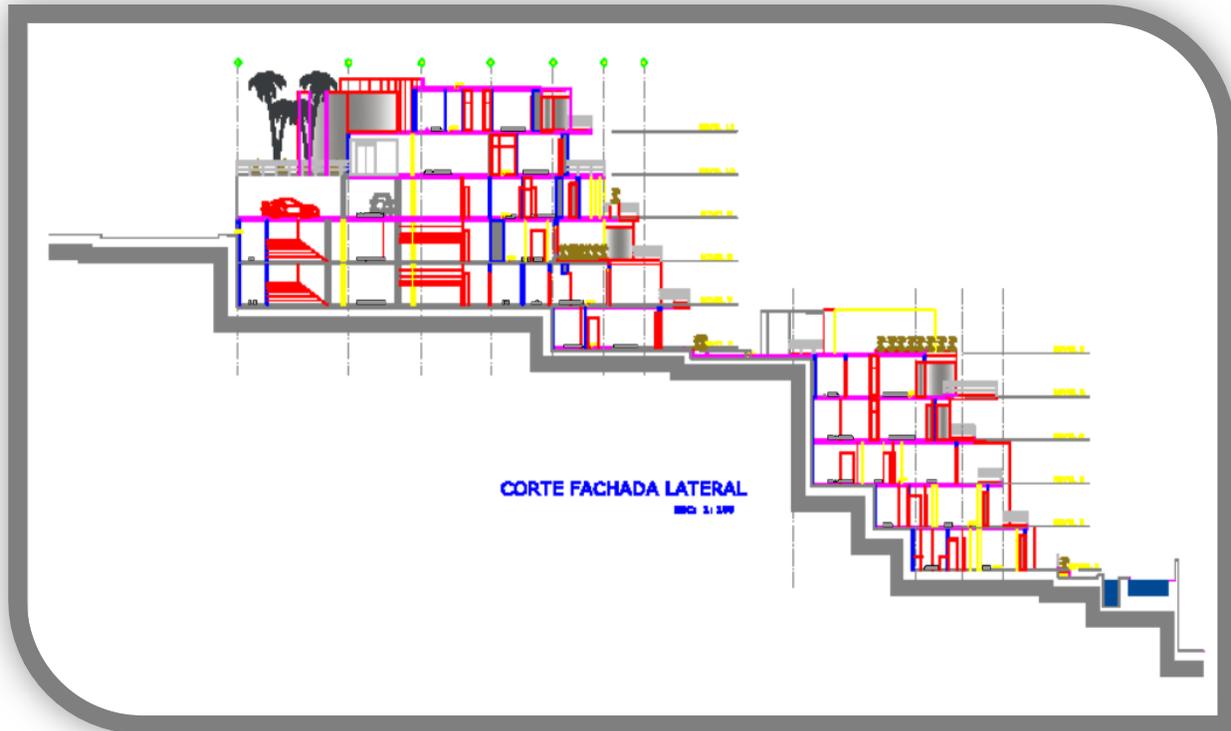
FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 3.3.1 DISEÑO ARQUITECTÓNICO

Las torres Marine Terrace buscan desarrollar un proyecto adecuado y acorde con su programa y contexto. Al ser una ciudad costera, la ciudad de Manta demanda una arquitectura distinta a la que se desarrolla en otros centros urbanos del país.

Las fachadas son de tratamiento libre, con un juego de aperturas que responde tanto al interior de los departamentos, como a la presencia de vistas imperantes. Hacia la avenida, los vacíos son controlados, puesto que su propósito está orientado al ingreso de luz. Hacia el océano, las ventanas son aperturas de escala mayor, que celebran la presencia del Pacífico, a la vez que se protegen del sol mediante elementos que generan sombra, como balcones.

**Fachada Lateral Marine Terrace.**  
Ilustración 36



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

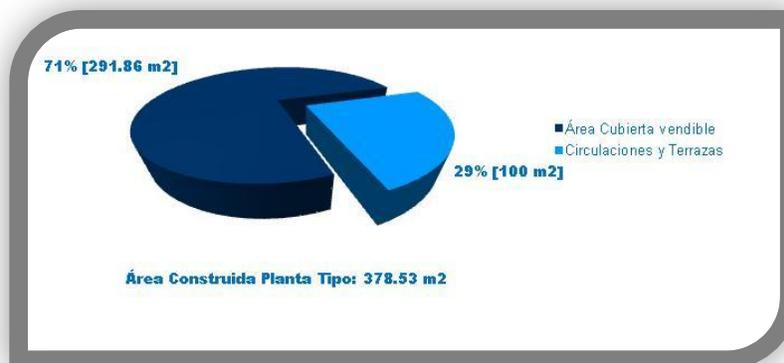
El programa se lee fácilmente desde el exterior, y constituye una respuesta honesta tanto al interior como a las intenciones arquitectónicas del proyecto.

La subdivisión en dos secciones escalonadas rompe la monotonía del cuerpo y alberga la primera disposición programática: La relación frontal-posterior del partido arquitectónico se vuelve manifiesta en la disposición de las unidades residenciales en este cuerpo: cada departamento tiene un frente visual amplio hacia el océano y uno más restringido hacia la avenida debido a la gran visibilidad que la topografía permite dar en este proyecto.

En promedio, cada nivel contiene un área construida aproximada de 378.53 m<sup>2</sup>, de los cuales 291.86m<sup>2</sup> son áreas cubiertas vendibles. El nivel 1 consta adicional de una área de recreación de 493.9 m<sup>2</sup> correspondiente al área de piscina y hall de circulación, al igual que en nivel 6.

### AREA CONSTRUIDA

Ilustración 37



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

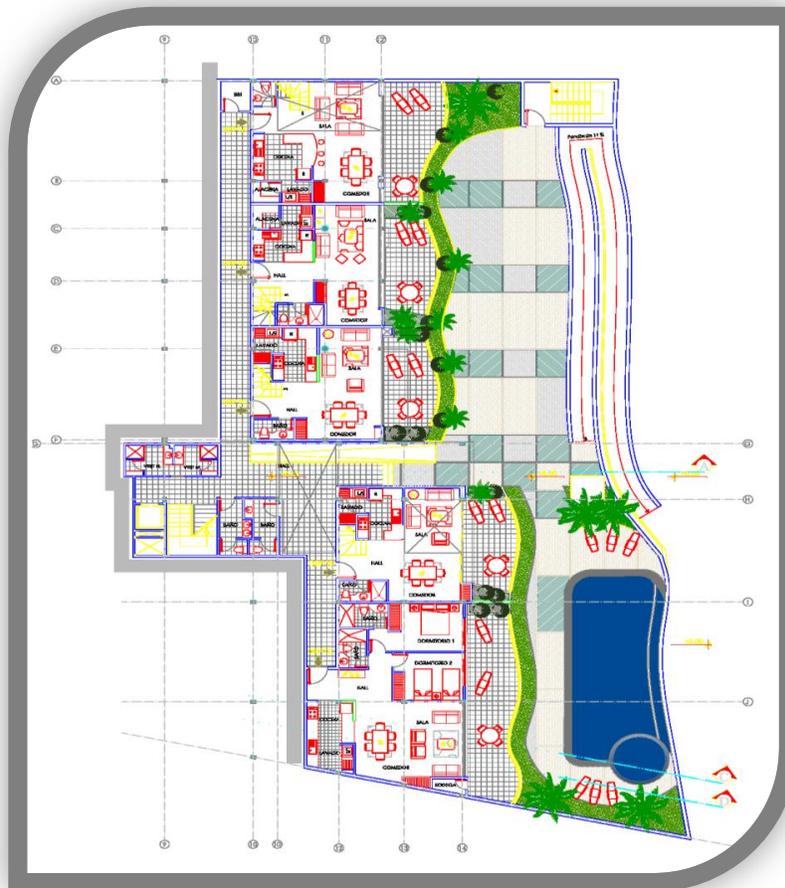
El proyecto Marine Terrace consta de dos bloques distribuidos en seis niveles cada uno, cuya fachada principal tiene una panorámica vista al mar dentro de una urbanización totalmente independiente, 30 departamentos por bloque distribuidos en 17 departamentos dúplex y 13 departamentos lineales.

Un departamento lineal 1E de 76.61 m<sup>2</sup>, 4 departamentos dúplex 1D de 53.79 m<sup>2</sup>, 1C de 49.85 m<sup>2</sup> 1B de 55.25 m<sup>2</sup> Y 1A de 56.36 m<sup>2</sup> desarrollados en primera planta componen el primer nivel del proyecto Nv 5+54 m, todos los departamentos con un corredor principal horizontal y con vista al mar. Adicionalmente este nivel consta con una área de recreación destinada a la piscina de 448.41 m<sup>2</sup> mas 45.49 m<sup>2</sup> de corredores y áreas de circulación.

Esta ubicación permite que todas las áreas habitables dispongan de ventilación e iluminación natural. Los departamentos de dos dormitorios 1D, 1C, 1B y 1A se encuentran en todo el bloque inicial y existen cuatro de cada uno de ellos al igual que el lineal 1E. El total de departamentos es treinta.

### Marine Terrace Nivel 1.

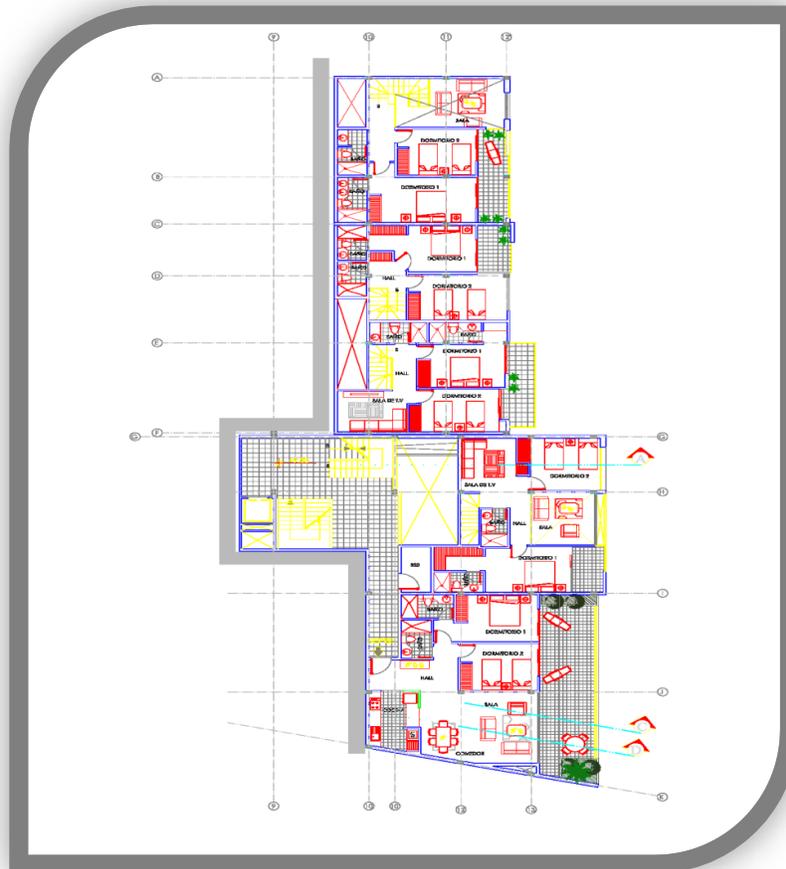
Ilustración 38



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

En el cuerpo central se alberga un hall de ingreso, y al final de este los vestidores y baños destinados para el área de la piscina, finalmente del lado norte se encuentran las áreas recreativas exteriores como piscina y jardines decorativos.

## Marine Terrace Nivel 2. Ilustración 39



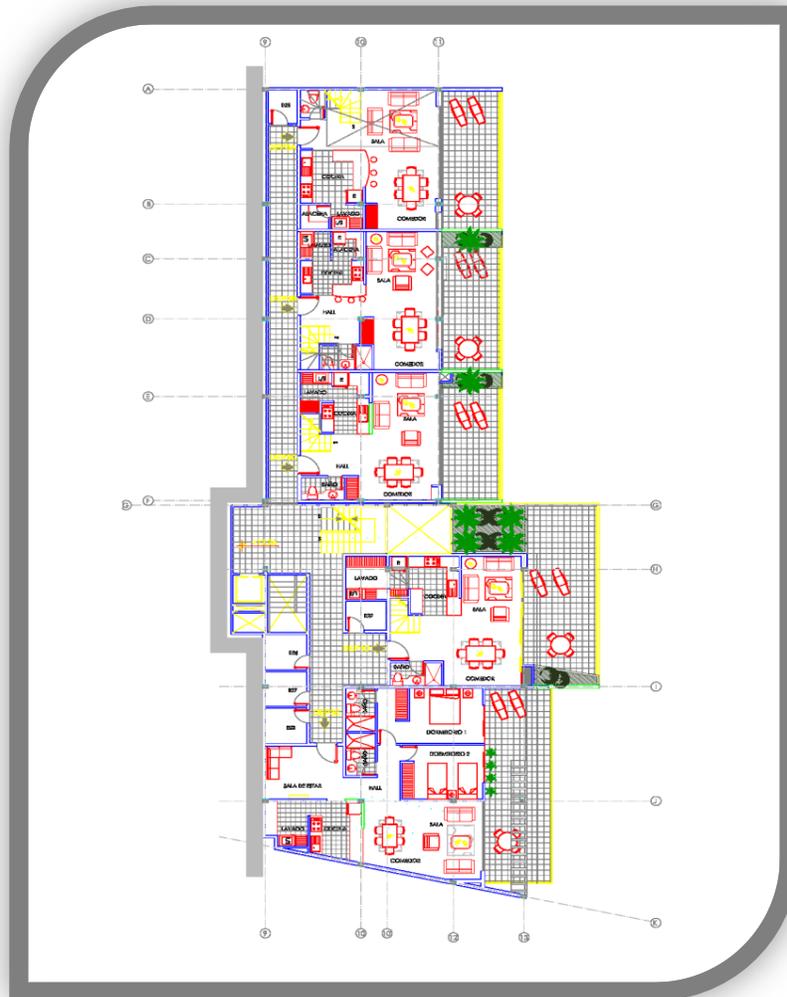
FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Los departamentos 1D, 1C, 1B y 1A se encuentran distribuidos en el segundo nivel del proyecto Marine Terraza a manera de segunda planta de los mismos como departamentos dúplex, con áreas aproximadas a los 50 m<sup>2</sup> por cada una de las plantas. Adicional a estos se encuentra a manera de departamento lineal el 2E con una área de 89.09 m<sup>2</sup> de construcción.

De igual manera en este nivel se ve provee un corredor de circulación y los departamentos dúplex gozan de balcones para apreciar la vista al mar.

El tercer nivel Nv 12+26 está distribuido por cuatro departamentos dúplex ( 3A, 3B, 3C, 3D ) y un departamento lineal 3E, que cubren la totalidad de este nivel con una distribución diferente a la de los niveles anteriores con áreas muy similares a las dominantes en los niveles anteriores.

### Marina Terrace Nivel 3. Ilustración 40

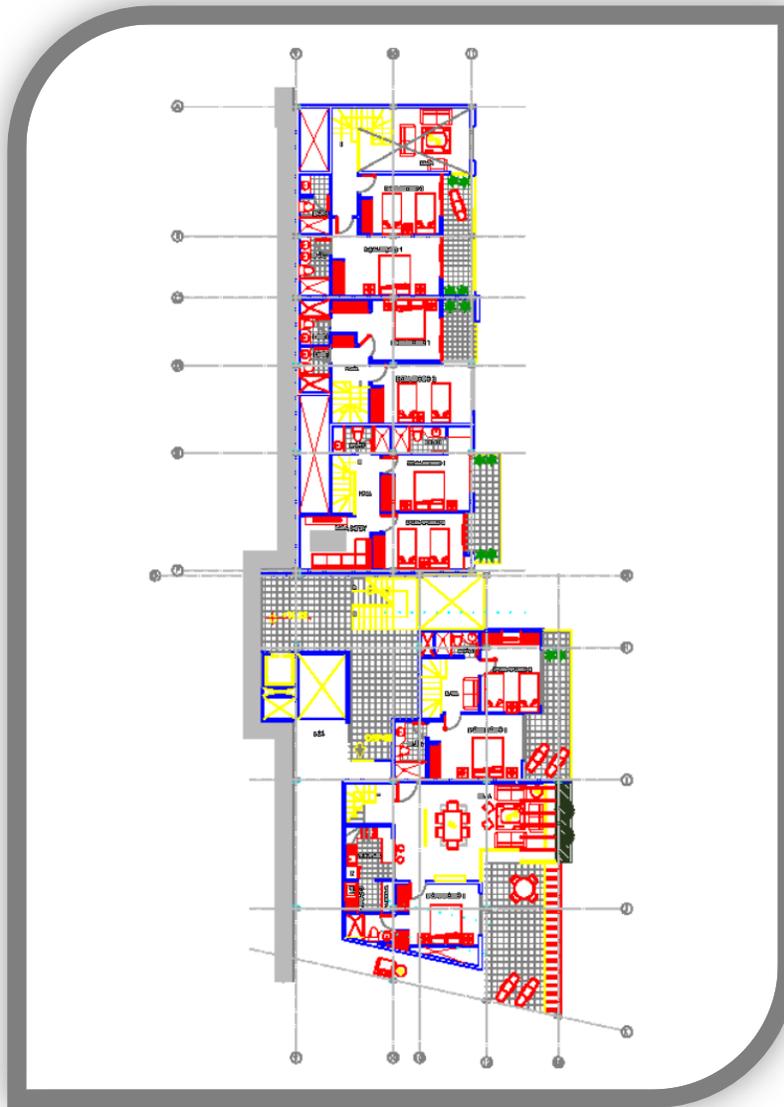


FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Los departamentos ( 3A, 3B, 3C, 3D ) se encuentran distribuidos en el Nv 14+42 en su segunda planta y un departamento dúplex adicional en su primera planta 4E, según se muestra en la imagen 9.

## Marine Terrace Nivel 4.

### Ilustración 41



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

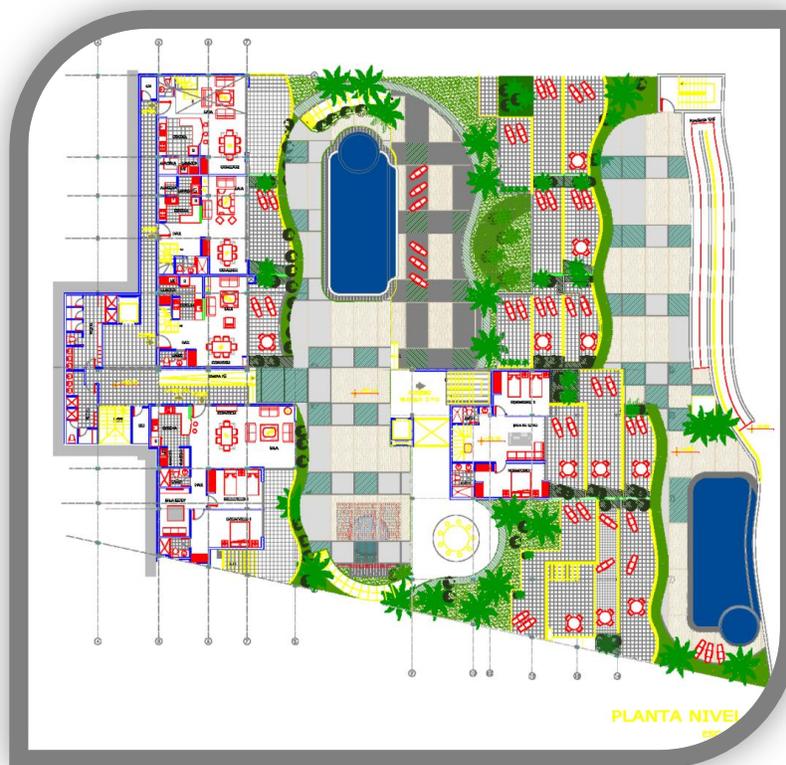
El nivel 6 del proyecto Marine Terrace c está distribuido por 3 departamentos lineales 5FN y 5E de 72.72 m<sup>2</sup> de construcción, 5FS de 89.22 m<sup>2</sup> y un departamento dúplex con un área total de 110.72 distribuida en sus dos plantas respectivamente, implementando una geometría diferente a las anteriores plantas generando un contraste con la arquitectura global del proyecto.

El programa del primer bloque se completa con el nivel 24+10 m donde contempla la segunda planta del departamento 5D. En este mismo nivel empieza la distribución de la segunda torre del proyecto.

El segundo bloque de Marina Terrace empieza en el nivel Nv 20+54, los departamentos dúplex 6A – 6B y 6C se encuentran distribuidos en este piso junto a un departamento lineal 6E con características geométricas ya establecidas en el primer bloque del proyecto, un corredor central que divide los departamentos de una y dos plantas termina con los baños y vestidores del área de la piscina, la misma que tiene una área de 568 m<sup>2</sup> de recreación y hermosa vista al mar.

### Marine Terrace Nivel 6, vista global del proyecto.

Ilustración 42



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Los niveles 7, 8 y 9 del segundo bloque de Marina Terrace tienen una distribución similar, se encuentran localizados 3 departamentos dúplex y un departamento lineal, el programa se completa con un área destinada a parqueaderos con rampas de circulación para acceder a los diferentes niveles de parqueo y bodegas para cada uno de los departamentos. Únicamente los departamentos de tres dormitorios disponen de espacio de parqueo para dos automóviles.

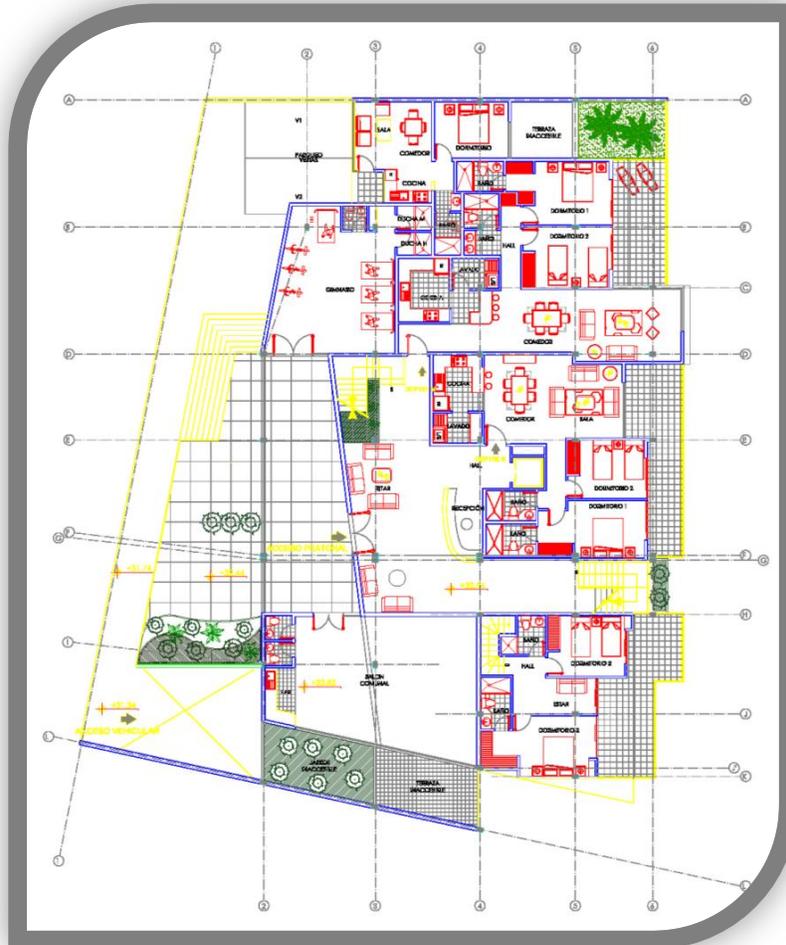
**Marina Terrace Nivel 8.**  
**Ilustración 43**



**FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO**  
**ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

El penúltimo nivel del proyecto está distribuido por 3 departamentos lineales y un departamento dúplex, el Nv 32+82 se caracteriza por la concentración de áreas de esparcimiento y distracción, un gimnasio equipado de 58.48 m<sup>2</sup>, el área comunal de 42.01 m<sup>2</sup>, el lobby de ingreso con 77 m<sup>2</sup>, patio de servicio y vivienda de conserje que suman 53.54 m<sup>2</sup>.

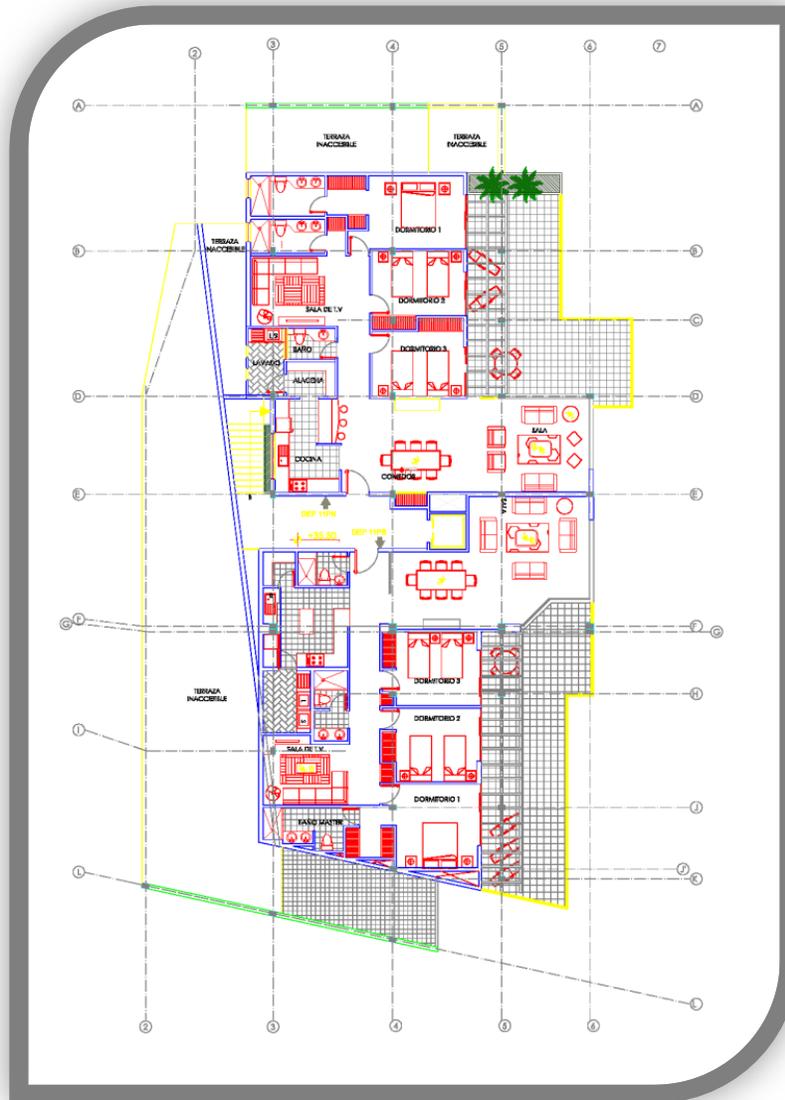
### Marina Terrace Nivel 10. Ilustración 44



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El proyecto se completa con el 11avo nivel de departamentos, las unidades 11PN y 11PS abarcan una área de 118.73 m<sup>2</sup> cada uno, convirtiéndose en los departamentos lineales de mayor área y con una distribución más amplia.

### Marina Terrace Nivel 11 Ilustración 45



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### **3.4 DISEÑO ESTRUCTURAL.**

La estructura del edificio se la realizará en hormigón armado en base a las dimensiones preestablecidas en el diseño arquitectónico, una vez que han sido confirmadas por el cálculo estructural. La sección promedio de las columnas es de 40x60cm, con una luz máxima de 5.20m.

### **3.5 MATERIALIDAD Y CROMÁTICA.**

El edificio se construirá con mampostería de bloque prensado, estucada y pintada. Los colores harán referencia al clima de la costa, en tonos blancos, beige y gris. La ventanería será de color azul, que establece una clara referencia al océano.

En las áreas de pisos se seleccionarán porcelanatos de fácil mantenimiento, mientras que para las áreas aledañas a la piscina se dispondrá de pisos en piedra o grano lavado lavada. Se ha procurado mantener superficies de terreno sin excavar para lograr una adecuada presencia de vegetación nativa de la costa.

La definición y descripción mas a detalle de los materiales a utilizar en el proyecto se la hará en un posterior capítulo de especificaciones técnica.

### **3.6 APROXIMACION Y ACCESIBILIDAD**

El lote en el que se ubica el proyecto Marina Terrace tiene el mayor frente hacia la playa. La ventaja de contar con una calle adicional permite que el ingreso a Marina Terrace se realice por la vía de menor conflicto con el tráfico, hacia el Oeste. La entrada vehicular se ubica en este costado, y el acceso peatonal en la esquina.

### **3.7 CUADRO DE AREAS GENERALES**

A continuación se presenta el cuadro general de áreas, en el cual se pueden apreciar las distintas distribuciones:

**Cuadro General de Áreas**  
Ilustración 46

**CUADRO DE AREAS GENERAL MARINA TERRACE**

CUADRO DE AREAS PLANTA BAJA								
NIVEL		ESPACIO	A. BRUTA X UNIDAD	AREA ABIERTA	CANT.	AREA BRUTA	AREA ABIERTA	
PLANTA BAJA	DUPLEX	DEP TIPO 1A,3A,6A,8A	56.36	11.5	4	225.44	46	
		DEP TIPO 1B,3B,6B,8B	55.25	21.49	4	221	85.96	
		DEP TIPO 1C,3C,6C,8C	49.85	20.76	4	199.4	83.04	
		DEP TIPO 1D, 5D	53.79	17.63	2	107.58	35.26	
		DEP TIPO 3D2	53.79	17.63	1	53.79	17.63	
		DEP TIPO 4 F	71.97	30.74	1	71.97	30.74	
		DEP TIPO 1 E	76.61	38.34	1	76.61	38.34	
	DEP LINEAL	DEP TIPO 6 E	91.21	45.13	1	91.21	45.13	
		DEP TIPO 8E	83.93	22.83	1	83.93	22.83	
		DEP TIPO 10 E NORTE	103.52	29.73	1	103.52	29.73	
		DEP TIPO 10 E CENTRO	87.005	18.25	1	87.005	18.25	
		DEP TIPO 10 E SUR	89.605	23.18	1	89.605	23.18	
						22		
	<b>SUBTOTAL PLANTA BAJA</b>						<b>1411.06</b>	<b>261.09</b>

CUADRO DE AREAS PRIMERA PLANTA							
NIVEL		ESPACIO	A. BRUTA X UNIDAD	AREA ABIERTA	CANT.	AREA BRUTA	AREA ABIERTA
PLANTA ALTA	DUPLEX	DEP TIPO 1A,3A,6A,8A	50.63	11.5	4	202.52	46
		DEP TIPO 1B,3B,6B,8B	41.69	9.51	4	166.76	38.04
		DEP TIPO 1C,3C,6C,8C	49.99	10.76	5	249.95	53.8
		DEP TIPO 1D, 5D	56.93	48.77	1	56.93	48.77
		DEP TIPO 3D2	51.88	43.71	1	51.88	43.71
		DEP TIPO 4 F	44.34	32.91	1	44.34	32.91
	DEP LINEAL	DEP TIPO 2 E	89.09	31.52	1	89.09	31.52
		DEP TIPO 3 E	91.02	31.52	1	91.02	31.52
		DEP TIPO 5E NORTE	72.72	18.48	1	72.72	18.48
		DEP TIPO 5 E SUR	89.22	35.13	1	89.22	35.13
		DEP TIPO 7E	80.28	39.1	1	80.28	39.1
		DEP TIPO 9E	98.12	28.18	1	98.12	28.18
		DEP TIPO 11P NORTE, 11 P SUR	118.73	58.5	2	237.46	117
		<b>SUBTOTAL PRIMERA PLANTA</b>					

CUADRO RESUMEN			
DESCRIPCION		AREA BRUTA CONSTRUIDA	AREA ABIERTA
TOTAL COSNTRUIDO DEPARTAMENTOS		2941.35	825.25
AREAS PARQUEADEROS		1288.32	0
TOTAL CONSTRUIDO AREAS COMUNALES		863.034	1468.32
<b>TOTAL GENERAL CONSTRUIDO</b>		<b>5092.704</b>	<b>2293.57</b>

FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## DESGLOCE DE AREA BRUTA

Ilustración 47



FUENTE: SAMAY PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 3.8 ESPECIFICACIONES TECNICAS

#### 3.8.1 ESTRUCTURA.-

- El hormigón a utilizarse tanto en la cimentación, vigas, losas y columnas es de  $240 \text{ kg/cm}^2$  según las especificaciones del código utilizado para su diseño, el acero de refuerzo tiene una resistencia a la fluencia de  $4200 \text{ kg/cm}^2$ .
- El código en base al cual se ha sustentado tanto, el análisis dinámico como el diseño de la estructura que conforma el presente proyecto, es el Código Ecuatoriano de la Construcción - CEC 2002. Adicionalmente y como elemento auxiliar, se ha recurrido al reglamento A.C.I. 318-08.

- El tipo de modelo estructural que se ha adoptado es el método conocido como PORTICO-ESPACIAL, el cual considera todas las normas y especificaciones establecidas en el Código Ecuatoriano de la Construcción, como ya se ha mencionado anteriormente.

### 3.8.2 ESCALERAS.-

- El hormigón a utilizarse en las escaleras es de  $240 \text{ kg/cm}^2$  y de igual manera al ser un elemento estructural se utilizara un acero de refuerzo con una resistencia a la fluencia de  $4200 \text{ kg/cm}^2$ .

### 3.8.3 CONTRAPISOS.-

- El hormigón a utilizarse en los contrapisos es de  $210 \text{ kg/cm}^2$ , además contienen una malla electrosoldada de refuerzo para evitar fisuras debido a la contracción del hormigón y por control de temperatura.

### 3.8.4 MAMPOSTERIA.-

- Para la mampostería se utilizaran bloques de cemento con un espesor de 20 cm para paredes exteriores y perimetrales del edificio, un espesor de 15 cm para separación entre bloques y de 10 cm para separación entre ambientes. Todas las uniones de bloque se las realizará con mortero de cemento portland.

### 3.8.5 ENLUCIDO INTERIOR.-

- El enlucido interior se lo realizara con un mortero de cemento portland de  $e = 15\text{mm}$ , premezclado tipo enlucit. Este tendrá una resistencia igual a  $180 \text{ kg/cm}^2$ .

### 3.8.6 ENLUCIDO EXTERIOR.-

- El enlucido exterior se lo realizara con un mortero de cemento portland de  $e = 15\text{mm}$ , premezclado tipo enlucit. Este tendrá una resistencia igual a  $180 \text{ kg/cm}^2$

### 3.8.7 PINTURA INTERIOR.-

- En las paredes interiores se utilizará un tratamiento de empaste mineral a 2 manos, tipo Sika empaste interior o similar.  
Pintura interior de caucho 2 manos, tipo Supremo Pinturas Unidas o similar. Color blanco o almendra.

### 3.8.8 PINTURA EXTERIOR.-

- En las paredes se utilizará pintura exterior elastomérica sobre base sellador SIKA de paredes exteriores, color blanco (los colores pueden ser cambiados por el diseñador o el promotor. Estos serán ratificados durante la construcción.)  
Las franjas de división de parqueos serán de color amarillo con pintura reflectiva para tráfico de alta resistencia.

### 3.8.9 TUMBADOS.-

- Para los tumbados se utilizará Gypsum Board con un espesor de 10 mm, montado sobre estructura metálica galvanizada perforada, estos serán empastados y pintados con pintura de caucho para Gypsum, las juntas serán selladas con masilla Gypsum y cinta de malla. Todos los tumbados estarán confinados con las paredes con cornisas decorativas de poliestireno de 100 mm de altura.  
Los tumbados serán lisos a una altura de 2960 mm entre acabados de piso.

### 3.8.10 PISOS Y RECUBRIMIENTOS.-

- Se utilizará cerámica tipo Graiman de 300x300 mm en paredes de baños, colores suaves con juntas de porcelana grutex + aditivo.
- Cerámica tipo Graiman 300x300 mm en pisos de baños, colores suaves con juntas de porcelana grutex + aditivo.
- Los filos de las tinetas de ducha y los quiebres de paredes o aristas serán con bordes redondeados de pvc del color o tono de la cerámica.
- Cerámica tipo Graiman de 300x300 para pisos y paredes de piscinas color azul oscuro o celeste con juntas de porcelana grutex + aditivo.
- Para los pisos de los departamentos se utilizará Porcelanato de 500x500 según decisión del diseñador, color beige con juntas de porcelana grutex + aditivo color beige.

- Para pisos de corredores y terrazas se utilizará cerámica tipo Graiman , gres ó porcelanato de 300x300/400x400 según decisión del diseñador, color beige/tierras con juntas de porcelana grutex + aditivo color tierras.
- Para los remates de aéreas de confinamiento, áreas de circulación peatonal y patios se utilizara remates de grano lavado fino.
- Se utilizará Cerámica de 300x300 mm color blanco esmalte para recubrimiento total de paredes y pisos al interior de las cisternas de agua potable, áreas de servicio, cuartos de basura o servicio.
- Todos los corredores o áreas comunales llevarán rastreras del mismo material del piso. Altura 100/150 mm, confinada con un canal u de 80 mm de color negro/ aluminio.
- El área comunal de piscina llevará rastreras de grano lavado fino a una altura de 120 mm.

### 3.8.11 VENTANAS.-

- Para las ventanas se utilizara perfileria de aluminio anodizado Cedal color natural claro, vidrios de espesor 6 mm color gris con aristas redondeadas. Todas las ventanas abatibles y corredizas estarán colocadas sobre rulimanes de acero inoxidable, felpas y cierres de caucho con sus debidas cerraduras tipo palanca sellado con silicón gris en juntas.

### 3.8.12 PUERTAS.-

- Para las puertas principales de áreas comunales se utilizará vidrio templado 6 mm con brazos hidráulicos de cierre y cerradura llave-llave tipo kwikset, tiraderas de 400 mm de acero inoxidable.
- Para las puertas de bodegas se utilizara planchas plegadas de acero inoxidable de espesor 2 mm fondeadas con pintura anticorrosiva gris y pintada con 2 manos de laca acrílica. El Bastidor será con tubo cuadrado de 40x40x2 mm.
- Para las puertas de los cuartos de maquinas se utilizaran planchas perforadas o acanaladas para ventilación de espesor 2 mm fondeadas con pintura anticorrosiva color gris y pintadas con 2 manos de laca acrílica. El Bastidor será con tubo redondo de 40x40x2 mm.

- Las puertas interiores de ambientes serán de madera tamborada con bastidor de madera dura sólida y recubierta con panel de triplex o sólida listonada recubierta con panel de triplex, lacadas con color café oscuro.
- Las puertas de baño serán de aluminio anodizado con pantalla acrílica embutida adaptadas a las dimensiones requeridas de cada unidad

### 3.8.13 CERRADURAS.-

- Las cerraduras que se utilizaron dependiendo del tipo de puertas son las siguientes :
  - Tipo Kwickset, cromadas natural tipo manijas.
  - Puertas exteriores: Cerradura de llave + Cerradura de manija Seguro – llave.
  - Puertas interiores de ambientes: Cerradura de manija Seguro – llave.
  - Puertas de baños: Cerradura manija Seguro.

### 3.8.14 MESONES DE COCINA.-

- Se utilizará mesones de granito natural con borde redondeado y salpicadera de 120 mm. Color según diseñador. Bordo lateral de 40 mm.

### 3.8.15 PIEZAS SANITARIAS.-

- Se utilizará Inodoros marca Briggs o similar a la línea Kingsley con llaves angulares.
- Lavamanos marca o Briggs o similar a la línea Kingsley con pedestal o en mueble de soporte de base de granito.
- Lavaplatos de 2 pozos+escurridera. Tipo Teka de acero inoxidable con horma/drenaje para triturador.

### 3.8.16 GRIFERIAS.-

- Se utilizará una grifería de lavamanos tipo Briggs cromada o similar con mezcladora, línea moderna con llaves angulares.

- Grifería de Lavaplatos tipo FV o Briggs cromada con mezcladora línea moderna y llaves angulares.
- Grifería de Duchas tipo FV o Briggs cromada con mezcladora línea moderna y llaves angulares.

### **3.8.17 ELECTRICIDAD.-**

- Se utilizará tuberías empotradas EMT en líneas interiores de ambientes. Redes polarizadas y aterrizadas.
- Electrocanales galvanizados en corredores.
- Generación propia de emergencia con carga total para servicios generales y para los puntos de refrigeradoras de los departamentos.
- Accesorios de tomas eléctricas tipo Tizino acrílico de pulsador grande, color Bone.
- Las cajas de Breakers y los breakers serán de la marca General Electric.
- Los puntos de luz serán del tipo ojos de buey de 75 a 110 mm de diámetro.

### **3.8.18 AIRE ACONDICIONADO.-**

- Se utilizaran sistemas de climatización individual por cada departamento, del tipo Split suministrado por lo propietarios.
- Si se instalasen del tipo fan coil con los evaporadores escondidos dentro de tumbados.
- Condensadores montados al exterior sobre losa de cubierta o retiros laterales de Planta Baja.

### **3.8.19 AGUA POTABLE.-**

- Se utilizaran tuberías interiores de PVC p 120. Plastigama de acuerdo a los diámetros necesarios según la demanda, accesorios roscados pvc-p 120. Plastigama. A su vez se utilizará tubería y accesorios Tasco.

### **3.8.20 AGUAS SERVIDAS.-**



- Se utilizará la descarga por gravedad al sistema de la urbanización con tuberías pvc desagüe reforzado Plastigama, al igual que los accesorios
- Descarga por gravedad de aguas lluvias.

### **3.8.21 IMPERMEABILIZACION:**

- Todas las losas, cubiertas y pisos serán impermeabilizadas, tanto en el hormigón de amasado como recubiertas con láminas poliméricas.
- Las jardineras serán recubiertas con una lámina polimérica y sobre estas instaladas unas tinetas de fiberglass que contendrán las plantas.

## 4 EVALUACION DEL MERCADO

### 4.1 INVESTIGACION DE MERCADO

Para el proyecto Marina Terrace se realizó una investigación de mercado en 2 etapas, considerando las fechas de trabajo de campo:

Fase 1: 01 de abril de 2011

Fase en la que se realizó todo el trabajo de campo, es decir el levantamiento de fichas, evaluación de la competencia, record fotográfico, análisis de la ubicación del proyecto y análisis del entorno en general.

Fase 2: 01 de junio 2011

Etapas en las que se inició el desarrollo del presente informe

La información obtenida de la competencia, se codificó mediante fichas que se presentan en el anexo correspondiente. Esta información permitió evaluar comparativamente los siguientes aspectos de la competencia en relación con Marina Terrace:

- Localización de los proyectos
- Promotores
- Estado de ejecución de los proyectos
- Dimensionamiento o tamaño de los proyectos
- Tipología arquitectónica, áreas y servicios
- Estrategias de promoción
- Nivel de precios

Finalmente se logró establecer el perfil del cliente, contrastando adicionalmente la información secundaria de proyectos inmobiliarios de la zona de Manta, presentados previamente en el MDI.

### 4.2 FICHAS DE LEVANTAMIENTO

Sobre la base de la siguiente ficha, se estudiaron 4 proyectos ubicados en la zona de influencia del proyecto. Cabe indicar que por ser un proyecto exclusivo, dirigido a segmento medio alto y alto, los proyectos analizados están en un radio de influencia de hasta 5 km.

- a) Ficha 1
- b) Ficha 2
- c) Ficha 3
- d) Ficha 4
- e) Ficha 5

### 4.3 EVALUACION DE LA COMPETENCIA

Para el desarrollo de este capítulo, en principio se definió que proyectos son realmente competencia directa de Marina Terrace, siendo aquellos que tienen los aspectos antes mencionados similares entre si.

Los proyectos fueron codificados de la siguiente manera:

#### CODIFICACION

Ilustración 48

PROYECTO	CODIGO
• Marina Terrace	A
• La cascada	B
• Plaza del Mar	C
• Plaza Leblon	D
• Terrazas del Mar	E

FUENTE: PATRICIO CASTILLO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

A fin de realizar esta evaluación, se utilizó un método que permita calificar tanto cualitativa como cuantitativamente a los distintos factores estudiados, bajo el siguiente criterio:

#### EVALUACION

Ilustración 49

PUNTAJE	CRITERIO	SIMBOLO
5	EXCELENTE	↑
4	MUY BUENO	↖
3	BUENO	→
2	REGULAR	↘
1	MALO	↓

FUENTE: PATRICIO CASTILLO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### 4.4 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

A continuación se resume de manera global, las características de cada uno de los proyectos considerados como competencia del proyecto Marina Terrace.

##### 4.4.1 LA CASCADA

#### CARACTERISTICAS GENERALES

Ilustración 50

CARACTERISTICAS GENERALES			
• LOCALIZACIÓN DE LOS PROYECTOS	DE	LOS URBANIZACION	CIUDAD DEL MAR, MANTA
• PROMOTORES			CSG PROMOTORES INMOBILIARIOS
• ESTADO DE EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS			30%
• DIMENSIONAMIENTO O TAMAÑO DE LOS PROYECTOS			4500 M2 DE CONSTRUCCION 32 DEPARTAMENTOS
• TIPOLOGÍA ARQUITECTÓNICA, ÁREAS Y SERVICIOS			<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIPOLOGIA</li> <li>• ATERRAZADO</li> <li>• AREAS COMUNALES</li> <li>• AREAS VERDES</li> <li>• PISCINA</li> <li>• GIMNASIO</li> </ul>
• ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			<ul style="list-style-type: none"> <li>• CASA MODELO</li> <li>• VOLANTES</li> <li>• PAGINA WEB</li> <li>• VALLAS PUBLICITARIAS</li> </ul>
• NIVEL DE PRECIOS			PRECIO PROMEDIO PONDERADO 1500 \$/M2

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### LA CASCADA Ilustración 51



FUENTE: [www.lacascadamanta.com](http://www.lacascadamanta.com)

### LA CASCADA Ilustración 52



FUENTE: [www.lacascadamanta.com](http://www.lacascadamanta.com)

## LA CASCADA

### Ilustración 53



FUENTE: [www.lacascadamanta.com](http://www.lacascadamanta.com)

#### 4.4.2 PLAZA DEL MAR

### CARACTERISTICAS GENERALES

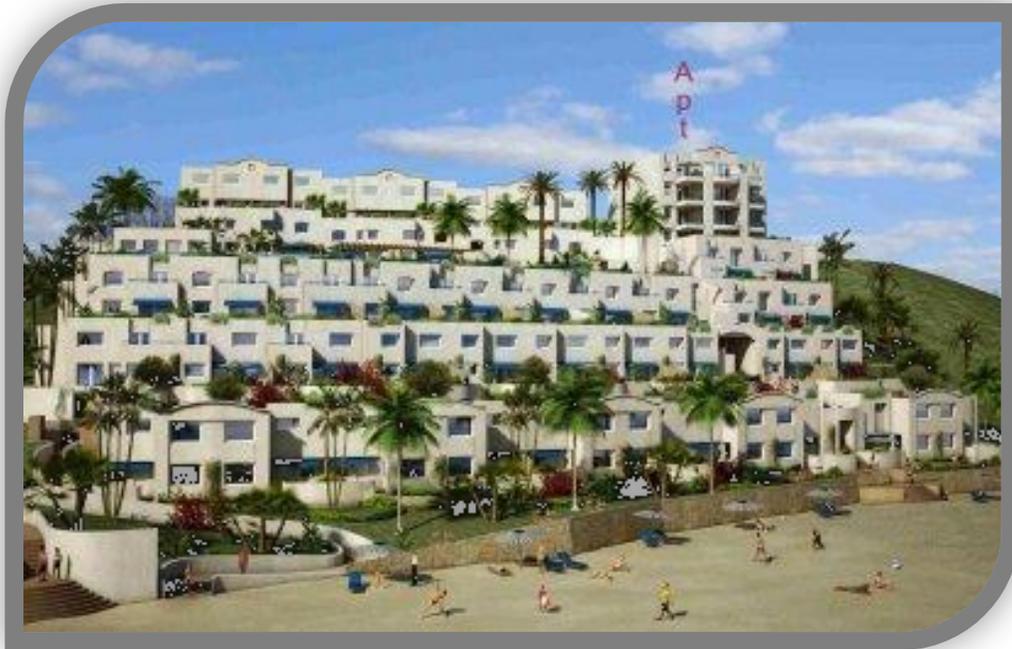
Ilustración 54

CARACTERISTICAS GENERALES			
• LOCALIZACIÓN DE LOS PROYECTOS	DE	LOS	URBANIZACION CIUDAD DEL MAR, MANTA
• PROMOTORES			CSG PROMOTORES INMOBILIARIOS
• ESTADO DE EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS			50%
• DIMENSIONAMIENTO O TAMAÑO DE LOS PROYECTOS			5200 M2 DE CONSTRUCCION 70 DEPARTAMENTOS
• TIPOLOGÍA ARQUITECTÓNICA, ÁREAS Y SERVICIOS			<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIPOLOGIA</li> <li>• ATERRAZADO</li> <li>• AREAS COMUNALES</li> <li>• AREAS VERDES</li> <li>• PISCINA</li> <li>• BAR</li> <li>• GIMNASIO</li> </ul>
• ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			<ul style="list-style-type: none"> <li>• CASA MODELO</li> <li>• VOLANTES</li> <li>• PAGINA WEB</li> <li>• VALLAS PUBLICITARIAS</li> </ul>
• NIVEL DE PRECIOS			PRECIO PROMEDIO PONDERADO 1350 \$/M2

FUENTE: CSG PROMOTOR INMOBILIARIO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## PLAZA DEL MAR



FUENTE:[www.construlight.com](http://www.construlight.com)

### 4.4.3 PLAZA LEBLON

#### CARACTERISTICAS GENERALES

Ilustración 55

CARACTERISTICAS GENERALES			
• LOCALIZACIÓN DE LOS PROYECTOS	DE	LOS	URBANIZACION CIUDAD DEL MAR, MANTA
• PROMOTORES			CSG PROMOTORES INMOBILIARIOS
• ESTADO DE EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS			10%
• DIMENSIONAMIENTO O TAMAÑO DE LOS PROYECTOS			3300 M2 DE CONSTRUCCION 25 DEPARTAMENTOS
• TIPOLOGÍA ARQUITECTÓNICA, ÁREAS Y SERVICIOS			<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIPOLOGIA</li> <li>• ATERRAZADO</li> <li>• AREAS COMUNALES</li> <li>• AREAS VERDES</li> <li>• PISCINA</li> </ul>
• ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			<ul style="list-style-type: none"> <li>• CASA MODELO</li> <li>• VOLANTES</li> <li>• PAGINA WEB</li> <li>• VALLAS PUBLICITARIAS</li> </ul>
• NIVEL DE PRECIOS			PRECIO PROMEDIO PONDERADO 1000 \$/M2

FUENTE: [www.construlight.com](http://www.construlight.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

**PLAZA LEBLON**  
Ilustración 56



**FUENTE: [www.construlight.com](http://www.construlight.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

**PLAZA LEBLON**  
Ilustración 57



FUENTE: [www.construlight.com](http://www.construlight.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

**PLAZA LEBLON**  
Ilustración 58



FUENTE: [www.construlight.com](http://www.construlight.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### 4.4.4 TERRAZAS DEL MAR

### CARACTERISTICAS GENERALES

Ilustración 59

• LOCALIZACIÓN DE LOS PROYECTOS	URBANIZACION CIUDAD DEL MAR, MANTA
• PROMOTORES	CSG PROMOTORES INMOBILIARIOS
• ESTADO DE EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS	25%
• DIMENSIONAMIENTO O TAMAÑO DE LOS PROYECTOS	4200 M2 DE CONSTRUCCION 40 DEPARTAMENTOS
• TIPOLOGÍA ARQUITECTÓNICA, ÁREAS Y SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TIPOLOGIA</li> <li>• ATERRAZADO</li> <li>• AREAS COMUNALES</li> <li>• AREAS VERDES</li> <li>• PISCINA</li> </ul>
• ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VOLANTES</li> <li>• VALLAS PUBLICITARIAS</li> </ul>
• NIVEL DE PRECIOS	PRECIO PROMEDIO PONDERADO 1100 \$/M2

FUENTE: DICLEMON PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## TERRAZAS DEL MAR

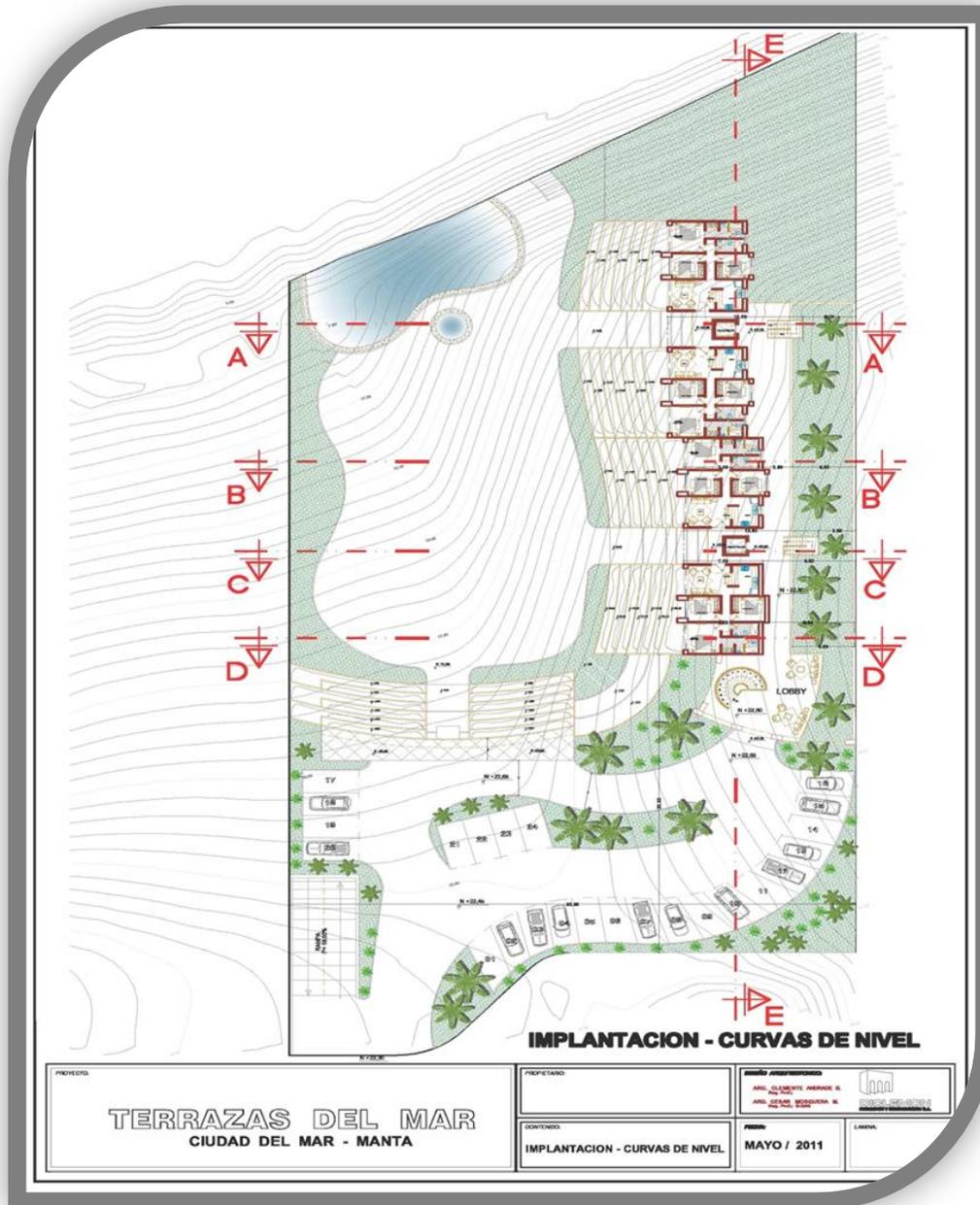
Ilustración 60



FUENTE: DICLEMON PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## TERRAZAS DEL MAR

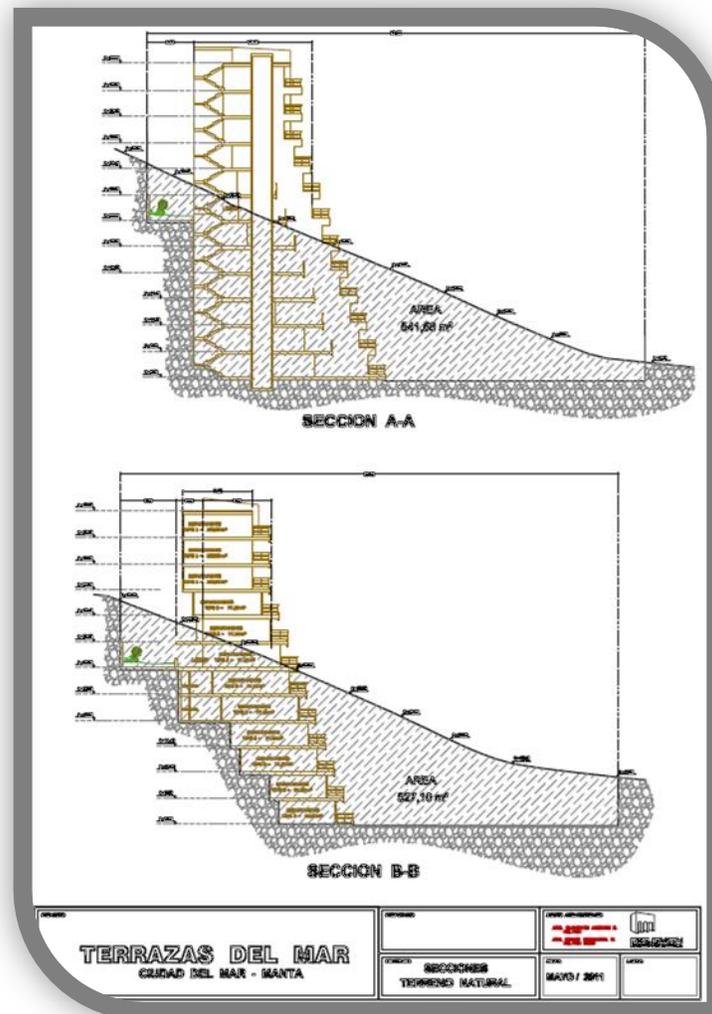
Ilustración 61



FUENTE: DICLEMON PROMOTOR INMOBILIARIO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## TERRAZAS DEL MAR

Ilustración 62



FUENTE: DICLEMON PROMOTOR INMOBILIARIO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### 4.5 LOCALIZACION DE LOS PROYECTOS

A continuación se evaluará la localización individual de cada uno de los proyectos considerados como competencia directa.

Todos los proyectos, analizados a continuación, están dentro de la urbanización Ciudad del Mar, y en el mismo cuadrante, ya que gran parte de la urbanización está ocupada por viviendas unifamiliares o en general proyectos particulares y no orientadas a negocios inmobiliarios, y un importante porcentaje de la lotización, aun esta en negociación y no se tiene información fehaciente de los proyectos a desarrollarse.



#### 4.6 Evaluación de la ubicación:

Todos los proyectos se encuentran en una posición privilegiada dentro de la urbanización, de ahí que todos tienen la misma calificación en este aspecto.

#### EVALUACION DE LA LOCALIZACION

Ilustración 63

CODIGO	LOCALIZACION
A	↑
B	↑
C	↑
D	↑
E	↑

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### EVALUACION DE LA LOCALIZACION

Ilustración 64



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La ubicación de los terrenos es sin duda privilegiada, no solo por estar frente a la playa sino también por lo que representa la urbanización Ciudad del Mar y su entorno en general.

#### 4.7 PROMOTORES

Los promotores de cada uno de los proyectos fueron evaluados según su posicionamiento en el mercado y su trayectoria.

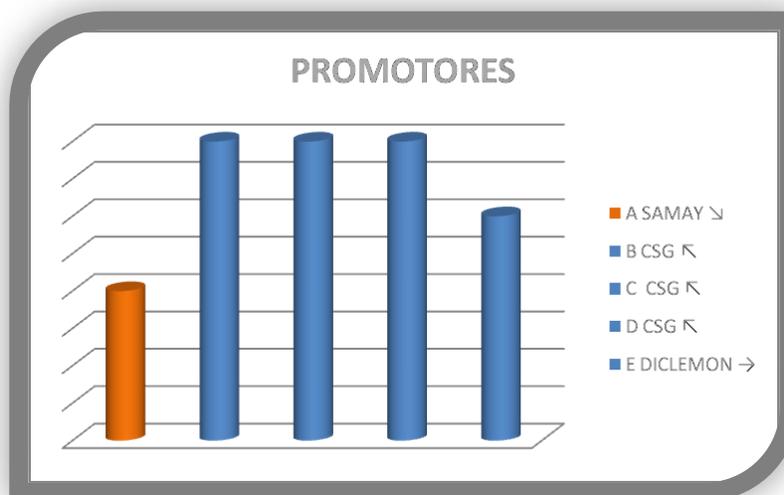
#### EVALUACION DEL PROMOTOR

Ilustración 65

CODIGO	PROMOTOR	CALIFICACION
A	SAMAY	↘
B	CSG	↖
C	CSG	↖
D	CSG	↖
E	DICLEMON	→

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### EVALUACION DEL PROMOTOR



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Evidentemente la promotora Samay, en comparación a sus competidores, es nueva y está incursionando en el mercado, por lo que su calificación con respecto al resto de marcas es notoriamente baja, lo que marca una desventaja importante frente a la competencia, situación para la que se plantearán alternativas de compensación en el desarrollo de la estrategia comercial.

#### 4.8 ESTADO DE EJECUCION DE LOS PROYECTOS

Todos los proyectos, considerados como competencia directa, fueron analizados según estado de ejecución, a continuación se presenta la evaluación resultante

##### ESTADO DE EJECUCION

CODIGO	% DE EJECUCION	CALIFICACION
A	0%	↓
B	30%	→
C	50%	↖
D	10%	↘
E	25%	→

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

##### ESTADO DE EJECUCION



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El proyecto Marina Terrace está en etapa de planificación, por lo que su nivel de ejecución es 0% marcada diferencia en comparación con la competencia. Indicador que se puede definir como desventaja, ya que el cliente tendría cierta preferencia por proyectos que evidencien un avance físico de las obras.

#### 4.9 DIMENSIONAMIENTO DE LOS PROYECTOS

Cada uno de los proyectos fue evaluado desde el punto de vista de su dimensionamiento, es decir volumen área construida versus el número de departamentos generados en el volumen del proyecto en general, lo cual refleja el aprovechamiento de las aéreas construidas, a continuación los resultados de esta evaluación:

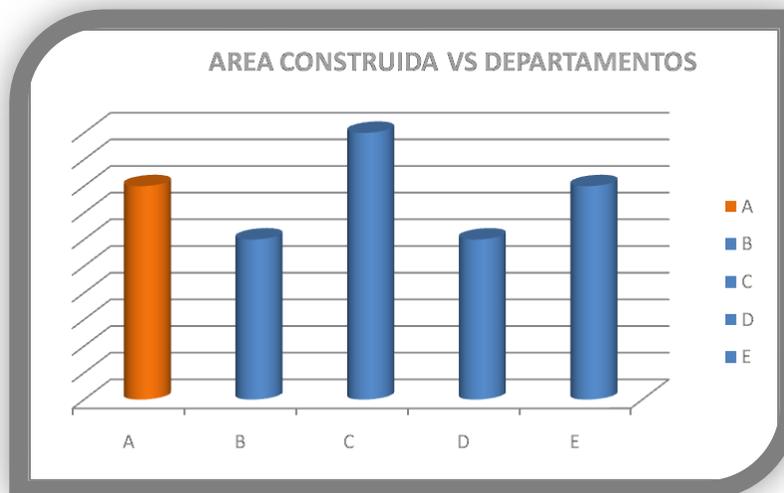
#### AREA CONSTRUIDA VS. DEPARTAMENTOS

Ilustración 66

CODIGO	AREA DE CONSTRUCCION	%	NUMERO DE DEPARTAMENTOS	%	INDICADOR	CALIFICACION	EVALUACION
A	5100	23%	46	22%	111	↖	4
B	4500	20%	32	15%	141	→	3
C	5200	23%	70	33%	74	↑	5
D	3300	15%	25	12%	132	→	3
E	4200	19%	40	19%	105	↖	4

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### AREA CONSTRUIDA VS. DEPARTAMENTOS



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El indicador utilizado para este análisis, es la relación del área construida por el total de departamentos generados por proyecto.

La evaluación arrojó un resultado positivo para el proyecto Marina Terrace, ya que si bien se encuentra en el segundo lugar de la misma, el aprovechamiento de las aéreas construidas vs los departamentos generados es satisfactoria.

#### 4.10 TIPOLOGIA ARQUITECTONICA Y SERVICIOS COMUNALES

La siguiente comparación considera el tipo de arquitectura y los servicios comunales que brindan a sus clientes, cada uno de los proyectos.

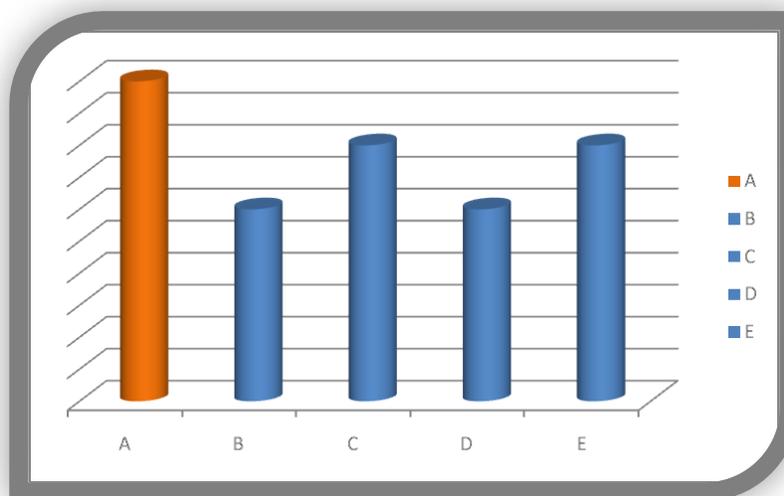
#### TIPOLOGIA ARQUITECTONICA Y SERVICIOS COMUNALES

Ilustración 67

CODIGO	TIPOLOGIA	PISCINA	AREAS VERDES	CANCHAS DEPORTIVAS	ENTRETENIMINETO	CALIFICACION	CALIFICACION
A	ATERRAZADO	SI	SI	SI	SI	5	↑
B	ATERRAZADO	SI	SI	NO	NO	3	→
C	ATERRAZADO	SI	SI	NO	SI	4	↖
D	ATERRAZADO	SI	SI	NO	NO	3	→
E	ATERRAZADO	SI	SI	NO	SI	4	↖

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### TIPOLOGIA ARQUITECTONICA Y SERVICIOS COMUNALES



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Análisis a partir del cual se puede concluir que Marina Terrace ofrece mejores prestaciones comunales que el resto de su competencia, principalmente con la implementación de canchas deportivas y un bar junto a la piscina para el entretenimiento de los clientes.

#### 4.11 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Son determinantes las decisiones que se tomen, orientadas a la promoción del producto, en todas las fases del proyecto.

Cada uno de los promotores ha definido sus estrategias de promoción, las mismas que son evaluadas de manera particular a continuación

#### ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Ilustración 68

CODIGO	DEPARTAMENTO MODELO	PRENSA ESCRITA	CUÑAS RADIALES	COMERCIAL DE TV	VOLANTES	PAGINA WEB
A	SI	SI	NO	NO	SI	SI
B	SI	SI	NO	NO	SI	SI
C	SI	SI	NO	NO	SI	SI
D	SI	SI	NO	NO	SI	SI
E	NO	NO	SI	NO	SI	NO

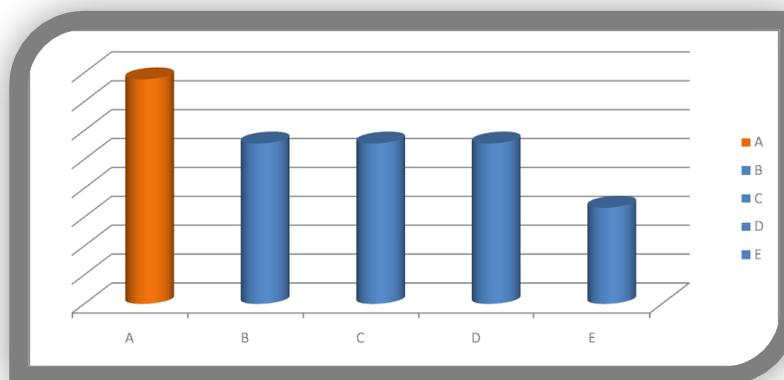
  

CODIGO	PUBLICIDAD DIGITAL	VALLAS	PROMOCION PERSONALIZADA	CALIFICACION/9	CALIFICACION/5	EVALUACION
A	SI	SI	SI	7	4	↖
B	NO	SI	NO	5	3	→
C	NO	SI	NO	5	3	→
D	NO	SI	NO	5	3	→
E	NO	SI	NO	3	2	↘

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### ESTRATEGIAS DE PROMOCION

Ilustración 69



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Evaluación que confirma que la estrategia promocional de Marina Terrace supera a la competencia, principalmente por implementar publicidad en medios digitales, nueva tendencia publicitaria, y por proponer publicidad personalizada en función de una base de datos, de potenciales clientes, que se generaría desde la pagina web.

#### 4.12 NIVEL DE PRECIOS

Como es lógico, el nivel de precios por metro cuadrado de cada uno de los proyectos, es determinante en la decisión final del cliente, mas aun siendo proyectos con características tan similares entre si y con prácticamente la misma ubicación.

A continuación la evaluación correspondiente

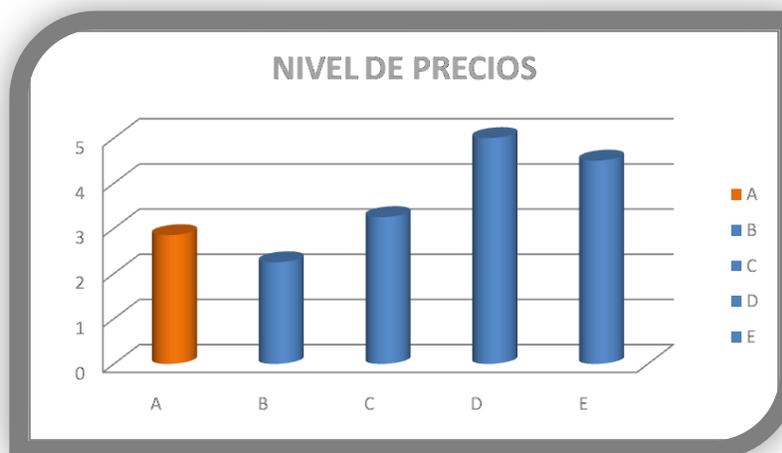
#### NIVEL DE PRECIOS

Ilustración 70

CODIGO	PRECIO PROMEDIO PONDERADO POR M2	CALIFICACION	CALIFICACION 2	EVALUACION
A	1430	2.15	3	→
B	1550	2.75	2	↘
C	1350	1.75	3	→
D	1000	0	5	↑
E	1100	0.5	5	↑

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### NIVEL DE PRECIOS



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Como muestran los resultados el precio definido para Marina Terrace, es de los más altos de la competencia.

Siendo este uno de los indicadores preponderantes, en la definición del posicionamiento de cada uno de los proyectos, es necesario mencionar que el precio está directamente relacionado al costo de cada uno de los proyectos y de sus prestaciones, de ahí que a mayor calidad, mayor costo y finalmente mayor precio.

De la misma forma cabe destacar que uno de los proyectos evaluados, tuvo que paralizar las preventas, ya que el precio definido no era suficiente para cubrir con los costos del proyecto, esencialmente de la cimentación del mismo, componente estructural sumamente costoso dadas las características particulares del terreno, rubro que se presupuestó conservadoramente en el proyecto Marina Terrace.

#### 4.13 MATRIZ DE POSICIONAMIENTO DE LA COMPETENCIA

La matriz de posicionamiento permite visualizar el análisis global de cada uno de los aspectos que inciden en la evaluación de la competencia. De esta forma se obtiene una calificación global y la grafica representa claramente cuáles son los puntos fuertes y débiles del proyecto objeto del presente análisis.

### MATRIZ DE POSICIONAMIENTO

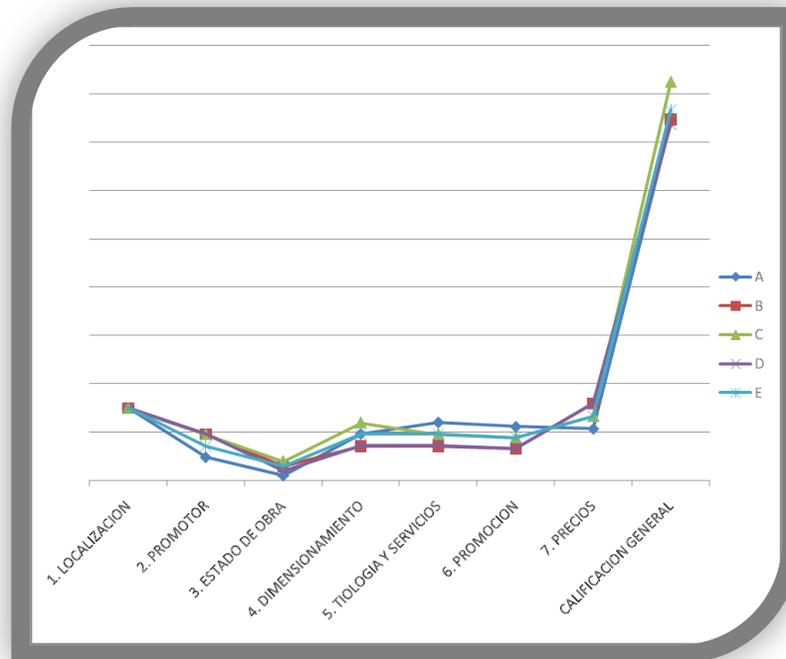
Ilustración 71

PROYECTO	CODIGO	1. LOCALIZACION	2. PROMOTOR	3. ESTADO DE OBRA	4. DIMENSIONAMIENTO	5. TILOGIA Y SERVICIOS	6. PROMOCION	7. PRECIOS	CALIFICACION GENERAL	EVALUACION
	FACTOR DE PONDERACION	25%	15%	5%	8%	8%	19%	20%		
• Marina Terrace	A	0.8	0.2	0.1	0.5	0.6	0.6	0.5	4	↖
• La cascada	B	0.8	0.5	0.2	0.4	0.4	0.3	0.8	4	↖
• Plaza del Mar	C	0.8	0.5	0.2	0.6	0.5	0.4	0.7	4	↖
• Plaza Leblon	D	0.8	0.5	0.1	0.4	0.4	0.3	0.8	4	↖
• Terrazas del Mar	E	0.8	0.4	0.2	0.5	0.5	0.4	0.7	4	↖

FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## MATRIZ DE POSICIONAMIENTO

Ilustración 72



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Como muestra la grafica todos los proyectos, considerados como competencia, tienen características muy similares y están prácticamente en igualdad de condiciones, por lo que es sumamente importante tomar acciones, respecto de aquellas características en las que se está por debajo de la competencia, y sobre todo en las más influyentes como el precio en donde se genera el desfase más importante, para este efecto será necesario revisar y ajustar los costos para así definir precios más competitivos sin afectar sensiblemente los márgenes financieros del proyecto.

### 4.14 PERFIL DEL CLIENTE

Componente fundamental del estudio de mercado, es sin duda la determinación del perfil del cliente, al cual será orientado el proyecto Marina Terrace.

La información base con la cual se estableció el perfil del cliente, fue proporcionada principalmente de tres fuentes, Market Wach, Gamboa y asociados y de la información proporcionada por la competencia en el levantamiento de campo.

#### Nivel socio económico:

Las características generales principales del cliente, por nivel socio económico, se describen a continuación.

### CARACTERISTICAS DEL NSE

Ilustración 73

DATOS	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D
% de personas por nivel	4%	21%	41%	27%
Tamaño de hogar	4	3,9	4,1	4,7
Dormitorios	3,8	2,7	2,2	1,9
Baños	4	2,1	1,3	0,9
Gastos promedio familiar por mes	\$ 2.50	\$ 700	\$ 500	\$ 300
Educación jefe de Hogar	Univ. / Pst G.	Universidad	Secundaria	Primaria Comp.
Auto Particular	83%	36%	8%	1%
Tendencia de Cuenta Bancaria	100%	100%	60%	23%
Cuidado de la Salud	Privada	Priv/Pública	Pública	Pública

FUENTE: Market Watch.

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### CLASIFICACION DE NIVEL SOCIO ECONOMICO SEGÚN INGRESOS

Ilustración 74

NIVEL SOCIO ECONÓMICO	CATEGORÍAS	INGRESOS MENSUALES
NSE Alto	A	3000 O Más
NSE Medio Alto	B	1201 - 3000
NSE Medio Típico	C	501 - 1200
NSE Medio Bajo	D	301 - 500
NSE Bajo	E	151 - 300
NSE Muy Bajo	F	menos de 150

FUENTE: Ernesto Gamboa & Asociados

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### PREFERENCIAS DEL NSE OBJETIVO

Ilustración 75

TAMAÑO	PORCENTAJE	OTROS ESPACIOS	PORCENTAJE
71 - 100 m <sup>2</sup>	0,98%	Estudio	14,90%
101- 150 m <sup>2</sup>	22,05%	Cuarto de Maquina	15,90%
151 - 200 m <sup>2</sup>	71,05%	Patio	24,30%
201 - 250 m <sup>2</sup>	1,47%	Bodega	7,20%
251 m <sup>2</sup> en adelante	4,41%	Baño Social	2,40%
GARAJE	PORCENTAJE	Lavandería	12,00%
# 1	82,60%	Sala de Estar	5,30%
# 2	14,22%	Terraza	7,70%
Cubiertos	56,40%	Cuarto de Servicio	5,50%
Abiertos	23,04%	Baño de Servicio	2,40%
BAÑOS COMPLETOS	PORCENTAJE	DORMITORIOS	PORCENTAJE
# 2	46,60%	# 3	47,60%
# 3	39,70%	# 4	35,30%

FUENTE: Ernesto Gamboa & Asociados

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### GRUPO OBJETIVO

Ilustración 76

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

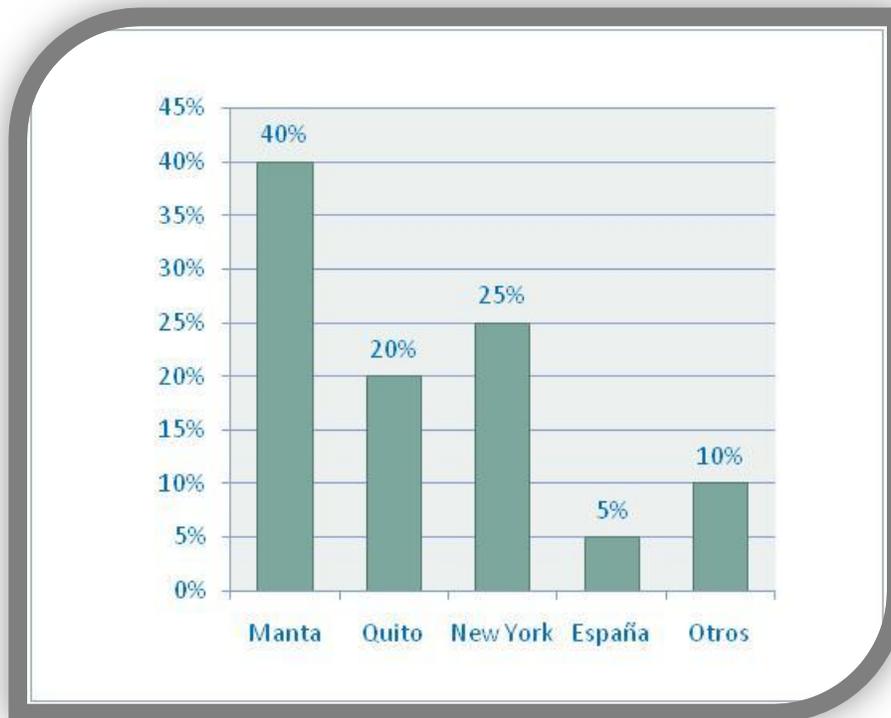
FUENTE: INFORMACION MDI 2010

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La investigación de mercado indica que los demandantes de la oferta segmento económico medio alto y alto de la ciudad, se compone mayormente por compradores de la ciudad de Manta y sus alrededores (Portoviejo, Bahía) como también de la ciudad de Quito. Sin embargo, los datos investigados también incluyen un importante porcentaje de inversionistas provenientes del exterior, particularmente de ecuatorianos radicados en EE.UU.

## INVERSIONISTAS

Ilustración 77



FUENTE: TESIS MDI JAN WAGNER  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

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

## 5 COSTOS

**E**l capítulo de costos describe, analiza y evalúa cada uno de los rubros que intervienen en el proyecto en todas sus fases, tanto costos directos como indirectos y su intervención a lo largo de la ejecución del mismo.

### COSTO TOTAL DEL PROYECTO

El costo total del proyecto Marina Terrace asciende a \$ **3,482,016**

En el cuadro siguiente se presenta un resumen de todas las partidas que conforman el presupuesto y su incidencia sobre el costo total del proyecto.

### COSTO TOTAL DEL PROYECTO

Ilustración 78

#	DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE DEL COSTO TOTAL
1	TERRENO	\$ 593,824	17.6%
2	OBRA CIVIL Y EQUIPAMIENTO	\$ 2,094,615	62.2%
4	HONORARIOS	\$ 209,462	6.2%
5	COMISION DE VENTAS	\$ 104,731	3.1%
6	PROPAGANDA	\$ 83,785	2.5%
7	DERECHOS MUNICIPALES	\$ 41,892	1.2%
8	GASTOS GENERALES	\$ 146,623	4.4%
9	DERECHOS ACOMETIDAS	\$ 62,838	1.9%
10	IMPUESTOS Y PLUSVALIAS	\$ 31,419	0.9%
<b>TOTAL DE COSTOS</b>		<b>\$ 3,369,189</b>	<b>100%</b>

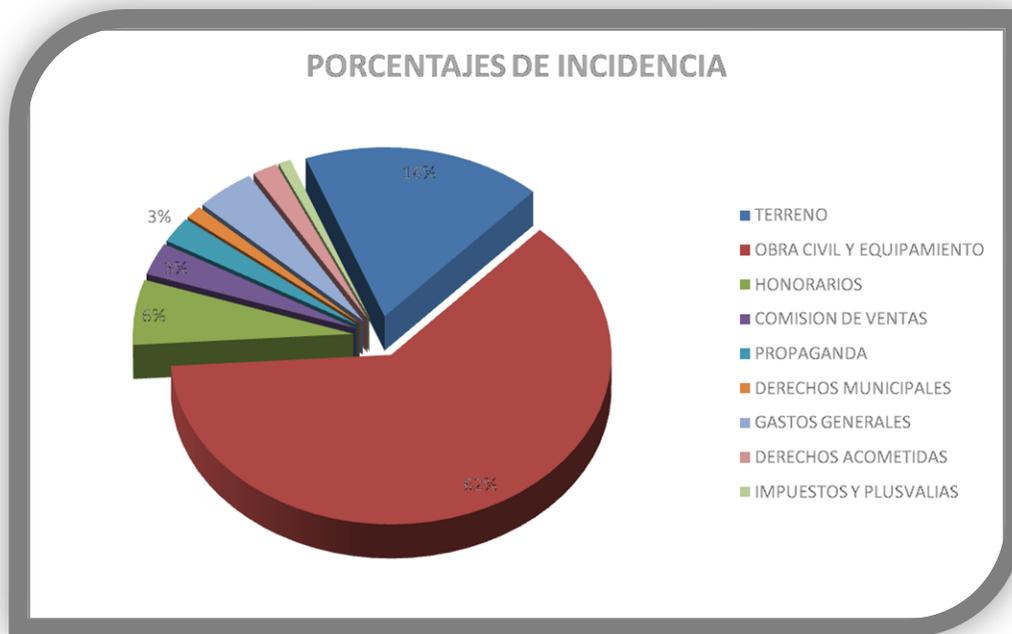
FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

El gráfico en la ilustración 78 muestra cuales son los rubros que tienen mayor incidencia en el costo total del proyecto.

Como se puede apreciar, la obra civil representa los rubros más significativos del proyecto son, la obra civil con el 62% del costo total y el terreno representa un 17% del costo total del proyecto.

### PORCENTAJES DE INCIDENCIA EN EL COSTO TOTAL DEL PROYECTO

Ilustración 79



**FUENTE:** PATRICIO CASTILLO  
**ELABORACION:** PATRICIO CASTILLO

Información de la que se puede concluir que la incidencia del valor del terreno, en el costo total del proyecto, está dentro de los márgenes esperados para este tipo de proyectos.

Para un mejor análisis estos valores han sido evaluados independientemente, tanto costos directos como indirectos.

El cuadro que se muestra a continuación representa la relación entre costos directos e indirectos evidenciando que del costo total el 80% corresponde a costos directos y la diferencia a costos indirectos, con un 20%.

### RELACION DE COSTOS

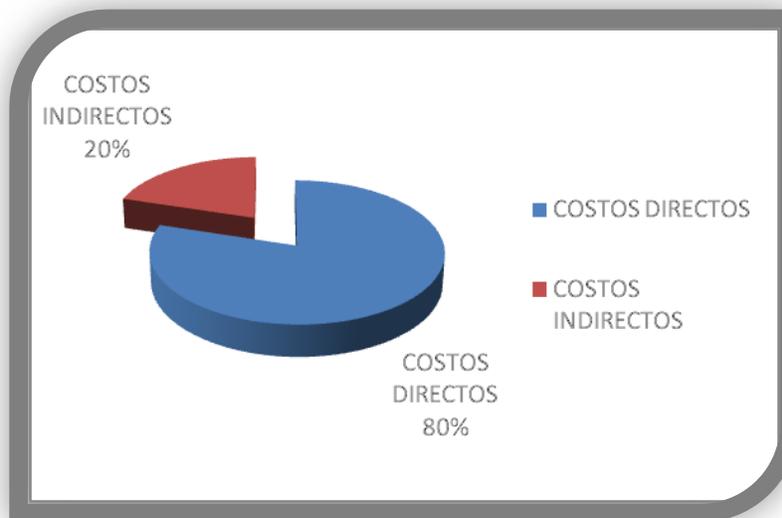
Ilustración 80

DESCRIPCION	MONTOS	PORCENTAJE
COSTOS DIRECTOS	2688439	80%
COSTOS INDIRECTOS	680750	20%
<b>TOTAL</b>	<b>3369189</b>	<b>100%</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### INCIDENCIA DE COSTOS

Ilustración 81



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Valores que están dentro de los rangos de participación previstos para este tipo de proyectos inmobiliarios.

#### 5.1 COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO

A continuación se resume los montos que corresponden a los costos directos del el proyecto. Para su análisis, se dividieron a los costos directos en tres grandes rubros que son terreno, obra civil y equipamiento.

El valor total de costos directos asciende a **\$ 2,688,439.35**

### COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO

Ilustración 82

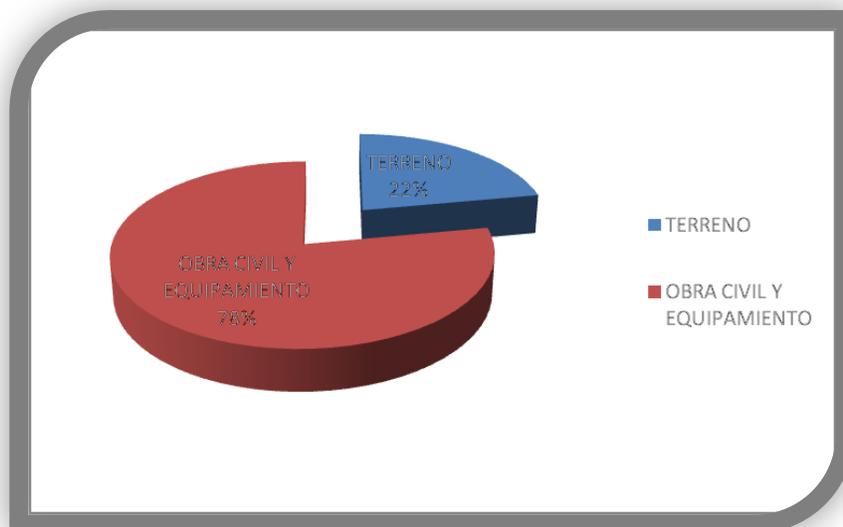
DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE DE COSTOS DIRECTOS
TERRENO	\$ 593,824.00	22%
OBRA CIVIL Y EQUIPAMIENTO	\$ 2,094,615.35	78%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2,688,439.35</b>	<b>100%</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La incidencia de cada uno de ellos se muestra en la ilustración 53, resalta la obra civil con el 79% de los mismos. Como es de suponerse este valor es el rubro más alto de todo el proyecto.

### INCIDENCIA DE COSTOS DIRECTOS

Ilustración 83



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Tenemos que el terreno aporta con un poco más del 20% del total de costos directos, valor que se encuentra dentro de los rangos promedios para proyectos de esta magnitud

#### Terreno

El lote, como ya se ha mencionado anteriormente, en donde se construirá el proyecto cuenta con 2699m<sup>2</sup> y el precio en el cual se ha negociado el terreno es de US \$ 220 / m<sup>2</sup>.

**El rubro se cancelará, según la negociación definitiva, en a lo largo de los 24 primeros meses del cronograma de ejecución y es financiado por los socios inversores, valor total que asciende a \$ 593,824.00**

### **COSTO DEL TERRENO**

Ilustración 84

<b>DESCRIPCION</b>	<b>AREA</b>	<b>\$/M2</b>	<b>TOTAL</b>
TERRENO	2699.2	220	\$ 593,824.00

**FUENTE:** PATRICIO CASTILLO

**ELABORACION:** PATRICIO CASTILLO

### **Obra Civil**

Todos los rubros que intervienen en la obra civil, se desglosan a continuación en la tabla de cantidades y precios. El monto total del presupuesto asciende a \$ 2,094,615,85.

Posteriormente se analizarán cada uno de los costos de obra civil gráficamente, para de esta forma determinar y evaluar los rubros más influyentes en el presupuesto general.

A continuación se desglosa todo el presupuesto correspondiente a la obra civil a realizarse para la ejecución del aterrazado.

**TABLA DE CANTIDADES Y PRECIOS**

Ilustración 85

<b>PRESUPUESTO MARINA TERRACE</b>					
<b>RUBROS</b>		<b>PRECIOS UNITARIOS</b>			
<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P.U. Total</b>	<b>C.TOTAL</b>
<b>1</b>	<b>TRABAJOS INICIALES</b>				
<b>1.01</b>	GUACHIMANIAS, BODEGAS Y OFICINAS	m2	1350	14.50	<b>19,575.00</b>
<b>1.02</b>	CERRAMIENTO PROVISIONAL DE OBRA	m2	3119.472	8.73	<b>27,232.99</b>
<b>1.03</b>	LIMPIEZA DEL TERRENO A MANO	m2	5954.4	0.74	<b>4,406.26</b>
<b>1.04</b>	DERROCAMIENTO DE ESTRUCTURAS EXISTENTES (a mano)	m2	225	5.46	<b>1,228.50</b>
<b>SUBTOTAL TRABAJOS INICIALES</b>					<b>52,442.75</b>
<b>2</b>	<b>REPLANTEOS Y MOVIMIENTO DE TIERRAS</b>				
<b>2.01</b>	REPLANTEO Y NIVELACION GENERAL (Planta baja y pisos altos)	m2	2600	0.55	<b>1,430.00</b>
<b>2.02</b>	LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO DEL TERRENO	m2	2600	0.80	<b>2,080.00</b>
<b>2.03</b>	EXCAVACION A MANO (Desbanque y cimentación)	m3	700	6.00	<b>4,200.00</b>
<b>2.04</b>	RELLENO COMPACTADO A MANO (con apisonador)	m3	450	4.00	<b>1,800.00</b>
<b>2.05</b>	ACARREO DE TIERRA SOBRANTE (Distancia menor a 50 m.)	m3	450	5.50	<b>2,475.00</b>
<b>2.06</b>	REPOSICION DE SUELO (Incluye Subbase)	m3	225	15.58	<b>3,505.50</b>
<b>2.09</b>	CONFORMACION DE PLATAFORMAS (a máquina)	m2	1984.8	5.10	<b>10,122.48</b>
<b>2.10</b>	DESALOJO A MAQUINA DE TIERRA O ESCOMBROS SOBRANTES	m3	850	6.20	<b>5,270.00</b>
<b>SUBTOTAL REPLANTEO Y MOVIMIENTO DE TIERRAS</b>					<b>30,882.98</b>

<b>3 ENCOFRADOS EN ESTRUCTURA</b>					
<b>3.01</b>	ENCOFRADO EN CADENAS H <= 20 cm	m	584.34	7.60	<b>4,440.98</b>
<b>3.02</b>	ENCOFRADO EN MUROS DE CONTENCION	m2	1838.13	13.30	<b>24,447.13</b>
<b>3.03</b>	ENCOFRADO EN COLUMNAS RECTAS	m2	1622.55	15.00	<b>24,338.25</b>
<b>3.04</b>	ENCOFRADO EN LOSAS CON VIGAS DESCOLGADAS	m2	1198.05	16.90	<b>20,247.05</b>
<b>3.05</b>	ENCOFRADO DE GRADAS RECTAS L =< 1,4 m	m	131.256	16.10	<b>2,113.22</b>
<b>3.06</b>	ENCOFRADO DE JARDINERAS DE FACHADA	m	250	13.40	<b>3,350.00</b>
<b>SUBTOTAL ENCOFRADOS EN ESTRUCTURA</b>					<b>78,936.63</b>
<b>4 ACERO DE REFUERZO EN ESTRUCTURA</b>					
<b>4.01</b>	HIERRO GENERAL (Diámetros 4 - 32 mm en edificios)	kg	150000	1.60	<b>240,000.00</b>
<b>4.02</b>	MALLA ELECTROSOLDADA MUROS PORTANTES (6 mm x 15 x 15 cm)	m2	950.00	5.07	<b>4,816.50</b>
<b>SUBTOTAL ACERO DE REFUERZO EN ESTRUCTURA</b>					<b>251,429.74</b>
<b>5 HORMIGON EN ESTRUCTURA</b>					
<b>5.01</b>	HORMIGON EN MUROS (Premezclado)	m3	500	150.00	<b>75,000.00</b>
<b>5.02</b>	HORMIGON EN CADENAS (Premezclado)	m3	75	135.00	<b>10,125.00</b>
<b>5.03</b>	HORMIGON EN PLINTOS (Premezclado)	m3	100	135.00	<b>13,500.00</b>
<b>5.04</b>	HORMIGON EN COLUMNAS (Premezclado)	m3	136.8	135.00	<b>18,468.00</b>
<b>5,04</b>	HORMIGON EN LOSAS (Premezclado) 240 kg/cm2	m3	450	135.00	<b>60,750.00</b>
<b>5,05</b>	HORMIGON EN GRADAS (Premezclado)	m3	35.4	135.00	<b>4,779.00</b>
<b>5,06</b>	HORMIGON CICLOPEO (Premezclado)	m3	93.4944	135.00	<b>12,621.74</b>
<b>5.07</b>	ENSAYOS DE CILINDROS DE HORMIGON	un	50	4.50	<b>225.00</b>
<b>SUBTOTAL HORMIGON EN ESTRUCTURA</b>					<b>195,468.74</b>
<b>6 ALIVIANAMIENTOS</b>					
<b>6.01</b>	TIMBRADO DE LOSAS	m2	1198.05	0.43	<b>515.16</b>
<b>6.02</b>	ALIVIANADO BLOQUE DE 20 cm.	un	48000.00	0.37	<b>17,760.00</b>
<b>SUBTOTAL ALIVIANAMIENTOS</b>					<b>18,275.16</b>

<b>7</b>	<b>CONTRAPISOS Y PISOS</b>				<b>0.00</b>
<b>7.01</b>	IMPERMEABILIZACION CONTRAPISO - MUROS - CIMENTACIONES (Polietileno)	m2	2940.33	0.99	<b>2,910.93</b>
<b>7.02</b>	CONTRAPISO LASTRE COMPACTADO	m3	447.51	15.30	<b>6,846.90</b>
<b>7.03</b>	HORMIGON CONTRAPISO f'c = 180 kg/cm2 (en obra)	m3	700	80.00	<b>56,000.00</b>
<b>7.04</b>	MASILLADO DE GRADAS (Cada m lineal)	m	288	7.56	<b>2,177.28</b>
<b>SUBTOTAL CONTRAPISOS Y PISOS</b>					<b>67,935.11</b>
<b>8</b>	<b>MAMPOSTERIAS</b>				
<b>8.01</b>	MAMPOSTERIAS BLOQUE DE 15 cm.	m2	6129	8.51	<b>52,157.79</b>
<b>9</b>	<b>DETALLES DE HORMIGON</b>				
<b>9.01</b>	DINTELES DE HORMIGON ARMADO (Puertas,ventanas,arcos,encofrado,hierro,hormigón)	m	810.00	10.47	<b>8,480.70</b>
<b>9.02</b>	ALFEISER DE VENTANA ( Remate de cerramientos,hormigón, hierro, encofrados )	m	654.81	10.73	<b>7,026.11</b>
<b>9.04</b>	BORDILLOS DE JARDINERAS EXTERIORES (30 * 8 * 100 cm)	m	105	9.01	<b>946.05</b>
<b>9.05</b>	LAVANDERIA (Prefabricada, hormigón armado)	un	10	69.03	<b>690.30</b>
<b>9.06</b>	B.B.Q. (Obra gris, fachaleta refractaria, cerámica, lavacopas, grifería, pintura)	un	10	335.40	<b>3,354.00</b>
<b>9.07</b>	MESON DE HORMIGON ARMADO e = 0,05 * 0,60 m	m	18	44.00	<b>792.00</b>
<b>9.08</b>	COLOCACION DE MARCOS DE PUERTAS EN ASCENSORES	un	10	18.07	<b>180.70</b>
<b>9.09</b>	CAJAS REVISION SANITARIA (Tapa cerco metálico 5 cm) (1m * espesor 10 cm)	un	30	65.30	<b>1,959.00</b>
<b>9.10</b>	CAJAS REVISION ELECTRICOS Y TELEFONICOS (Tapa cerco met 5 cm) (1m * esp 10 cm)	un	15	55.10	<b>826.50</b>
<b>SUBTOTAL MAMPOSTERIAS</b>					<b>76,413.15</b>
<b>10</b>	<b>CIELOS RASO GYPSUM</b>				
<b>10.01</b>	CIELO RASO GIPSUM DECORADOS RECTOS (Desniveles, cenefas, etc)	m	2900	18.00	<b>52,200.00</b>
<b>SUBTOTAL MAMPOSTERIA Y CIELO RAZO GYPSUM</b>					<b>52,200.00</b>
<b>11</b>	<b>ENLUCIDOS INTERIORES Y EXTERIORES</b>				
<b>11.01</b>	REVOCADOS HORIZONTALES - VERTICALES (Revocado superficies de hormigón)	m2	3129.75	2.02	<b>6,322.10</b>
<b>11.02</b>	FAJAS DE VENTANAS	m	1964.43	1.82	<b>3,575.26</b>
<b>SUBTOTAL MAMPOSTERIA Y CIELO RAZO GYPSUM</b>					<b>9,897.36</b>

<b>12</b>	<b>RECUBRIMIENTO EN PISOS Y PAREDES</b>				<b>0.00</b>
<b>12.01</b>	BARREDERAS DE CERAMICA IMPORTADA ( h = 10 cm)	<b>m</b>	444	13.86	<b>6153.84</b>
<b>12.02</b>	CENEFAS DE CERAMICA IMPORTADA	<b>m</b>	444	15.12	<b>6713.28</b>
<b>12.03</b>	PISOS Y PAREDES DE PORCELANATO IMPORTADO	<b>m2</b>	2500	57.86	<b>144650.00</b>
<b>12.04</b>	REMATES DE TINAS - HIDROMASAJES	<b>un</b>	75	13	<b>975.00</b>
<b>12.05</b>	MESONES DE MARMOL NACIONAL (Incluye salpicaderas y bordos)	<b>m</b>	192	75	<b>14400.00</b>
<b>12.06</b>	DECK DE MADERA TRATADA EN EXTERIORES	<b>m2</b>	150	50.52	<b>7578.00</b>
	<b>SUBTOTAL MAMPOSTERIA Y CIELO RAZO GYPSUM</b>				<b>180,470.12</b>
<b>13</b>	<b>RECUBRIMIENTOS DE PINTURAS</b>				<b>0.00</b>
<b>13.02</b>	BLANQUEADO DE PARQUEADEROS Y CERRAMIENTOS	<b>m2</b>	1950	1.75	<b>3412.50</b>
<b>13.04</b>	ESTUCADO SOBRE SUPERFICIES DE GIPSUM	<b>m2</b>	4500	1.45	<b>6525.00</b>
	<b>SUBTOTAL PINTURAS</b>				<b>9,937.50</b>
<b>14</b>	<b>INSTALACIONES SANITARIAS</b>				
<b>14.01</b>	PUNTO DE DESAGUE (110, 75, 50 mm)	<b>pto</b>	225	47	<b>10575.00</b>
<b>14.02</b>	PUNTO DE VENTILACION MECANICA 50 mm	<b>pto</b>	75	32	<b>2400.00</b>
<b>14.03</b>	BAJANTES AGUAS LLUVIAS - SERVIDAS D = 160 mm.	<b>m</b>	1500	19	<b>28500.00</b>
<b>14.04</b>	COLUMNA O RECORRIDO DE VENTILACION MECANICA 110 mm	<b>m</b>	600	17.5	<b>10500.00</b>
<b>14.05</b>	TUBERIA PVC AGUAS LLUVIAS - SERVIDAS 110 mm (bajo suelo)	<b>m</b>	1260	5.8	<b>7308.00</b>
<b>14.06</b>	TUBERIA PVC AGUAS LLUVIAS - SERVIDAS 200 mm (bajo techo)	<b>m</b>	150	8	<b>1200.00</b>
	<b>SUBTOTAL INS. SANITARIAS</b>				<b>60,483.00</b>

15	INSTALACIONE DE AGUA POTABLE				0.00
15.01	PUNTO DE AGUA POTABLE EN COBRE 1/2"	pto	150	37.59	5638.50
15.02	TENDIDO DE TUBERIA EN COBRE 1/2" L	m	570	9.5	5415.00
15.03	TENDIDO DE TUBERIA EN COBRE 3/4" L	m	540	12.81	6917.40
15.04	VALVULA DE CONTROL DE 3/4" - RED INTERNA	un	150	20.67	3100.50
15.05	VALVULA CHECK DE 3/4" - RED INTERNA	un	150	20.67	3100.50
15.06	VALVULA CHECK DE 1" - RED INTERNA	un	15	20.67	310.05
15.07	PUNTO DE AGUA POTABLE EN PVC R 1/2" (Parqueaderos, incluye llave de manguera)	pto	300	31.5	9450.00
15.08	TENDIDO TUBERÍA PVC R 3/4" (Parqueaderos)	m	1890	6.04	11415.60
15.09	MONTANTE O RED DE AGUA POTABLE PVC P 1" (Roscable)	m	1500	5.41	8115.00
15.10	PUNTO PARA TOMA DE MEDIDOR DE 3/4"	pto	21	53.41	1121.61
15.12	MEDIDOR COMUNAL DE RED PUBLICA	glo	6	328.01	1968.06
15.13	MEDIDOR INDIVIDUAL DE 3/4 "	un	21	48.25	1013.25
15.14	PUNTO DE TOMA PARA EQUIPO HIDRONEUMATICO AGUA POTABLE	pto	3	19.44	58.32
15.15	PUNTO DE SUCCION DE AGUA POTABLE DE CISTENA	pto	6	13.23	79.38
15.16	PUNTO BY-PASS DE ALIMENTACION A.P. EXTERNA	pto	6	119.16	714.96
15.17	PUNTO PARA CONECCION DE MEDIDOR RED PUBLICA (Diámetro variable)	pto	3	74.95	224.85
	<b>SUBTOTAL AGUA POTABLE</b>				<b>58,642.98</b>
16	INSTALACIONES CONTRA INCENDIOS				
16.01	PUNTO DE INCENDIOS H.G. 1 1/4" - 1 1/2"	pto	75	25.69	1926.75
16.02	MONTANTE DE INCENDIOS H.G. 2 1/2"	m	600	35.73	21438.00
16.03	TUBERIA DE HIERRO NEGRO DE 3/4"	m	960	5.2	4992.00
16.04	PUNTO DE SUCCION DE CISTERNA PARA INCENDIOS	pto	3	20.2	60.60
16.05	PUNTO DE CONECCION PARA VALVULA SIAMESA	pto	3	61.51	184.53
16.06	GABINETE COMPLETO TOL-VIDRIO PARA INCENDIOS (Completo, instalado)	un	12	396.73	4760.76
16.07	VALVULA SIAMESA DE TOMA CONTRAINCENDIOS	un	3	286.95	860.85
16.08	SPRINKLERS	un	21	35.2	739.20
16.09	LAMPARAS DE EMERGENCIA	un	21	52	1092.00
16.10	SENSORES DE HUMO	un	42	75.6	3175.20
	<b>SUBTOTAL INS. CONTRA INCENDIOS</b>				<b>39,229.89</b>
17	PIEZAS SANITARIAS				



<b>17.01</b>	GRIFERIA DUCHA - TINA (Mano de obra y material)	<b>un</b>	36	97.64	<b>3515.04</b>
<b>17.02</b>	GRIFERIA HIDROMASAJE (Solo costo) <b>hidrojets</b>	<b>un</b>	15	130	<b>1950.00</b>
<b>17.03</b>	GRIFERIA LAVAMANOS (Solo costo)	<b>un</b>	36	110	<b>3960.00</b>
<b>17.04</b>	GRIFERIA FREGADERO COCINA (Solo costo)	<b>un</b>	24	110	<b>2640.00</b>
<b>17.05</b>	GRIFERIA FREGADERO ROPA (Solo costo)	<b>un</b>	24	35	<b>840.00</b>
<b>17.06</b>	FLUXOMETROS (Solo grifería)	<b>un</b>	24	134.2	<b>3220.80</b>
<b>17.07</b>	DUCHA DE SERVICIO (Mano de obra y material)	<b>un</b>	6	65.25	<b>391.50</b>
<b>17.08</b>	TINAS (Mano de obra y material)	<b>un</b>	36	362.78	<b>13060.08</b>
<b>17.09</b>	HIDROMASAJES (Incluye tina, desagüe y remate albañilería)	<b>un</b>	9	1168.23	<b>10514.07</b>
<b>17.10</b>	INODOROS (Mano de obra y material)	<b>un</b>	75	104.08	<b>7806.00</b>
<b>17.11</b>	INODOROS DE SERVICIO (Mano de obra y material)	<b>un</b>	6	63.08	<b>378.48</b>
<b>17.12</b>	LAVAMANOS (Mano de obra y material)	<b>un</b>	75	52.08	<b>3906.00</b>
<b>17.13</b>	FREGADEROS DE COCINA (Mano de obra y material)	<b>un</b>	24	108.08	<b>2593.92</b>
<b>17.14</b>	FREGADEROS DE ROPA (Mano de obra y material)	<b>un</b>	24	85.64	<b>2055.36</b>
<b>17.15</b>	EXTRACTOR DE OLORES DE BAÑO (Mano de obra y material)	<b>un</b>	75	39.4	<b>2955.00</b>
<b>17.16</b>	ACCESORIOS DE BAÑO (Mano de obra y material)	<b>jgo</b>	75	52.31	<b>3923.25</b>
<b>17.17</b>	CALEFONES A GAS (Mano de obra y material)	<b>un</b>	12	242.44	<b>2909.28</b>
<b>17.18</b>	REJILLAS DE PISO NIQUELADAS 2"	<b>un</b>	75	5.47	<b>410.25</b>
<b>17.19</b>	REJILLAS DE PVC DE VENTILACION O REGISTRO 20 x 20 cm	<b>un</b>	75	12.22	<b>916.50</b>
<b>17.20</b>	REJILLAS DE PVC VENTILACION PARA GAS EN COCINAS	<b>un</b>	21	9.57	<b>200.97</b>
<b>17.21</b>	CAJETINES PARA LLAVE DE MANGUERA EN LAVADORAS	<b>un</b>	21	12.13	<b>254.73</b>
<b>SUB TOTAL PIEZAS SANITARIAS</b>					<b>68,401.23</b>
<b>18</b>	<b>INSTALACIONES ELECTRICAS</b>				



<b>18.01</b>	TABLERO DE BREAKERS. 20 PUNTOS	<b>un</b>	12	202.46	<b>2429.52</b>
<b>18.02</b>	PUNTOS DE LUZ (Manguera 1/2")	<b>pto</b>	240	21.16	<b>5078.40</b>
<b>18.03</b>	PUNTO TOMACORRIENTE POLARIZADO 110 V	<b>pto</b>	240	16.55	<b>3972.00</b>
<b>18.04</b>	PUNTOS MIXTOS (Tomacorriente + Interruptor)	<b>pto</b>	75	16.82	<b>1261.50</b>
<b>18.05</b>	TOMAS ESPECIALES 110 V (Circuitos independientes, lavadora, horno, microondas)	<b>pto</b>	30	22.34	<b>670.20</b>
<b>18.06</b>	TOMACORRIENTE 220 V (Manguera reforzada)	<b>pto</b>	30	45.25	<b>1357.50</b>
<b>18.07</b>	ACOMETIDAS ELECTRICAS INTERNAS (Desde medidor hasta tablero de breakers)	<b>m</b>	1200	10.4	<b>12480.00</b>
<b>18.08</b>	PUNTOS DE TIMBRE (Cableado con timbre)	<b>pto</b>	24	17.43	<b>418.32</b>
<b>18.09</b>	PUNTOS DE ALARMA (Sólo manguereado con guía, sin cable)	<b>pto</b>	24	4.01	<b>96.24</b>
<b>18.10</b>	PUNTOS DE INTERNET	<b>pto</b>	24	13.82	<b>331.68</b>
<b>18.11</b>	ARMADO DE CIRCUITOS POR BREAKERS (c/breaker)	<b>pto</b>	24	3.08	<b>73.92</b>
<b>18.12</b>	INSTALACION DE MALLA A TIERRA (Incluye excavación, relleno y material eléctrico)	<b>un</b>	3	217.31	<b>651.93</b>
<b>18.14</b>	CANALETA METALICA SUSPENDIDA	<b>m</b>	150	33	<b>4950.00</b>
<b>18.15</b>	PUNTO DE TELEFONO (PVC 3/4")	<b>pto</b>	66	14.69	<b>969.54</b>
<b>18.16</b>	PUNTOS DE TV (Sólo manguereado con guía, sin cable)	<b>pto</b>	198	15	<b>2970.00</b>
<b>18.17</b>	PUNTOS DE PORTERO ELECTRICO (Cableado sin citófono)	<b>pto</b>	66	15.91	<b>1050.06</b>
<b>18.18</b>	ACOMETIDA VERTICAL TELEFONICA INTERNA (Desde tablero general a tableros de distr)	<b>m</b>	750	6.04	<b>4530.00</b>
<b>18.19</b>	ACOMETIDA VERTICAL TV. CABLE INTERNA	<b>m</b>	750	3.54	<b>2655.00</b>
<b>18.20</b>	ACOMETIDA VERTICAL PORTERO ELECTRICO INTERNO	<b>m</b>	750	4.22	<b>3165.00</b>
<b>18.21</b>	COLOCACION DE CAJETINES ELECTRICOS (Albañilería)	<b>un</b>	240	0.78	<b>187.20</b>
<b>18.22</b>	COLOCACION DE TABLEROS ELECTRICOS (Albañilería)	<b>un</b>	33	13.04	<b>430.32</b>
<b>18.23</b>	COLOCACION DE TABLEROS TELEFONICOS (Albañilería)	<b>un</b>	33	34.39	<b>1134.87</b>
<b>18.24</b>	COLOCACION DE TABLEROS TV. CABLE (Albañilería)	<b>un</b>	66	29.14	<b>1923.24</b>
<b>18.25</b>	COLOCACION DE TABLEROS DE PORTEROS ELECTRICOS (Albañilería)	<b>un</b>	24	24.17	<b>580.08</b>
<b>18.26</b>	COLOCACION DE CAJAS DE PASO 20 cm, provisión y albañilería	<b>un</b>	15	17.33	<b>259.95</b>
<b>18.27</b>	LAMPARAS INCANDESCENTES	<b>un</b>	60	13.97	<b>838.20</b>
<b>18.28</b>	LAMPARAS FLUORESCENTES 2 x 40 W	<b>un</b>	60	37.87	<b>2272.20</b>
<b>18.29</b>	SISTEMA DE ILUMINACION EN AREA COMUNAL EXT <b>SENSOR MOV.</b>	<b>glo</b>	1	4500	<b>4500.00</b>
<b>18.30</b>	CONTRATO INTEGRAL INSTALACIONES ELECTRICAS Y TELEFONICAS INTERNAS	<b>glo</b>	1	8000	<b>8000.00</b>
	<b>SUB TOTAL INS. ELECTRICAS</b>				<b>41,141.51</b>

<b>19</b>	<b>CARPINTERIA DE MADERA</b>				<b>0.00</b>
<b>19.01</b>	CONTRATO INTEGRAL DE PUERTAS DE MADERA	<b>glo</b>	1	45000	<b>45000.00</b>
<b>19.02</b>	COMPRA Y COLOCACION DE CERRADURAS	<b>glo</b>	1	8000	<b>8000.00</b>
<b>19.03</b>	OTROS ACCESORIOS (Bisagras y placas de VyV, topes de puertas)	<b>glo</b>	1	1000	<b>1000.00</b>
<b>19.04</b>	CONTRATO INTEGRAL DE MUEBLES	<b>glo</b>	1	150000	<b>150000.00</b>
					<b>204,000.00</b>
<b>20</b>	<b>CARPINTERIA METALICA</b>				<b>0.00</b>
<b>20.01</b>	PUERTAS (0,80*2,05) Y VENTANAS METALICAS (para bodegas)	<b>un</b>	30	120	<b>3600.00</b>
<b>20.02</b>	PUERTA METALICA PEATONAL <b>1,20m</b> (Incluye chapa eléctrica)	<b>un</b>	3	400	<b>1200.00</b>
<b>20.03</b>	PUERTA METALICA ELECTRICA DE PARQUEADERO	<b>un</b>	9	2000	<b>18000.00</b>
<b>20.04</b>	CERRAMIENTOS METALICOS (Tubo 50*25*1.5 mm, instalado lacado)	<b>m2</b>	1038	45	<b>46710.00</b>
<b>20.05</b>	TAPAS DE REVISION DE CISTENAS (Tol galvanizado 90*90 cm)	<b>un</b>	6	80	<b>6.00</b>
<b>20.06</b>	PASAMANOS ACERO INOXIDABLE (dis	<b>m</b>	450.00	80	<b>36000.00</b>
	<b>SUBTOTAL CARPINTERIA METALICA</b>				<b>105,516.00</b>
<b>21</b>	<b>VENTANERIA EN GENERAL</b>				<b>0.00</b>
<b>21.01.</b>	VENTANERIA ALUMINIO-VIDRIO (CONTRATO)	<b>m2</b>	1,500.00	55	<b>82500.00</b>
	<b>SUBTOTAL VENTANERIA</b>				<b>82,500.00</b>
<b>22</b>	<b>EQUIPOS ELECTROMECHANICOS</b>				
<b>22.01</b>	ASCENSORES (Provisión, montaje)	<b>glo</b>	1	110000	<b>110000.00</b>
<b>22.02</b>	GENERADOR (Provisión, montaje)	<b>glo</b>	1	25000	<b>25000.00</b>
<b>22.03</b>	MOTORES PUERTA VEHICULAR ( Provisión, montaje)	<b>glo</b>	1	10000	<b>10000.00</b>
<b>22.04</b>	SISTEMA HIDRONEUMATICO ( Agua Potable y/o Incendios)	<b>glo</b>	1	12000	<b>12000.00</b>
<b>22.05</b>	EQUIPO PISCINAS	<b>glo</b>	1	17000	<b>17000.00</b>
<b>22.06</b>	SISTEMA DE INTERCOMUNICACION (Equipo y citófonos)	<b>glo</b>	1	14500	<b>14500.00</b>
<b>22.07</b>	CENTRAL TELEFONICA (Central y teléfonos)	<b>glo</b>	1	15000	<b>15000.00</b>
<b>22.08</b>	SISTEMA DE ALARMA Y PROTECCION RAYOS INFRAROJOS PERIMETRAL	<b>glo</b>	1	14000	<b>14000.00</b>
<b>22.09</b>	SISTEMA DE GAS CENTRALIZADO (Incluye gabinete metálico para medidores de gas)	<b>glo</b>	1	10000	<b>10000.00</b>
<b>22.10</b>	SISTEMA DE RIEGO AUTOMATICO	<b>glo</b>	1	5000	<b>5000.00</b>
<b>22.11</b>	SISTEMA BOMBAS EVACUACION AGUAS SERVIDAS	<b>glo</b>	1	2500	<b>2500.00</b>
<b>22.12</b>	OTROS EQUIPOS ESPECIALES	<b>glo</b>	1	2000	<b>2000.00</b>



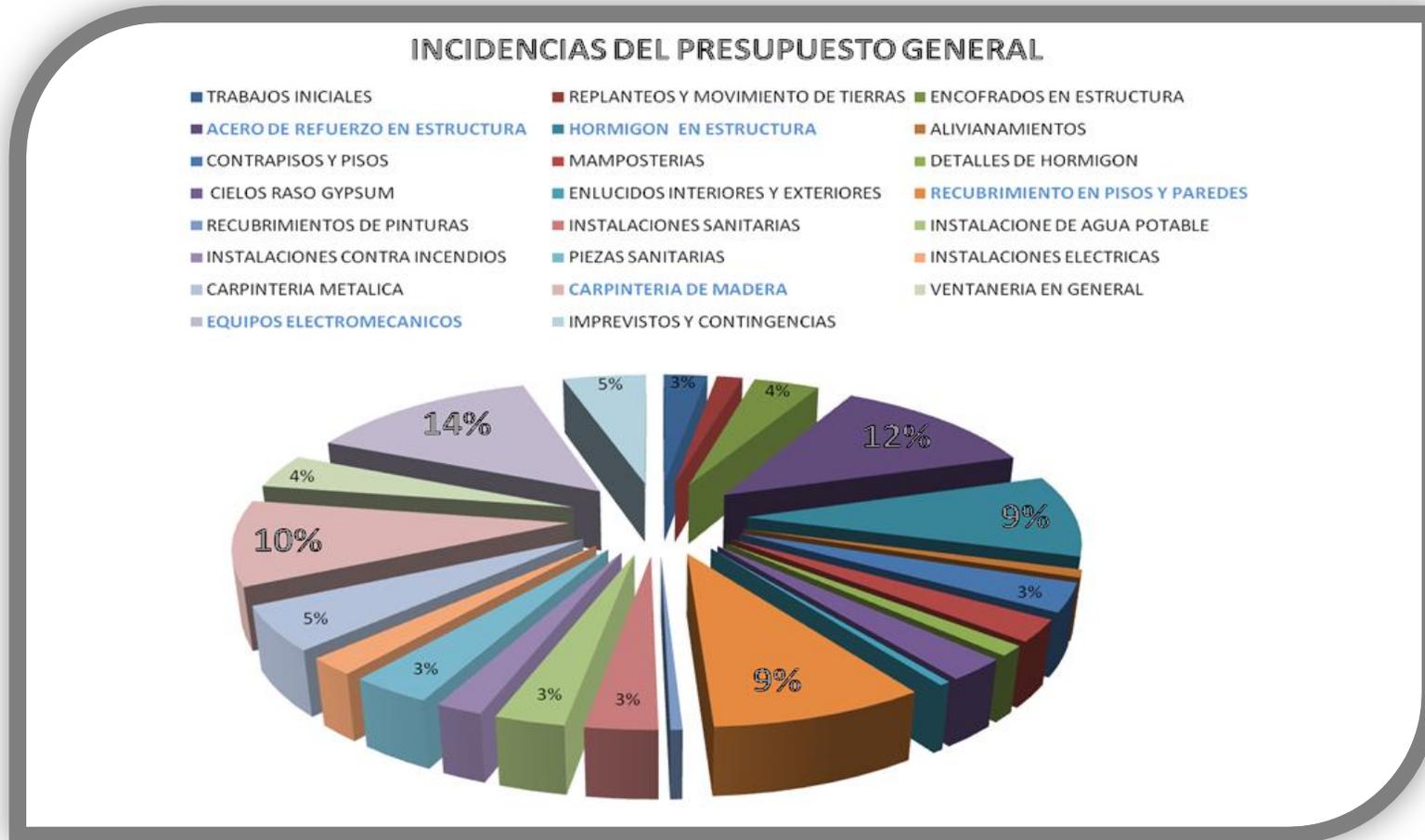
<b>22.13</b>	AMOBILIAMIENTO LOBBY Y SALA COMUNAL	<b>glo</b>	1	4500	<b>4500.00</b>
<b>22.14</b>	SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO	<b>glo</b>	1	20000	<b>20000.00</b>
<b>22.15</b>	SISTEMA DE VENTILACION MECANICA	<b>glo</b>	1	14000	<b>14000.00</b>
<b>22.16</b>	SISTEMA DE SEGURIDAD Y CONTROL ELECTRONICO	<b>glo</b>	1	16000	<b>16000.00</b>
<b>22.17</b>	EQUIPOS GIMNASIO	<b>glo</b>	1	3000	<b>3000.00</b>
	<b>SUBTOTAL EQUIPOS ELECTROMECHANICOS</b>				<b>278,500.00</b>
<b>23</b>	<b>OTROS GASTOS</b>				
<b>23.01</b>	ALBAÑILERIA NO PREVISTOS	<b>m2</b>	600	1.79	<b>1074.00</b>
<b>23.02</b>	AGUA, LUZ Y TELECOMUNICACIONES	<b>mes</b>	36	180	<b>6480.00</b>
<b>23.03</b>	COMBUSTIBLES	<b>glo</b>	3	500	<b>1500.00</b>
<b>23.04</b>	GASTOS OFICINA DE OBRA	<b>glo</b>	36	220	<b>7920.00</b>
	<b>SUBTOTAL VARIOS</b>				<b>16,974.00</b>
<b>24</b>	<b>PROYECTO DE JARDINERIA Y AREAS VERDES</b>				
<b>24.01</b>	ENCHAMBADO AREAS PRIVADAS Y COMUNALES (Incluye primer corte)	<b>m2</b>	500	5	<b>2500.00</b>
<b>24.02</b>	DECORACION PLANTAS ORNAMENTALES	<b>glo</b>	5	2300	<b>11500.00</b>
<b>24.03</b>	TIERRA NEGRA PARA JARDINERAS	<b>m3</b>	150	6.25	<b>937.50</b>
<b>24.04</b>	TRABAJOS GENERALES AREAS DESCUBIERTAS	<b>glo</b>	1	15000	
	<b>SUBTOTAL JARDINES</b>				<b>14,937.50</b>
<b>25</b>	<b>IMPREVISTOS Y CONTINGENCIAS</b>	<b>glo</b>	1.00	100,000.00	<b>100,000.00</b>

<b><u>TOTAL</u></b>	<b>2,094,615.35</b>
---------------------	---------------------

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## PORCENTAJES DE INFLUENCIA EN OBRA CIVIL

Ilustración 86



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Analizando el grafico se puede concluir claramente que los rubros con mayor incidencia en el presupuesto son el equipamiento, el acero y hormigón de la estructura, la carpintería de madera y los recubrimientos, entre estos rubros suman más del 60% de costo total de la obra.

### Equipamiento

Se tiene previsto que el proyecto cuente con el equipamiento electromecánico que se detalla en el cuadro, correspondiente al capítulo 22 del presupuesto general del proyecto, que a continuación se presenta.

Como es de esperarse, esta categoría de costos es de alta incidencia para el proyecto con un monto superior a los \$ 200,000.00

### PRESUPUESTO PARA EQUIPAMIENTO

Ilustración 87

22	EQUIPOS ELECTROMECHANICOS				
22.01	ASCENSORES (Provisión, montaje)	go		10000	10000.00
22.02	GENERADOR (Provisión, montaje)	go		25000	25000.00
22.03	MOTORES PUERTA VEHICULAR ( Provisión, montaje)	go		1000	1000.00
22.04	SISTEMA HIDRONEUMATICO ( Agua Potable y/o Incendios)	go		12000	12000.00
22.05	EQUIPO PISINAS	go		17000	17000.00
22.06	SISTEMA DE INTERCOMUNICACION (Equipo y citófonos)	go		14500	14500.00
22.07	CENTRAL TELEFONICA (Central y teléfonos)	go		15000	15000.00
22.08	SISTEMA DE ALARMA Y PROTECCION RAYOS INFRAROJOS PERIMETRAL	go		14000	14000.00
22.09	SISTEMA DE GAS CENTRALIZADO ( Incluye gabinete metálico para medidores de gas)	go		10000	10000.00
22.10	SISTEMA DE RIEGO AUTOMATICO	go		5000	5000.00
22.11	SISTEMA BOMBAS EVACUACION AGUAS SERVIDAS	go		2500	2500.00
22.12	OTROS EQUIPOS ESPECIALES	go		2000	2000.00
22.13	AMUEBLAMIENTO LOBBY Y SALA COMUNAL	go		4500	4500.00
22.14	SISTEMA DE AIRE ACONDICIONADO	go		20000	20000.00
22.15	SISTEMA DE VENTILACION MECANICA	go		14000	14000.00
22.16	SISTEMA DE SEGURIDAD Y CONTROL ELECTRONICO	go		16000	16000.00
22.17	EQUIPOS GIMNASIO	go		3000	3000.00
<b>SUBTOTAL EQUIPOS ELECTROMECHANICOS</b>					<b>278,500.00</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### Costos Indirectos del Proyecto

El resumen de los costos indirectos del proyecto, se presenta a continuación. El valor total estimado de costos indirectos asciende por lo tanto a \$ 680,749.99.

Siendo el rubro de honorarios el que mayor incidencia tiene dentro del costo con un 31% de incidencia.

#### COSTOS INDIRECTOS DEL PROYECTO

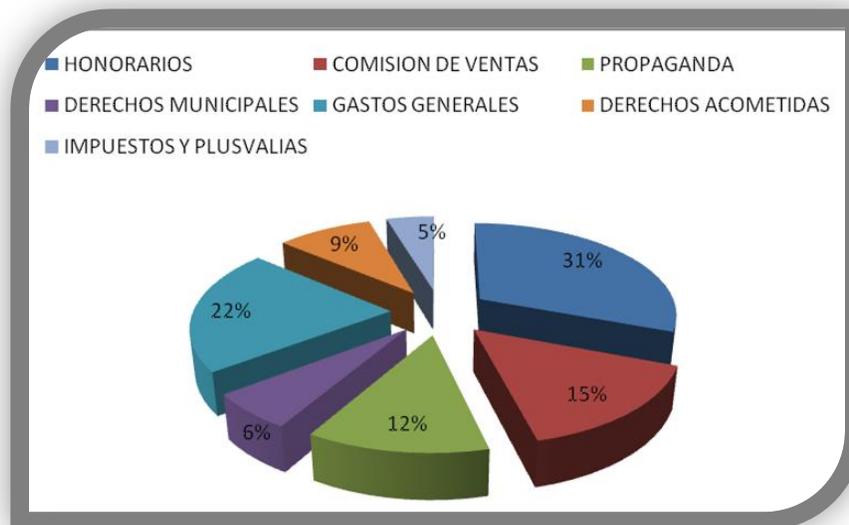
Ilustración 88

#	DESCRIPCION	MONTO	PORCENTAJE
1	HONORARIOS	\$ 209,462	31%
2	COMISION DE VENTAS	\$ 104,731	15%
3	PROPAGANDA	\$ 83,785	12%
4	DERECHOS MUNICIPALES	\$ 41,892	6%
5	GASTOS GENERALES	\$ 146,623	22%
6	DERECHOS ACOMETIDAS	\$ 62,838	9%
7	IMPUESTOS Y PLUSVALIAS	\$ 31,419	5%
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 680,749.99</b>	<b>100%</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

#### INCIDENCIA DE LOS COSTOS INDIRECTOS DEL PROYECTO

Ilustración 89



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## Honorarios

Se ha determinado un valor total de honorarios, en las diferentes especialidades que forman parte del proyecto, de \$ 210,000.00 de los cuales la dirección técnica es la más representativa con un 44% del total de los honorarios, y un monto total de \$ 92,400.00 lo que significa un 4.5% del valor total de obra civil.

### HONORARIOS

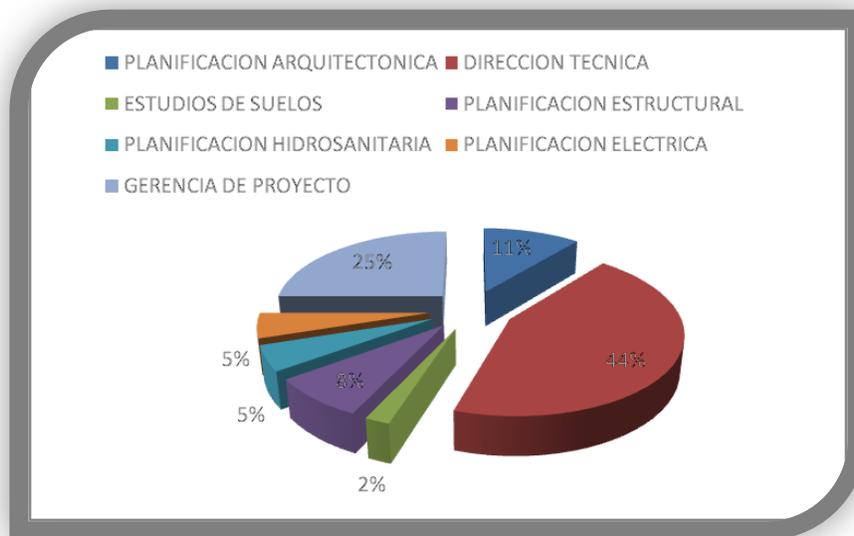
Ilustración 90

DESCRIPCION		TOTAL	%
1	PLANIFICACION ARQUITECTONICA	23100	11%
2	DIRECCION TECNICA	92400	44%
3	ESTUDIOS DE SUELOS	4200	2%
4	PLANIFICACION ESTRUCTURAL	16800	8%
5	PLANIFICACION HIDROSANITARIA	10500	5%
6	PLANIFICACION ELECTRICA	10500	5%
7	GERENCIA DE PROYECTO	52500	25%
<b>TOTAL</b>		<b>210000</b>	<b>100%</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### INCIDENCIA DE HONORARIOS

Ilustración 91



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 5.2 COSTO POR VENTAS

Se definió que se destinará al pago de comisiones de ventas el 3% del total de los ingresos y para la publicidad se destinará un 2%.

### COSTO DE VENTAS

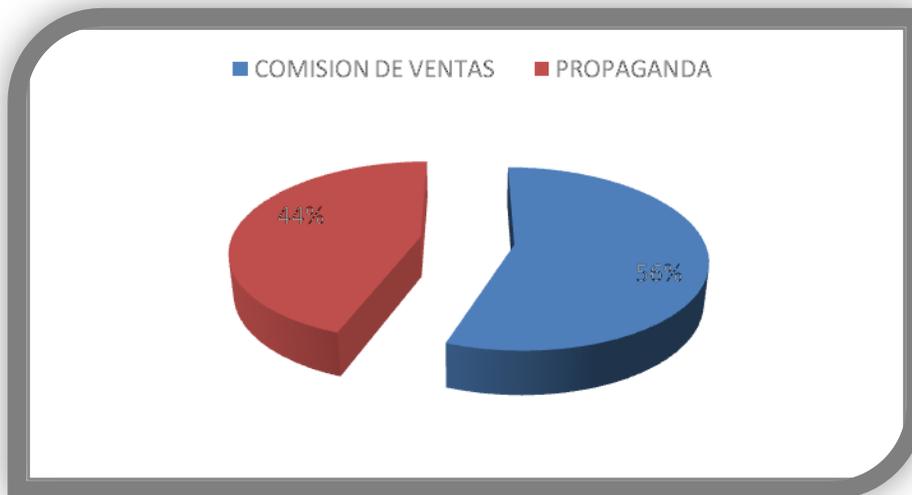
Ilustración 92

#	DESCRIPCION	MONTO	%
1	COMISION DE VENTAS	104730.767	3%
2	PROPAGANDA	83784.6139	2%
<b>TOTAL</b>		<b>188515.3812</b>	

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### INCIDENCIA DE COSTO DE VENTAS

Ilustración 93



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### Otros Costos Indirectos

Debido a que su incidencia dentro del proyecto no es tan alta, se ha agrupado en esta categoría al resto de partidas que componen los costos indirectos.

En ellas se incluyen todos los gastos que se incurren por aprobaciones de planos y obtención de permisos de construcción, gastos legales, pago de derechos de acometidas, y por último los impuestos prediales y plusvalías que se generen por la venta de los departamentos.

### OTROS COSTOS INDIRECTOS

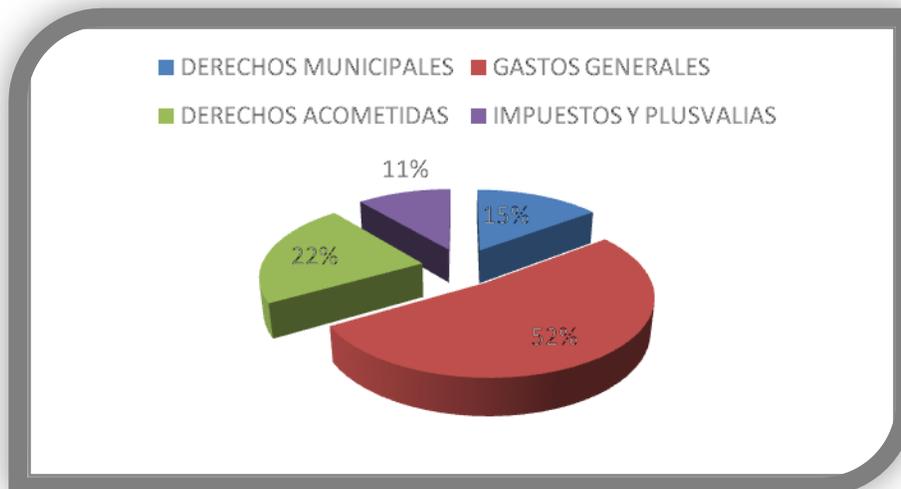
Ilustración 94

#	DESCRIPCION	MONTO	%
1	DERECHOS MUNICIPALES	\$ 41,892	1.2%
2	GASTOS GENERALES	\$ 146,623	4.4%
3	DERECHOS ACOMETIDAS	\$ 62,838	1.9%
4	IMPUESTOS Y PLUSVALIAS	\$ 31,419	0.9%

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### INCIDENCIA DE LOS COSTOS INDIRECTOS EN EL PROYECTO

Ilustración 95



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### COSTO POR METRO CUADRADO

El área bruta del proyecto es de 5010 m<sup>2</sup> y el área vendible es de 3754 m<sup>2</sup>, por lo tanto, es necesario cubrir la diferencia de de áreas incrementando el valor por metro cuadrado, proyectándolo únicamente a el área vendible.

Los costos por metro cuadrado de construcción bruta y de construcción vendible se resumen en el cuadro siguiente:

### COSTO POR METRO CUADRADO

Ilustración 96

<b>COSTO POR METRO CUADRADO</b>	
COSTO TOTAL DEL PROYECTO	3,369,189
TOTAL AREA BRUTA (m2)	5,011
COSTO POR m2 BRUTO	672
TOTAL AREA VENDIBLE (m2)	3,754
COSTO POR m2 VENDIBLE	897

FUENTE: PATRICIO CASTILLO

ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Dentro del área vendible están incluidos los parqueaderos y bodegas. El costo de \$ 897 por m<sup>2</sup>, valor que se encuentra dentro de lo esperado, para un proyecto enfocado a la clase media alta y alta.

### 5.3 FLUJO DE EGRESOS DEL PROYECTO INMOBILIARIO

A continuación se presenta el flujo de todos los gastos en los cuales se debe incurrir para el desarrollo del proyecto inmobiliario, tanto costos directos como indirectos. Flujo que se acoge estrictamente al cronograma planteado en el literal anterior.

#### FLUJO DE EGRESOS

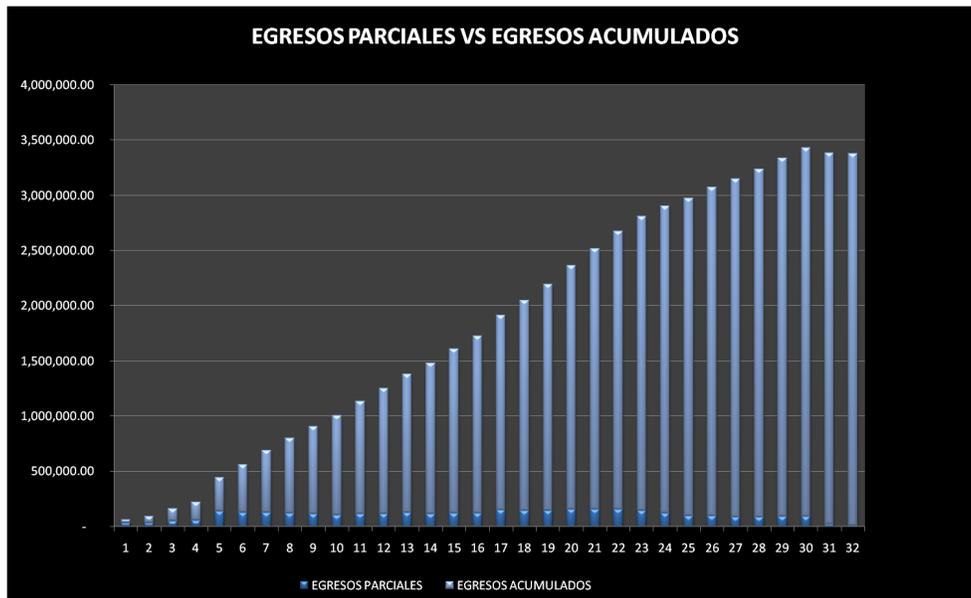
FUENTE:  
ELABORACION:

1.	EGRESOS	MONTOS	FLUJO DE EGRESOS																																										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32											
	TERRENO	593,824.00	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67	24,742.67						
	OBRA CIVIL	1,816,115.00				69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58	69,850.58				
	EQUIPAMIENTO	278,500.00																39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71	39,785.71				
	HONORARIOS	209,462.00	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69	6,545.69			
	COMISION POR VENTAS	104,731.00			3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	3,611.41	
	PROPAGANDA	83,785.00				8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	8,378.50	
	DERECHOS MUNICIPALES	41,892.00			6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00
	GERENCIA Y LEGALES	146,623.00			12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58	12,218.58
	DERECHOS Y ACOMETIDAS	62,838.00				6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00	6,982.00
	IMPUESTOS	31,419.00													7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75	7,854.75
	<b>TOTAL EGRESOS</b>	3,369,189.00	31,288.35	31,288.35	50,488.94	54,100.35	139,311.43	127,092.84	127,092.84	120,110.84	113,128.84	104,750.34	116,968.93	116,968.93	124,823.68	112,605.09	119,587.09	119,587.09	151,518.06	144,536.06	144,536.06	156,754.64	156,754.64	156,754.64	144,536.06	120,110.84	95,368.18	95,368.18	88,386.18	88,386.18	92,226.26	92,226.26	22,375.68	10,157.10											
	<b>TOTAL EGRESOS ACUMULADOS</b>	3,369,189.00	31,288.35	62,576.71	113,065.65	167,166.00	306,477.43	433,570.27	560,663.12	680,773.96	793,902.80	898,653.15	1,015,622.08	1,132,591.01	1,257,414.68	1,370,019.78	1,489,606.87	1,609,193.97	1,760,712.03	1,905,248.09	2,049,784.15	2,206,538.79	2,363,293.43	2,520,048.07	2,664,584.13	2,784,694.98	2,880,063.16	2,975,431.33	3,063,817.51	3,152,203.69	3,244,429.95	3,336,656.21	3,359,031.90	3,369,189.00											

El flujo de inversión nos permite saber, a través del tiempo y desagregada mensualmente, la inversión de cada uno de los rubros del proyecto inmobiliario. Con el mismo podemos concluir que son tres los meses más sensibles en el desarrollo del proyecto, son en los que se realizan la estructuración del edificio es decir se arma el acero y se funde el hormigón para los distintos elementos estructurales.

Adicionalmente se presentan también las graficas correspondientes a egresos parciales y acumulados lo que facilita la interpretación de los resultados.

### GRAFICA DE INVERSION PARCIAL Y ACUMUDA



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 6 Estrategia Comercial

**E**l crecimiento de cualquier tipo de empresa se debe a la habilidad con la que diseña y ejecuta una estrategia comercial que atienda a las necesidades del mercado y establezca ventajas competitivas únicas de cara al cliente o consumidor.

Para sobresalir, la empresa debe definir una estrategia de posicionamiento frente al mercado objetivo y entender y aprovechar la influencia de las variables mercadológicas como el precio, la disponibilidad, la calidad, entre otras, de cara a sus clientes.

Así mismo identificaremos las actitudes, percepciones y expectativas hacia productos y servicios de este tipo del mercado objetivo, tratando de determinar la importancia de variables como el precio, la calidad, el tiempo de respuesta, entre otras.

Determinaremos el **concepto comercial** que especifica la oferta de valor y la estrategia de posicionamiento de la empresa frente al mercado objetivo.

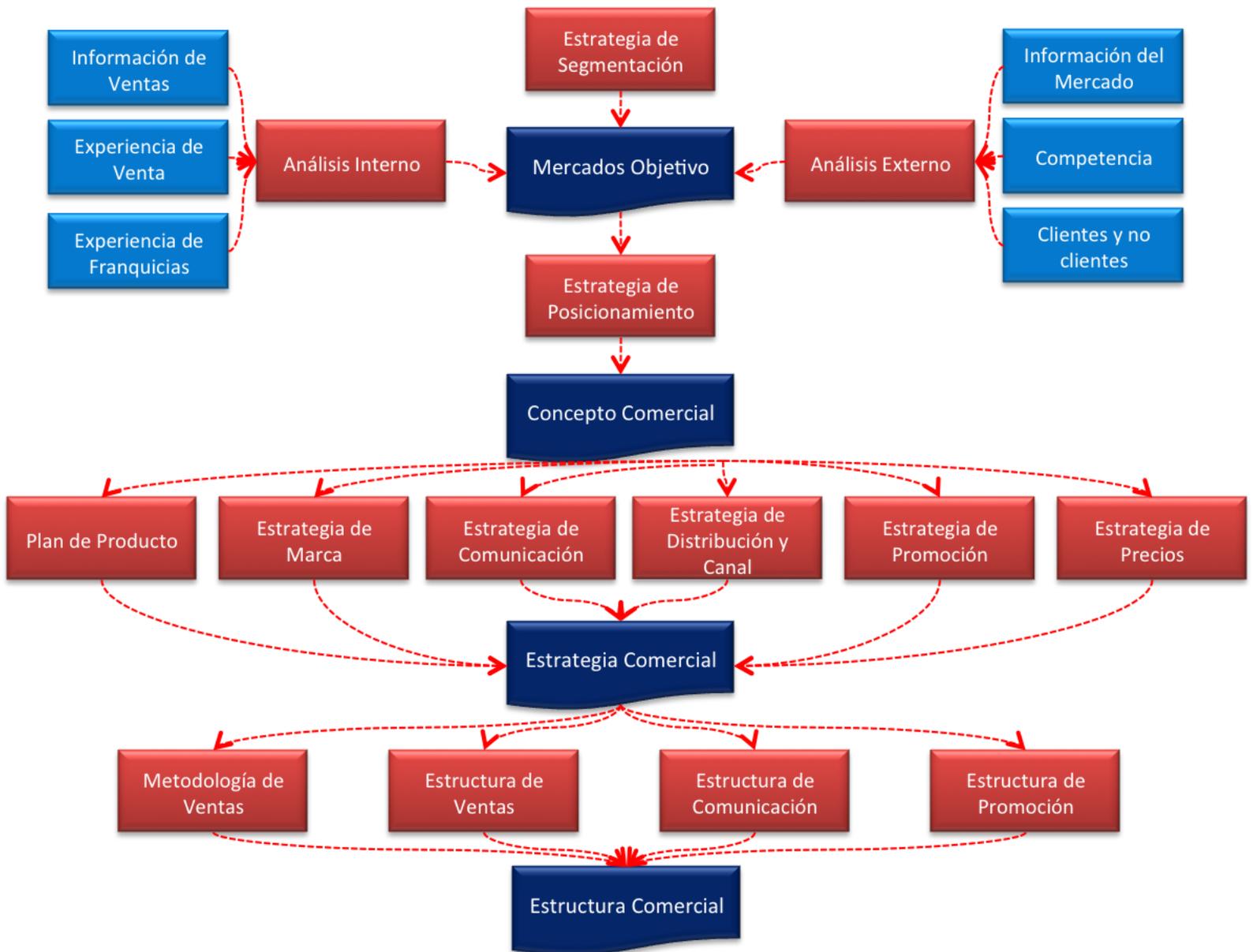
Con base en ello y trabajando con la empresa determinaremos la **estrategia comercial**, que incluye:

- PLANIFICACION DEL PROYECTO
- CRONOGRAMA DEL PROYECTO
- ESTRATEGIA DE PRECIOS
- ESQUEMAS DE CREDITO
- INCREMENTO DE PRECIOS/DESCUENTOS
- GARANTIAS AL CLIENTE
- CRONOGRAMA DE VENTAS
- METAS Y OBJETIVOS DE VENTAS
- ESTRATEGIA DE MARKETING

El siguiente esquema detalla la metodología de Estrategia Comercial:

### METODOLOGIA DE ESTRATEGIA COMERCIAL

Ilustración 97



FUENTE: [www.googleacademico.com](http://www.googleacademico.com)  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO



## 6.1 PLANIFICACION DEL PROYECTO

### 6.1.1 FASES DEL PROYECTO

La duración estimada del proyecto inmobiliario desde su fase de factibilidad hasta el cierre es de dieciocho meses. Se ha dividido al proyecto en cuatro fases.

- Factibilidad: En esta fase se realizan los estudios preliminares. Se desarrolla el ante proyecto arquitectónico, los estudios de mercado y un estudio de factibilidad económica.
- Planificación: Fase en la que se obtiene la viabilidad del proyecto, se realiza el proyecto arquitectónico definitivo y todos los proyectos de especialidades. Paralelamente se planifica campaña publicitaria y se ultima cualquier detalle antes de comenzar la venta del proyecto.
- Ejecución: Se da inicio a la construcción de la obra. Además se inician las ventas del proyecto.
- Entrega y Cierre: en esta fase se realiza la entrega de los departamentos terminados y también se da paso el cierre del proyecto.

## 6.2 CRONOGRAMA DEL PROYECTO INMOBILIARIO

En e Se presenta al cronograma del proyecto inmobiliario, donde se puede visualizar el inicio de cada una de las actividades económicas a realizarse a lo largo del proyecto, es decir que se establece a lo largo de los 18 meses, tiempo establecido para el desarrollo del proyecto, la participación de todos los rubros que representan egresos para el mismo.

### CRONOGRAMA DEL PROYECTO INMOBILIARIO

Ilustración 98

CRONOGRAMA DEL PROYECTO INMOBILIARIO																																				
ITEM	MONTOS	MES																																		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32			
1. TERRENO	\$ 593,824	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2. OBRACIVIL	\$ 1,816,115				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3. EQUIPAMIENTO	\$ 278,500																																			
4. HONORARIOS	\$ 209,462	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5. COMISION DE VENTA	\$ 104,731				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6. PROPAGANDA	\$ 83,785					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7. DERECHOS MUNICIP	\$ 41,892			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8. GERENCIA Y LEGALE	\$ 146,623	■	■	■																																
9. DERECHOS Y ACOMI	\$ 62,838					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10. IMPUESTOS Y PLUS	\$ 31,419																																			

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## ESTRATEGIA DE PRECIOS

### 6.2.1 LISTA DE PRECIOS

Marina Terrace cuenta 46 departamentos. La lista de precios inicial que se utilizará para la venta aparece en el cuadro que se presenta a continuación.

## LISTA DE PRECIOS BASE

Ilustración 99

NIVEL	TIPOLOGIA	ESPACIO	A. BRUTA		NO COMP.	AREA	CANT.	AREA	AREA	NO	AREA	PRECIO X M2 UTIL		P X M2 TERRAZA	PRECIO BASE
			X UNIDAD	M2								X UNIDAD	M2		
PLANTA BAJA	DUPLIX	DEF TIPO	M2	M2			4	225.44	46	56.16	169.28	\$ 2,166.77	\$ 675.05		
		1A	56.36	14.04	11.5								\$ 49.376.22	\$ 10.063.09	\$ 59.439.31
		3A	56.36	14.04	11.5								\$ 49.376.22	\$ 10.063.09	\$ 59.439.31
		6A	56.36	14.04	11.5								\$ 49.376.22	\$ 10.063.09	\$ 59.439.31
		9A	56.36	14.04	11.5								\$ 49.376.22	\$ 10.063.09	\$ 59.439.31
		1B	55.25	14.91	21.49	4	221	85.96	59.64		161.36		\$ 47.066.09	\$ 18.804.85	\$ 65.870.94
		3B	55.25	14.91	21.49								\$ 47.066.09	\$ 18.804.85	\$ 65.870.94
		6B	55.25	14.91	21.49								\$ 47.066.09	\$ 18.804.85	\$ 65.870.94
		9B	55.25	14.91	21.49								\$ 47.066.09	\$ 18.804.85	\$ 65.870.94
		1C	49.85	9.67	20.76	4	199.4	83.04	38.68		160.72		\$ 46.879.41	\$ 18.166.06	\$ 65.045.47
		3C	49.85	9.67	20.76								\$ 46.879.41	\$ 18.166.06	\$ 65.045.47
		6C	49.85	9.67	20.76								\$ 46.879.41	\$ 18.166.06	\$ 65.045.47
		9C	49.85	9.67	20.76								\$ 46.879.41	\$ 18.166.06	\$ 65.045.47
		1D	53.79	13	17.63	2	107.58	35.26	26		81.58		\$ 47.591.12	\$ 15.427.15	\$ 63.018.27
		3D	53.79	13	17.63	1	53.79	17.63	13		40.79		\$ 47.591.12	\$ 15.427.15	\$ 63.018.27
		6D	53.79	13	17.63	1	73.97	30.78	18.48		53.49		\$ 42.408.65	\$ 26.899.07	\$ 69.307.72
	9D	53.79	13	17.63	1	73.97	30.78	18.48		53.49		\$ 42.408.65	\$ 26.899.07	\$ 69.307.72	
	1E	76.61	5.75	38.34								\$ 62.674.83	\$ 33.549.46	\$ 116.224.30	
	6E	91.21	4.25	45.13	1	91.21	45.13	4.25		86.96		\$ 101.459.27	\$ 39.491.06	\$ 140.950.33	
	10 E NORTE	83.93	7.15	22.83	1	83.93	22.83	7.15		76.78		\$ 89.581.91	\$ 19.977.42	\$ 109.559.33	
	10 E SUR	103.52	16.98	23.73	1	103.52	23.73	16.98		86.54		\$ 100.969.24	\$ 26.015.27	\$ 126.984.51	
	10 E CENTRO	87.005	14.435	18.25	1	87.005	18.25	14.435		72.57		\$ 84.669.95	\$ 15.969.68	\$ 100.639.64	
	10 E SUR	89.605	14.435	21.18	1	89.605	21.18	14.435		75.17		\$ 87.303.46	\$ 20.283.69	\$ 107.587.15	
	PRIMERA PLANTA	DUPLIX	1A	50.63	9.64	11.5							\$ 47.824.46	\$ 10.063.09	\$ 57.887.55
			3A	50.63	9.64	11.5							\$ 47.824.46	\$ 10.063.09	\$ 57.887.55
			6A	50.63	9.64	11.5							\$ 47.824.46	\$ 10.063.09	\$ 57.887.55
			9A	50.63	9.64	11.5							\$ 47.824.46	\$ 10.063.09	\$ 57.887.55
			1B	41.69	6.96	9.51	4	166.76	38.04	27.84		138.92		\$ 40.520.70	\$ 8.321.74
3B			41.69	6.96	9.51								\$ 40.520.70	\$ 8.321.74	\$ 48.842.44
6B			41.69	6.96	9.51								\$ 40.520.70	\$ 8.321.74	\$ 48.842.44
9B			41.69	6.96	9.51								\$ 40.520.70	\$ 8.321.74	\$ 48.842.44
1C			49.99	7.47	10.76	5	249.95	53.8	37.35		212.6		\$ 49.609.57	\$ 9.415.55	\$ 59.025.12
3C			49.99	7.47	10.76								\$ 49.609.57	\$ 9.415.55	\$ 59.025.12
6C			49.99	7.47	10.76								\$ 49.609.57	\$ 9.415.55	\$ 59.025.12
9C			49.99	7.47	10.76								\$ 49.609.57	\$ 9.415.55	\$ 59.025.12
1D			56.93	8.16	48.77	1	56.93	48.77	8.16		48.77		\$ 56.901.66	\$ 42.676.25	\$ 99.577.91
3D			56.93	8.16	48.77	1	56.93	48.77	8.16		48.77		\$ 56.901.66	\$ 42.676.25	\$ 99.577.91
6D			51.88	8.17	43.71	1	51.88	43.71	8.17		43.71		\$ 50.997.88	\$ 38.249.49	\$ 89.246.87
9D			44.34	11.43	32.91	1	44.34	32.91	11.43		32.91		\$ 38.397.25	\$ 28.797.93	\$ 67.195.18
2E		89.09	11.51	31.52								\$ 90.515.29	\$ 27.581.61	\$ 118.096.91	
3E		91.02	11.51	31.52	1	91.02	31.52	11.51		79.51		\$ 92.767.09	\$ 27.581.61	\$ 120.348.70	
5E NORTE		72.72	3.12	18.48	1	72.72	18.48	3.12		69.6		\$ 81.204.75	\$ 16.170.95	\$ 97.375.69	
5E SUR		89.22	9.54	35.13	1	89.22	35.13	9.54		79.68		\$ 92.965.44	\$ 30.740.55	\$ 123.705.98	
7E		80.28	7.26	39.1	1	80.28	39.1	7.26		73.02		\$ 85.194.98	\$ 34.214.50	\$ 119.409.48	
8E		98.12	17.22	28.18	1	98.12	28.18	17.22		80.9		\$ 94.388.85	\$ 24.658.94	\$ 119.047.80	
11P NORTE		118.73	4.51	58.5	2	237.46	117	9.02		228.44		\$ 133.164.46	\$ 51.190.49	\$ 184.354.95	
11P SUR		118.73	4.51	58.5	2	237.46	117	9.02		228.44		\$ 133.164.46	\$ 51.190.49	\$ 184.354.95	

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Precios base considerando un margen mínimo de rentabilidad del 30% sobre los costos, valores que arrojan un precio por m2 ponderado de \$ 1, 090.00 antes de ajustar los precios en función de sus características principales más influyentes.

Este valor de precio por metro cuadrado considera el área útil del departamento y las áreas de terrazas consideradas inicialmente a un 75% del costo inicial por m2 de área útil. Los parqueaderos y bodegas, están incluidos en el precio original por departamento.

Cada departamento se entregará con dos parqueaderos y una bodega.

Posteriormente se pondero los precios establecidos originalmente según distintos factores de incidencia como: tipología, tamaño, las terrazas, la altura y la orientación de la siguiente manera:

### LISTA DE PRECIOS PONDERADA

Ilustración 100

PRECIO BASE	TAMANO	TIPOLOGIA	ALTURA	ORIENTACION	PRECIO AFECTADO	TERRAZA	PRECIO TOTAL	PRECIO X M2
	PUNTO PORCENTUAL	DÚPLEX/LINEAL	PUNTO PORCENTUAL	0.50%				
\$ 59,439.31	0.50%	0.75%	0%	0.05%	\$ 60,212.02	\$ 10,063.09	\$ 70,275.11	\$ 1,305.74
\$ 59,439.31	0.50%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 60,229.85	\$ 10,063.09	\$ 70,292.94	\$ 1,306.07
\$ 59,439.31	0.50%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 60,247.68	\$ 10,063.09	\$ 70,310.77	\$ 1,306.41
\$ 59,439.31	0.50%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 60,259.57	\$ 10,063.09	\$ 70,322.66	\$ 1,306.63
\$ 65,870.94	1%	0.75%	0%	0.05%	\$ 67,056.61	\$ 18,804.85	\$ 85,861.46	\$ 1,388.67
\$ 65,870.94	1%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 67,076.37	\$ 18,804.85	\$ 85,881.22	\$ 1,388.99
\$ 65,870.94	1%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 67,096.13	\$ 18,804.85	\$ 85,900.98	\$ 1,389.31
\$ 65,870.94	1%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 67,109.31	\$ 18,804.85	\$ 85,914.16	\$ 1,389.52
\$ 65,045.47	2%	0.75%	0%	0.05%	\$ 66,866.74	\$ 18,166.06	\$ 85,032.81	\$ 1,395.35
\$ 65,045.47	2%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 66,886.26	\$ 18,166.06	\$ 85,052.32	\$ 1,395.67
\$ 65,045.47	2%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 66,905.77	\$ 18,166.06	\$ 85,071.83	\$ 1,395.99
\$ 65,045.47	2%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 66,918.78	\$ 18,166.06	\$ 85,084.84	\$ 1,396.21
\$ 63,018.27	1.50%	0.75%	0%	0.05%	\$ 64,467.69	\$ 15,427.15	\$ 79,894.84	\$ 1,367.59
\$ 63,018.27	1.50%	0.75%	0.05%	0.05%	\$ 64,499.20	\$ 15,427.15	\$ 79,926.35	\$ 1,368.13
\$ 63,018.27	1.50%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 64,486.59	\$ 15,427.15	\$ 79,913.75	\$ 1,367.92
\$ 89,307.72	0%	0.75%	0.04%	0.05%	\$ 90,057.91	\$ 26,899.07	\$ 116,956.98	\$ 1,388.54
\$ 116,224.30	0%	0%	0%	0.05%	\$ 116,282.41	\$ 33,549.46	\$ 149,831.87	\$ 1,372.09
\$ 140,950.33	0%	0%	0.06%	0.05%	\$ 141,105.37	\$ 39,491.06	\$ 180,596.43	\$ 1,367.22
\$ 109,559.32	0%	0%	0.08%	0.05%	\$ 109,701.75	\$ 19,977.42	\$ 129,679.17	\$ 1,301.87
\$ 126,984.51	0%	0%	0.10%	0.05%	\$ 127,174.99	\$ 26,015.27	\$ 153,190.26	\$ 1,317.54
\$ 100,639.64	0%	0%	0.10%	0.05%	\$ 100,790.59	\$ 15,969.68	\$ 116,760.28	\$ 1,285.62
\$ 107,987.15	0%	0%	0.10%	0.05%	\$ 108,149.13	\$ 20,283.69	\$ 128,432.82	\$ 1,305.88
\$ 57,887.55	1.75%	0.75%	0%	0.05%	\$ 59,363.68	\$ 10,063.09	\$ 69,426.77	\$ 1,322.67
\$ 57,887.55	1.75%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 59,381.05	\$ 10,063.09	\$ 69,444.14	\$ 1,323.00
\$ 57,887.55	1.75%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 59,398.42	\$ 10,063.09	\$ 69,461.51	\$ 1,323.33
\$ 57,887.55	1.75%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 59,409.99	\$ 10,063.09	\$ 69,473.08	\$ 1,323.55
\$ 48,842.44	2.25%	0.75%	0%	0.05%	\$ 50,332.13	\$ 8,321.74	\$ 58,653.87	\$ 1,325.81
\$ 48,842.44	2.25%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 50,346.79	\$ 8,321.74	\$ 58,668.52	\$ 1,326.14
\$ 48,842.44	2.25%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 50,361.44	\$ 8,321.74	\$ 58,683.18	\$ 1,326.47
\$ 48,842.44	2.25%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 50,371.21	\$ 8,321.74	\$ 58,692.94	\$ 1,326.69
\$ 59,025.12	2%	0.75%	0%	0.05%	\$ 60,677.82	\$ 9,415.55	\$ 70,093.37	\$ 1,315.57
\$ 59,025.12	2%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 60,695.53	\$ 9,415.55	\$ 70,111.08	\$ 1,315.90
\$ 59,025.12	2%	0.75%	0.06%	0.05%	\$ 60,713.24	\$ 9,415.55	\$ 70,128.79	\$ 1,316.23
\$ 59,025.12	2%	0.75%	0.08%	0.05%	\$ 60,725.04	\$ 9,415.55	\$ 70,140.59	\$ 1,316.45
\$ 99,577.91	0.50%	0.75%	0%	0.05%	\$ 100,872.42	\$ 42,676.25	\$ 143,548.66	\$ 1,471.69
\$ 99,577.91	0.50%	0.75%	0.05%	0.05%	\$ 100,922.21	\$ 42,676.25	\$ 143,598.45	\$ 1,472.20
\$ 89,246.47	0.50%	0.75%	0.03%	0.05%	\$ 90,433.45	\$ 38,248.49	\$ 128,681.93	\$ 1,472.00
\$ 67,195.18	2%	0.75%	0.04%	0.05%	\$ 69,103.52	\$ 28,797.93	\$ 97,901.46	\$ 1,487.41
\$ 118,096.91	0%	0%	0.02%	0.05%	\$ 118,179.57	\$ 27,581.61	\$ 145,761.19	\$ 1,336.03
\$ 120,348.70	0%	0%	0.03%	0.05%	\$ 120,444.98	\$ 27,581.61	\$ 148,026.60	\$ 1,333.21
\$ 97,375.69	0%	0%	0.05%	0.05%	\$ 97,473.07	\$ 16,170.95	\$ 113,644.02	\$ 1,290.24
\$ 123,705.98	0%	0%	0.05%	0.05%	\$ 123,829.69	\$ 30,740.55	\$ 154,570.24	\$ 1,346.31
\$ 119,409.48	0%	0%	0.07%	0.05%	\$ 119,552.77	\$ 34,214.50	\$ 153,767.28	\$ 1,371.45
\$ 119,047.80	0%	0%	0.09%	0.05%	\$ 119,214.46	\$ 24,658.94	\$ 143,873.40	\$ 1,318.97
\$ 184,454.95	0%	0%	0.11%	0.05%	\$ 184,750.08	\$ 51,190.49	\$ 235,940.57	\$ 1,366.03
\$ 184,454.95	0%	0%	0.11%	0.05%	\$ 184,750.08	\$ 51,190.49	\$ 235,940.57	\$ 1,366.03

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 6.3 LISTA DE PRECIOS PONDERADA

Se tomaron en cuenta cinco factores que son los que diferencian a los departamentos. Una descripción de la metodología con la que se realizó la ponderación y una explicación del significado de cada factor de ponderación se presentan a continuación:



- Factor altura: La vista es uno de las variables con mayor incidencia en las variaciones de precio de cada departamento, sin embargo desde las primeras plantas no se puede apreciar de lo mejor de la vista con la cuenta el edificio. Por lo tanto se castigó el precio del departamento del primer piso, y se incrementaron los precios de los dos últimos pisos.
- Factor terraza: Todos los departamentos tienen terraza pero no todas las terrazas son iguales, entonces se castigó el precio de los que tienen menos metros cuadrados y se incrementó el precio de los que tienen más.
- Factor tamaño: A los departamentos más pequeños se les incrementa el precio, mientras que a los cuatro departamentos más grandes se les castiga el precio por m<sup>2</sup>. Visto de otra manera, se ofrece un “descuento” por comprar más metros cuadrados.
- Factor orientación: Fundamentalmente valorando el hecho de luz solar y vista al mar.
- Tipología: El valor de cada departamento se influenció positivamente en el caso de departamentos dúplex y se mantuvo inalterado en el caso de departamentos lineales, afectación orientada a la posible preferencia del cliente por los departamentos dúplex

La lista de precios que se presentaría al cliente se presenta a continuación, en donde se incorporo un 5% con el cual se podría manejar un margen de descuentos en función de las necesidades del proyecto y de la forma de pago del cliente.

## LISTA DE PRECIOS PONDERADA

Ilustración 101

Incremento del 5% para descuentos promocionales	PRECIO FINAL POR DEPARTAMENTO	PRECIO FINAL POR M2
\$ 3,513.76	\$ 73,788.86	\$ 1,371.03
\$ 3,514.65	\$ 73,807.59	\$ 1,371.38
\$ 3,515.54	\$ 73,826.31	\$ 1,371.73
\$ 3,516.13	\$ 73,838.79	\$ 1,371.96
\$ 4,293.07	\$ 90,154.54	\$ 1,458.10
\$ 4,294.06	\$ 90,175.28	\$ 1,458.44
\$ 4,295.05	\$ 90,196.03	\$ 1,458.77
\$ 4,295.71	\$ 90,209.87	\$ 1,459.00
\$ 4,251.64	\$ 89,284.45	\$ 1,465.12
\$ 4,252.62	\$ 89,304.94	\$ 1,465.46
\$ 4,253.59	\$ 89,325.42	\$ 1,465.79
\$ 4,254.24	\$ 89,339.08	\$ 1,466.02
\$ 3,994.74	\$ 83,889.58	\$ 1,435.97
\$ 3,996.32	\$ 83,922.67	\$ 1,436.54
\$ 3,995.69	\$ 83,909.43	\$ 1,436.31
\$ 5,847.85	\$ 122,804.83	\$ 1,457.97
\$ 7,491.59	\$ 157,323.46	\$ 1,440.69
\$ 9,029.82	\$ 189,626.25	\$ 1,435.58
\$ 6,483.96	\$ 136,163.13	\$ 1,366.96
\$ 7,659.51	\$ 160,849.77	\$ 1,383.42
\$ 5,838.01	\$ 122,598.29	\$ 1,349.90
\$ 6,421.64	\$ 134,854.46	\$ 1,371.17
\$ 3,471.34	\$ 72,898.11	\$ 1,388.80
\$ 3,472.21	\$ 72,916.35	\$ 1,389.15
\$ 3,473.08	\$ 72,934.58	\$ 1,389.49
\$ 3,473.65	\$ 72,946.74	\$ 1,389.73
\$ 2,932.69	\$ 61,586.56	\$ 1,392.10
\$ 2,933.43	\$ 61,601.95	\$ 1,392.45
\$ 2,934.16	\$ 61,617.33	\$ 1,392.80
\$ 2,934.65	\$ 61,627.59	\$ 1,393.03
\$ 3,504.67	\$ 73,598.04	\$ 1,381.34
\$ 3,505.55	\$ 73,616.63	\$ 1,381.69
\$ 3,506.44	\$ 73,635.23	\$ 1,382.04
\$ 3,507.03	\$ 73,647.62	\$ 1,382.28
\$ 7,177.43	\$ 150,726.10	\$ 1,545.27
\$ 7,179.92	\$ 150,778.38	\$ 1,545.81
\$ 6,434.10	\$ 135,116.03	\$ 1,545.60
\$ 4,895.07	\$ 102,796.53	\$ 1,561.78
\$ 7,288.06	\$ 153,049.25	\$ 1,402.83
\$ 7,401.33	\$ 155,427.93	\$ 1,399.87
\$ 5,682.20	\$ 119,326.22	\$ 1,354.75
\$ 7,728.51	\$ 162,298.75	\$ 1,413.63
\$ 7,688.36	\$ 161,455.64	\$ 1,440.03
\$ 7,193.67	\$ 151,067.07	\$ 1,384.92
\$ 11,797.03	\$ 247,737.60	\$ 1,434.33
\$ 11,797.03	\$ 247,737.60	\$ 1,434.33

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Con la información antes descrita finalmente se obtuvieron los siguientes resultados:

Ilustración 102

INGRESOS TOTALES POR EL PROYECTO	PRECIO FINAL POR M2 PONDERADO
<b><u>\$ 5,059,336.00</u></b>	<b><u>\$ 1,430.00</u></b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 6.4 ESQUEMAS DE CREDITO

La forma de pago con la que se va a vender el proyecto es la siguiente:

Entrada: 30%

Contra entrega 70%

El 30% de entrada se desglosa en dos partes. El 10% que es considerado como reserva del departamento, y el 20% restante que se puede pagar en cuotas mensuales iguales hasta un mes antes de la entrega del departamento.

Para pagar el 70% restante del valor del departamento, que se paga a la entrega del mismo, se asume que los clientes tramitarían un crédito hipotecario con una institución bancaria. La inmobiliaria encargada de la venta del edificio ayudaría con todos los trámites del caso.

El cliente puede escoger el banco de su preferencia para realizar este trámite. Es importante señalar que debido a que el trámite del crédito dura (dependiendo del banco con que se opere) de entre dos a tres meses, que se va a poner mucho énfasis en realizar estos trámites con la debida anticipación para así no causar retrasos en la entrega de los departamentos y el cobro de los créditos.

La forma de pago anterior es totalmente negociable con los clientes, siempre y cuando se cumplan con dos puntos fundamentales:

- El 10% de reserva del departamento se cubra máximo en un período de tres meses.
- El valor máximo que se solicite a una institución bancaria (o que se pague contra la entrega del departamento) sea del 70% del valor del departamento.

## 6.5 INCREMENTOS DE PRECIOS / DESCUENTOS

Debido a que es un proyecto que consta 46 unidades de vivienda, no se tiene pensado el realizar mayores incrementos en los precios sino en tratar de vender todos los departamentos disponibles en la menor cantidad de tiempo posible. Por lo tanto la forma en la que se va a trabajar es realizando descuentos a partir de la lista de precios que se presentó en el cuadro correspondiente

El rango y políticas de descuento sobre las cuales puede trabajar la inmobiliaria se basa en el cuadro de márgenes de descuento establecido en un rango de 5 puntos porcentuales y dependiendo de la forma de pago y de la etapa en la que se venda la unidad de vivienda esencialmente.

En la fase de pre-ventas, la inmobiliaria está autorizada a aplicar todo el rango de descuento, independiente de la forma de pago que tenga el cliente. Lo anterior siempre y cuando la forma de pago se ajuste a lo descrito en el punto anterior de esquemas de crédito.

Durante la fase de la construcción, y dependiendo cuántos departamentos queden disponibles los descuentos se otorgarán dependiendo de la forma de pago. Es decir, que si el cliente abona más del 30% de entrada que estaba establecido en la forma de pago, recibirá descuento por estos dineros extras que se abonen.

El departamento de ventas tiene la política y obligación de consultar con gerencia en el caso que se presente alguna oferta de pago en efectivo en la cual el cliente solicite un descuento mayor a lo establecido en el cuadro antes mencionado

## **6.6 GARANTIAS AL CLIENTE**

El cliente cuenta con la principal garantía de que el terreno no se encuentra hipotecado. Es decir que en el momento en que termine de pagar por su departamento, automáticamente se puede realizar las escrituras del mismo a su nombre. Lo anterior es una gran ventaja ya que desde el momento mismo en que el cliente reserva el departamento tiene la confianza y la garantía de que el negocio no tiene obligaciones con terceros y que en el momento que lo requiera, podrá tener el departamento a su nombre.

## **6.7 CRONOGRAMA DE VENTAS**

Se estima que se puede vender todo el proyecto en un plazo de 32. Estaríamos hablando de una velocidad de ventas para el proyecto de 1 departamentos al mes, mas uno adicional por trimestre, índice que comparativamente se ha cumplido en la zona con proyectos similares.

En el cuadro se muestra un cronograma valorado para los departamentos que están pendientes de vender. Como estamos hablando de una proyección, simplemente se tomo el valor total que significan estos departamentos, se lo dividió para el total de meses. Esto sería el valor proyectado que voy a vender cada mes. A este valor, se lo separa en tres partes de acuerdo en lo visto en la sección de esquemas de crédito. Por lo tanto se coloca el 10% en el mes que se vende el departamento, el 70% en el mes que se lo entrega, y la diferencia se la divide en pagos iguales durante los meses restantes.

### CRONOGRAMA VALORADO DE VENTAS

Ilustración 103

		FLUJO DE INGRESOS																	
2. INGRESOS		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	31	32	
VENTAS	\$ 5,059,336.00			10,998.56	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	785.61	
10%	\$ 505,933.60			10,998.56	785.61	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	814.71	
20%	\$ 1,011,867.20				10,998.56	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	846.04	
						10,998.56	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	
70%	\$ 3,541,535.20						10,998.56	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	879.88	
								10,998.56	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	916.55	
									10,998.56	956.40	956.40	956.40	956.40	956.40	956.40	956.40	956.40	956.40	
										10,998.56	999.87	999.87	999.87	999.87	999.87	999.87	999.87	999.87	
											10,998.56	1,047.48	1,047.48	1,047.48	1,047.48	1,047.48	1,047.48	1,047.48	
												10,998.56	1,099.86	1,099.86	1,099.86	1,099.86	1,099.86	1,099.86	
													10,998.56	1,157.74	1,157.74	1,157.74	1,157.74	1,157.74	
														10,998.56	1,222.06	1,222.06	1,222.06	1,222.06	
															10,998.56	1,222.06	1,222.06	1,222.06	
																10,998.56	1,293.95	1,293.95	
																	10,998.56	1,374.82	
																		1,466.47	
																		1,466.47	
																		1,571.22	
																		1,571.22	
																		1,692.09	
																		1,692.09	
																		1,833.09	
																		1,833.09	
																		1,999.74	
																		1,999.74	
																		2,199.71	
																		2,199.71	
																		2,444.12	
																		2,444.12	
																		2,749.64	
																		2,749.64	
																		3,142.44	
																		3,142.44	
																		3,666.19	
																		3,666.19	
																		4,399.42	
																		4,399.42	
																		4,999.28	
																		4,999.28	
																		7,332.37	
																		7,332.37	
																		10,998.56	
																		10,998.56	
																		10,998.56	
																		21,997.11	
																		21,997.11	
																		32,995.67	
																		32,995.67	
																		32,995.67	
																		32,995.67	
																		32,995.67	
																		32,995.67	
																		-	
TOTAL VENTAS				10,998.56	11,784.17	12,598.88	24,443.47	15,204.69	27,119.79	18,034.03	30,032.45	21,128.86	22,228.71	34,385.01	36,829.14	28,418.48	290,239.76	3,541,535.20	
TOTAL VENTAS ACUMULADAS				10,998.56	22,782.72	35,381.60	59,825.07	75,029.76	102,149.55	120,183.58	150,216.03	171,344.89	193,573.60	227,958.62	264,787.75	293,206.23	1,517,800.80	5,059,336.00	

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 6.8 METAS Y OBJETIVOS DE VENTAS

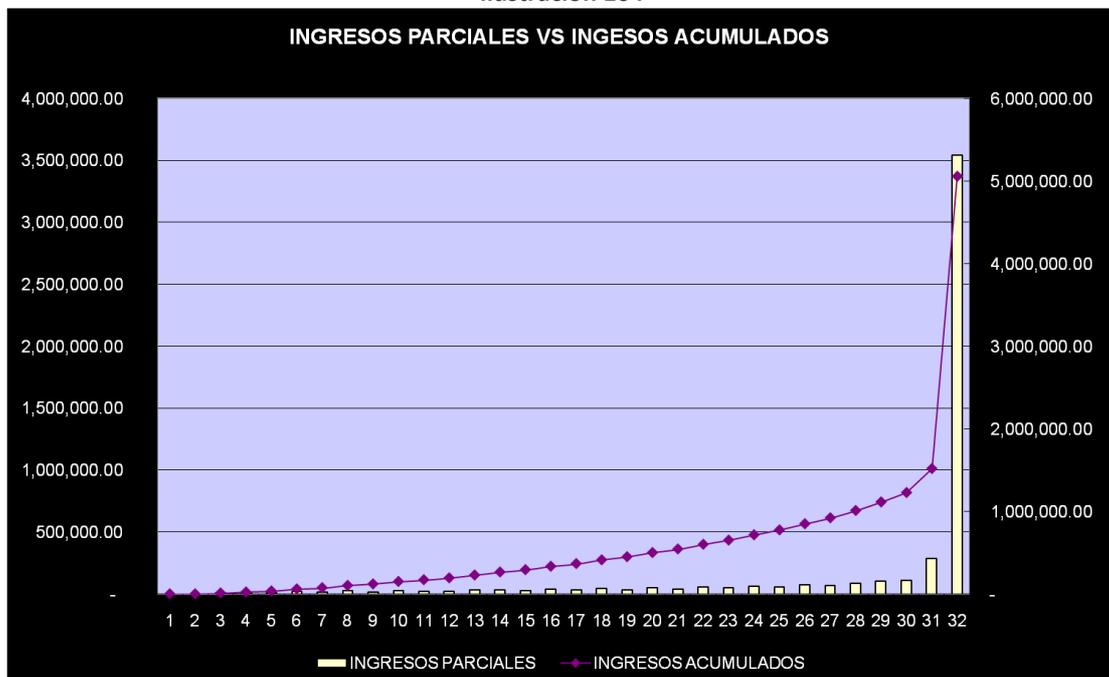
Luego de la evaluación realizada en el correspondiente estudio de mercado y analizando la absorción de la competencia, los promotores se han planteado los siguientes dos principales objetivos de ventas:

- Vender por lo menos dos departamento antes de iniciar la obra.
- Tener vendido el 100% del proyecto en el mes 32 del protecto
- Vender en promedio un departamento mensual y vender un departamento adicional trimestralmente

Se considerará un éxito si el proyecto rebasa estos objetivos, es decir si se logra vender mas de dos departamentos antes de iniciar obra, y si el proyecto se vende antes de 32 meses.

En el caso de que no se venda por lo menos un departamento más, no se iniciaría la obra y se continuaría en fase de pre-ventas.

**INGRESOS PARCIALES VS INGRESOS ACUMULADOS**  
Ilustración 104



FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO



## 6.9 ESTRATEGIA DE MARKETING

### 6.9.1 Manual de Identidad de Marca

#### 6.9.1.1 El Símbolo

#### 6.9.1.2 Identificador Integral

#### 6.9.1.3 Colores Corporativos

#### 6.9.1.4 Aplicación sobre Fondos

#### 6.9.1.5 Área de Respeto

### 6.9.2 Estrategias de Posicionamiento

#### 6.9.2.1 Antecedentes

#### 6.9.2.2 Objetivos

#### 6.9.2.3 Proyecto Marina Terrace

### 6.9.3 Planificación de Medios

#### 6.9.3.1 Selección de Medios

#### 6.9.3.2 Tipo de Compra

### 6.9.4 Piezas para difusión y promoción

#### 6.9.4.1 Vallas

#### 6.9.4.2 Internet

#### 6.9.4.3 Brochures

#### 6.9.4.4 Inversión



# SAMAY

CONSTRUCTORA INMOBILIARIA

normas básicas de aplicación d marca  
-Manual de Identidad Corporativa-  
2011

## 1. El Símbolo



Nuestro símbolo esta compuesto por formas dinámicas que nos dan la ilusión de movimiento, buscamos representar innovación en construcción de viviendas y afines.

A nivel cromático se utilizará elementos en degradé primando los colores azules corporativos y gris para contrastarlo, se utilizará en fondo blanco ó con fondos de color llevará un stroke blanco

Disposición 1



Disposición 2



Significado:

Su nombre proviene del Quechua y significa "Casa de Descanso ó Casa de Paz". Un lugar ideal para descansar

**SAMAY**

## 2. Colores Corporativos



Es recomendable el uso de los colores corporativos en calidad de directos, remitiéndose siempre a la referencia universal PANTONE. Cuando su impresión deba realizarse en cuatricromía, deberán aplicarse los porcentajes que aparecen desglosados en los colores.

### 2.1. Colores Corporativos

Para reproducir la imagen en negro, utilizaremos la versión en grises que se muestra a continuación

Disposición 1



### 3. Aplicación sobre fondos

Zona de respecto sobre color.

En tonos medios, necesitará un hilo blanco que defina su contorno y lo separe del fondo, colocaremos un stroke de max 2 a 2.5 puntos.



### 4. Area de respeto

Para que ningún elemento interfiera en la correcta visibilidad de la marca, se establece un área de respeto construida con proporciones, las mismas que se detallan.



## 6.9.2 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

### 6.9.2.1 ANTECEDENTES.-

La marca SAMAY no tiene un posicionamiento definido en el mercado, el grupo objetivo no lo conoce por lo que proponemos trabajar en el TOM \*top of mind para generar recordación y AWARENESS de marca.

Rescataremos las ventajas del proyecto principal para esto identificaremos los objetivos principales desde el punto de vista de Marketing.

### 6.9.2.2 OBJETIVOS.-

1. Posicionar a la marca SAMAY dentro del mercado objetivo y ser reconocidos como una firma importante de constructores.
2. Identificar a los potenciales compradores de este tipo de viviendas, no necesariamente clientes a corto plazo.
3. Innovar en la compra de medios para generar un valor agregado para la marca y diferenciarse de los competidores.
4. Relacionarnos con los nuevos consumidores digitales para llegar de manera diferente consiguiendo interacción + innovación

*AWARENESS.- Se trata de una de las fases por las que pasa el consumidor antes de la compra. El futuro comprador empieza a estar alerta sobre las menciones que se producen sobre el producto que le empieza a interesar*



### 6.9.2.3 PROYECTO MARINE TERRACE

#### DETALLE DEL PROYECTO.-

#### LOCALIZACION:

CIUDAD DE MANTA, CONJUNTO CIUDAD DEL MAR, SECTOR BARBASQUILLO, LOTE 13-17

#### AREA DE TERRENO:

2691.94 M2

#### AREA DE CONSTRUCCION:

5092.704 M2 AREAS EDIFICADAS

2293,57M2 AREAS ABIERTAS Y RECREATIVAS

#### NUMERO DE UNIDADES PREVISTAS (# DE DEPARTAMENTOS)

12 DEPARTAMENTOS SIMPLES, 18 DEPARTAMENTOS DUPLEX

#### COSTO DEL TERRENO

APROX. \$550.000 DOLARES .

#### PRESUPUESTO ESTIMADO DE CONSTRUCCION

NO SE HA DEFINIDO TODAVIA

#### IMAGEN DEL PROYECTO.-





Buscamos darle una imagen al proyecto con un logo que ilustre lo que buscamos transmitir, la “mezcla” entre mar y vivienda.

El proyecto estará acompañado por una serie de artes para su promoción

### 6.9.3 Planificación de Medios

La planificación de medios constará de un mix integral para tener una comunicación 360 grados, a continuación enumeraremos los medios propuestos:

#### 6.9.3.1 SELECCIÓN DE MEDIOS.-

1. Internet
  - 1.1 EL COMERCIO.COM  
Más de 500.000 visitantes mensuales
  - 1.2 EL UNIVERSO.COM  
Más de 1.000.000 de visitantes mensuales
  - 1.3 ECUADOR INMEDIATO.COM  
Más de 550.000 visitantes mensuales
2. Circuito de Vallas
  - 2.1 En la ciudad de Quito y Guayaquil
3. Brochures del Proyecto

### 6.9.3.2 TIPO DE COMPRA.-

Para el medio INTERNET realizaremos un tipo de compra efectiva CPC (costo por click) - CPM (costo por mil) y CPA (costo por adquisición).

Esta estrategia lo que nos permite tener alcance y frecuencia óptimos para llegar al target, además con la compra CPA vamos a pagar únicamente por los contactos efectivos, o usuarios que están interesados en el proyecto.

Para acompañar a este proyecto realizaremos un website que entregará a los usuarios mayor información y contactos.

Para los otros medios se intentará negociar al máximo para generar que esta inversión en publicidad se vuelva rentable.

### Website



## Vallas



## Internet



BROCHURE



*La tranquilidad del mar a sus pies*



**SAMAY**  
CONSTRUCTORA INMOBILIARIA

**DETALLE DEL PROYECTO**



At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus. Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur.

**DETALLE DEL PROYECTO**





**INVERSIÓN.-**

**PLAN DE MEDIOS RECOMENDADO**

**Ilustración 105**

**FUENTE:** PATRICIO CASTILLO

**ELABORACION:** PATRICIO CASTILLO

## 7 ANALISIS FINANCIERO

### 7.1 CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO

Para este proyecto, luego del análisis correspondiente, se ha decidido establecer una tasa de descuento o costo de oportunidad del 20.34% anual.

Lo anterior se debe a las siguientes razones:

- Desde que la economía se encuentra dolarizada, la actividad inmobiliaria local ha obtenido tasas de rendimiento que se manejan en los rangos del 20% al 30% anual.
- Se han presentado oportunidades de inversión en los últimos meses que ofrecen tasas de rendimiento no menores a la fijada del 20.34% anual.
- El rendimiento del 20.34% anual, cubre con las expectativas de rendimiento y justifica el riesgo que representa el realizar un proyecto de este tipo.
- Se han tomado en cuenta 4 aspectos fundamentales para la imposición de la tasa de descuento los mismos que son: La tasa de mercado, el factor  $\beta$  histórico, la tasa libre de riesgo y el riesgo país.

Ilustración 106

DESCRIPCION	INDICADOR	FUENTE
TASA DE MERCADO	9.18%	BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
INDICADOR $\beta$	1.66%	HISTORICO
TASA LIBRE	3.8%	www.teachmefinance.com
RIESGO PAIS	7.61%	BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

$$TD=3.8+(10.20-3.8)*1.86+5.56=20.34\%$$

Debido a que esta tasa está expresada en forma anual, y los flujos del proyecto de manera mensual, se realiza la conversión de la misma y se obtiene:

$$TD=20.34\% \text{ ANUAL}$$

$$TD \text{ MENSUAL} = (1+20.34)^{(1/12)} - 100\%$$

$$TD=1.53\% \text{ MENSUAL}$$

Por lo tanto la tasa de descuento con la que se trabaja en los flujos es del 1.53% mensual.

## 7.2 ANALISIS ESTATICO

A continuación, la ilustración 79 presenta el análisis estático del proyecto, el mismo que no considera al tiempo como factor de evaluación.

Se tomaron los ingresos y costos totales del proyecto, analizados en los capítulos correspondientes, y se analizaron de la siguiente manera:

### ANÁLISIS ESTÁTICO

Ilustración 107

TOTAL DE INGRESOS (VENTAS)	<b>\$5,059,336</b>	<b>A</b>
TOTAL DE EGRESOS (COSTOS)	<b>\$3,369,189</b>	<b>B</b>
UTILIDAD	<b>\$1,690,147</b>	<b>C=A-B</b>
MARGEN	<b>33%</b>	<b>D=C/A</b>
RENTABILIDAD	<b>50%</b>	<b>E=C/B</b>

FUENTE: PATRICIO CASTILLO  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO



Se puede ver por lo tanto que el proyecto otorga una utilidad de US \$1,690,147. Lo anterior constituye entonces un margen del 33% y una rentabilidad del proyecto sobre costos del 50%. Valores que podrían ser sin duda favorables y prometen una estabilidad económica del proyecto así como un rendimiento superior al esperado.

Entre otras, las características que primaron para establecer los costos y precios fueron:

- Se negoció el terreno al precio de mercado a ser pagado en los primeros 24 meses del proyecto a cargo de los inversionistas. Aspecto que incide favorablemente en el flujo de caja.
- Se busca colocar acabados de primera línea, para satisfacer las expectativas del potencial cliente.
- Se trata de vender en el precio establecido por el mercado, fluctuado entre márgenes lógicos, sin afectar la velocidad de ventas.

### 7.3 ANALISIS DINAMICO

Dado que el análisis dinámico considera al tiempo como factor fundamental de incidencia, se genero el flujo de caja del proyecto, durante el tiempo de ejecución del proyecto, el mismo se muestra a continuación.

#### FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

Ilustración 108

#### FLUJO DE CAJA

MESES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	31	32
<b>TOTAL EGRESOS</b>	31,288.35	31,288.35	50,488.94	54,100.35	139,311.43	127,092.84	127,092.84	120,110.84	113,128.84	104,750.34	116,968.93	116,968.93	124,823.68	112,605.09	119,587.09	22,375.68	10,157.10
<b>TOTAL EGRESOS ACUMULADOS</b>	31,288.35	62,576.71	113,065.65	167,166.00	306,477.43	433,570.27	560,663.12	680,773.96	793,902.80	898,653.15	1,015,622.08	1,132,591.01	1,257,414.68	1,370,019.78	1,489,606.87	3,359,031.90	3,369,189
<b>TOTAL VENTAS</b>	-	-	10,998.56	11,784.17	12,598.88	24,443.47	15,204.69	27,119.79	18,034.03	30,032.45	21,128.86	22,228.71	34,385.01	36,829.14	28,418.48	290,239.76	3,541,535.20
<b>TOTAL VENTAS ACUMULADAS</b>	-	-	10,998.56	22,782.72	35,381.60	59,825.07	75,029.76	102,149.55	120,183.58	150,216.03	171,344.89	193,573.60	227,958.62	264,787.75	293,206.23	1,517,800.80	5,059,336.00
<b>SALDO CAJA BASE</b>	- 31,288.35	- 31,288.35	- 39,490.38	- 42,316.18	- 126,712.55	- 102,649.37	- 111,888.16	- 92,991.05	- 95,094.82	- 74,717.89	- 95,840.07	- 94,740.21	- 90,438.67	- 75,775.96	- 91,168.62	267,864.08	3,531,378.10

TASA EF ANUAL	20%
TASA MENSUAL	1.53%

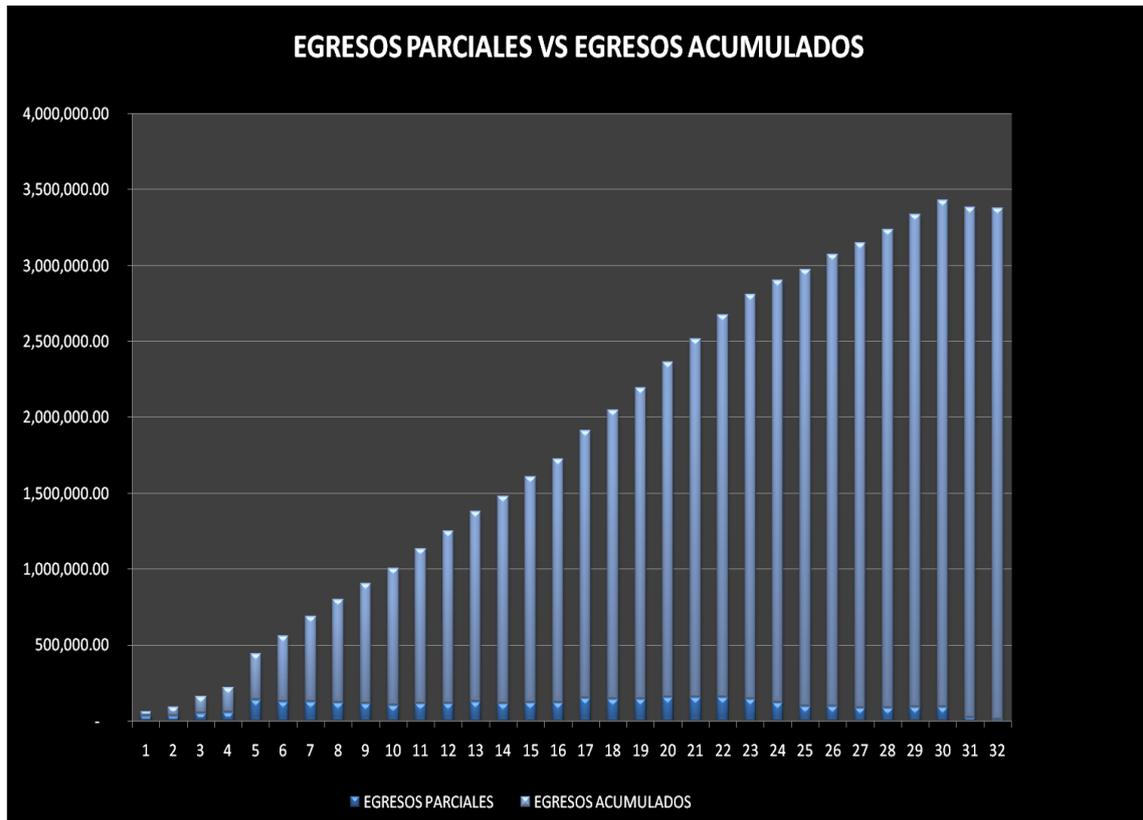
VAN	625,698.87
TIR MENSUAL	3.16%
TIR ANUAL	45.21

FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH MDI  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Así mismo se presenta el grafico correspondiente a egresos parciales vs egresos acumulados, lo que nos permite visualizar una curva de inversión típica para este tipo de proyectos, formando una S de inversión.

### EGRESOS PARCIALES VS EGRESOS ACUMULADOS

Ilustración 109

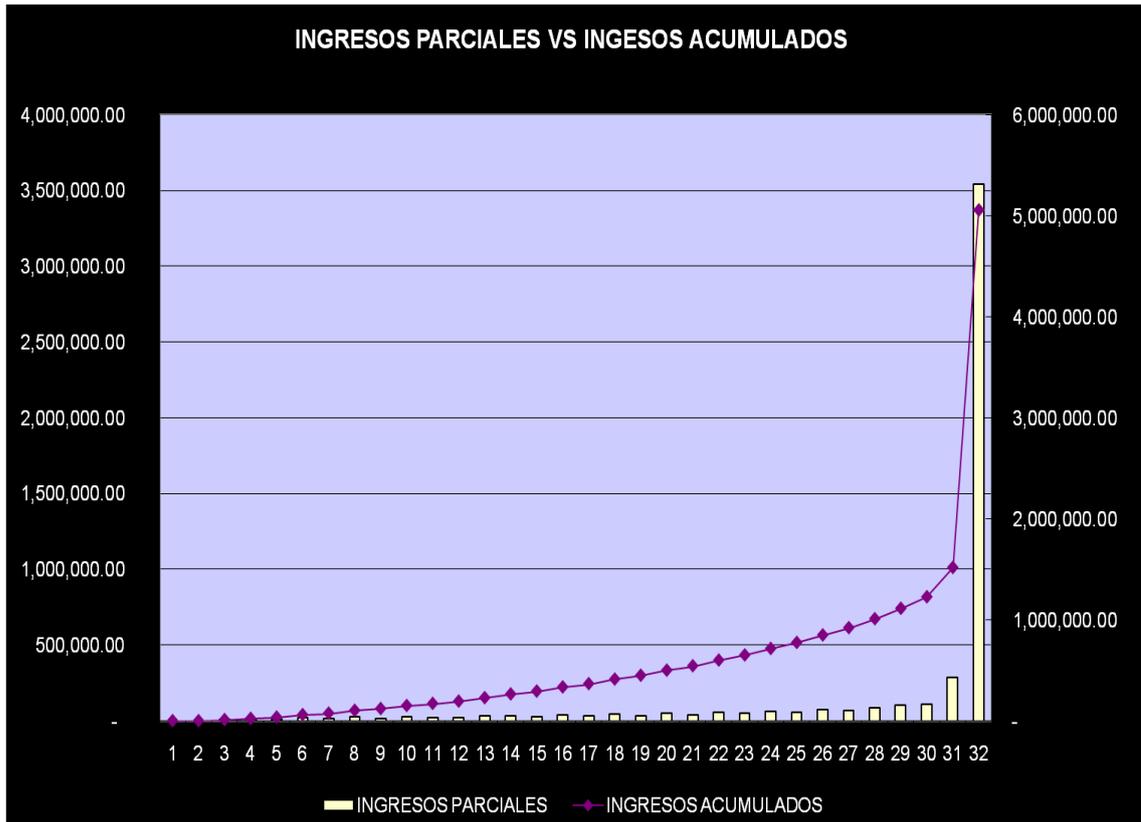


FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH MDI  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

En el siguiente grafico de ingresos se evidencia que la incidencia más fuerte de las ventas esta en el último mes, el cual se cancelara el valor faltante de todos los departamentos con la ejecución del crédito hipotecario.

### INGRESOS PARCIALES VS INGRESOS ACUMULADOS

Ilustración 110

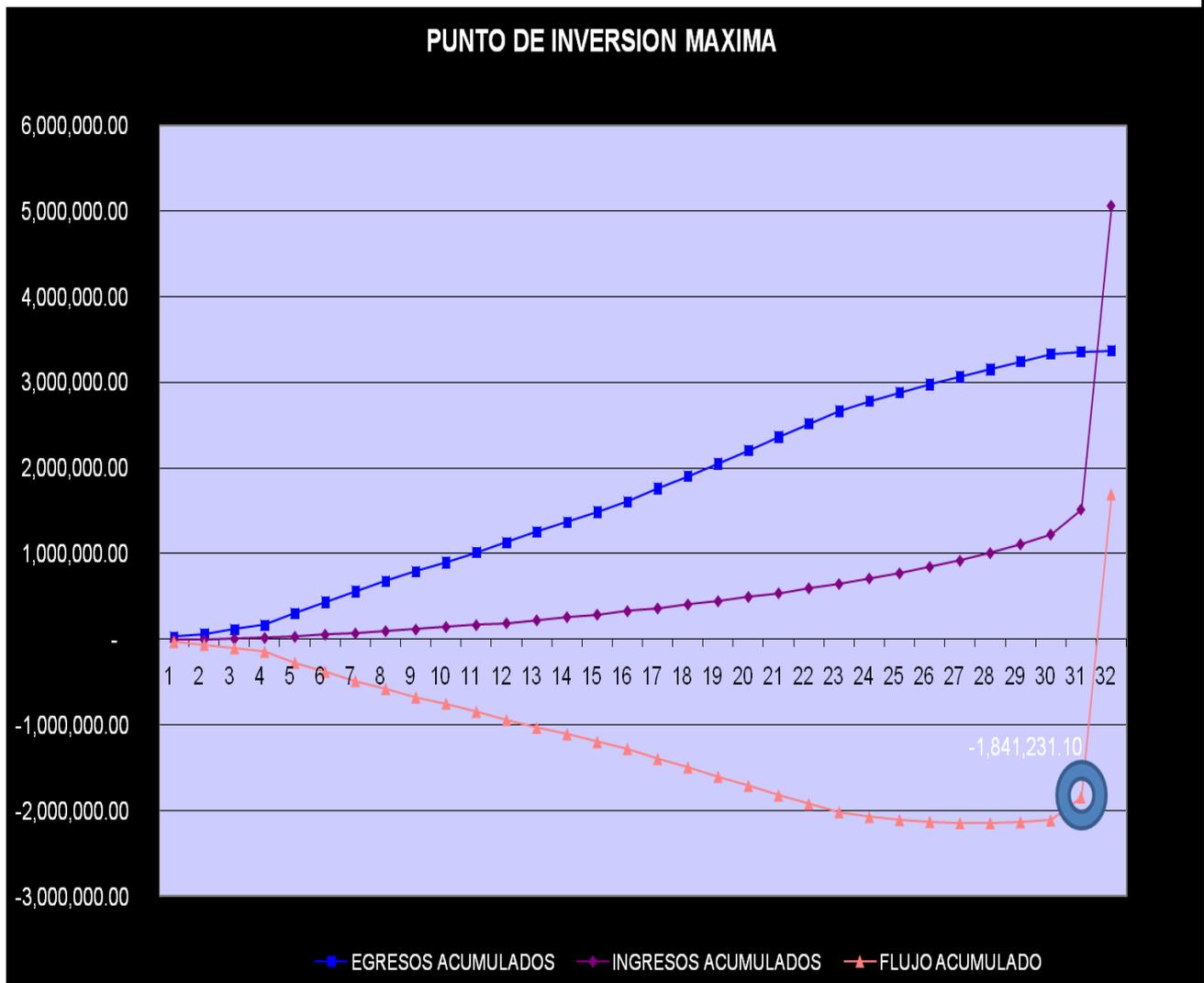


FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

La grafica de inversión máxima, relación entre los egresos acumulados y los ingresos acumulados, no muestra que el valor mas alto que se debe afrontar en el proyecto es de \$1, 850, 000.00

### PUNTO DE INVERSION MAXIMA

Ilustración 111



FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 7.3.1 Cálculo de la TIR y el VAN

En base al flujo de caja se obtienen la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VAN) del proyecto. Como se explicó anteriormente para el cálculo del VAN se utiliza una tasa de descuento del 20% anual. La TIR que se obtiene para el proyecto, como son flujos mensuales es una tasa mensual. Esta tasa se la convierte a anual y se obtiene entonces.

Ilustración 112

<b>VAN</b>	625,698.87
<b>TIR MENSUAL</b>	3.16%
<b>TIR ANUAL</b>	45.21

FUENTE: FEDERICO ELESOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

Tenemos entonces que el proyecto tiene una tasa interna de retorno del 45% anual. Esto quiere decir que el proyecto tiene una tasa de retorno mayor que la tasa de descuento fijada del 20% anual, por lo tanto si es un negocio rentable para los inversionistas. Con una seguridad realmente importante ya que la tasa interna de retorno es más del doble del costo de oportunidad.

El valor presente neto de la inversión de este proyecto es de US \$ 625,698.87 lo cual ratifica el hecho de que es una buena inversión para los socios.

Es un negocio rentable ya que supera las expectativas de los socios en cuanto a retorno.

## 7.4 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Para realizar este análisis se decidió mover tres variables diferentes para ver qué ocurre con el VAN, y así interpretar la sensibilidad a cada una de estas variables.

Las variables son el precio de venta, los costos del proyecto, y la velocidad de ventas del proyecto.

### 7.4.1 Variación en el precio de venta

El primer análisis de sensibilidad analizado, es el que produce la variación del precio de venta, en el cual se realiza variaciones porcentuales en el flujo de ventas, generándose una variación en los indicadores financieros.

Estas variaciones nos indican que el proyecto es poco sensible a la variación negativa del precio de ventas, ya que por cada punto porcentual que disminuya en este valor la TIR disminuye en 0.2 puntos.

Se puede concluir que no se podría disminuir más de 24 puntos el precio de ventas ya que con esa variación, la TIR prácticamente llega al límite marcado por la tasa de descuento, y el VAN se hace nulo.

Este porcentaje es altamente positivo para todos los involucrados en el proyecto ya que genera confianza y estabilidad.

### SENSIBILIDAD A LOS PRECIOS DE VENTA

Ilustración 113

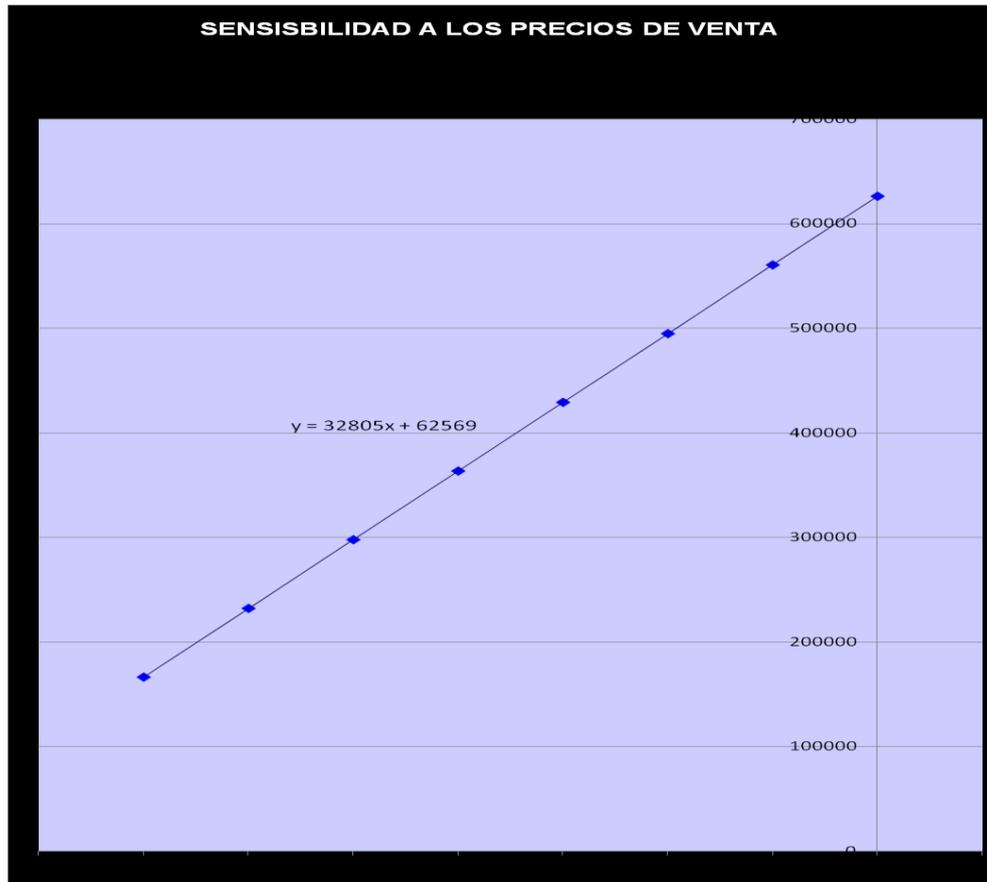
VAN MENORES PRECIOS DE VENTA		625,698.87	0.03						
VARIACION EN PRECIOS	%	0	-2	-4	-6	-8	-10	-12	-14
VAN	625,698.87	625698.8684	560088.2872	494477.706	428867.1249	363256.5437	297645.9625	232035.3813	166424.8002
TIR	3.16%	3.16%	3.00%	2.84%	2.68%	2.52%	2.35%	2.17%	2.00%

Por cada punto de reducción en los precios de venta, el VAN disminuye en 52661 dolares  
El máximo descuento en los precios de venta cuando el VAN se vuelve 0 es -24%  
hasta ese punto el proyecto podría soportar dichas rebajas

FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### SENSIBILIDAD A LOS PRECIOS DE VENTA

Ilustración 114



FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### 7.4.2 Variación en los costos totales del proyecto

Se decidió variar los costos del proyecto desde un rango de 0%, hasta un aumento de los mismos del 44%, márgenes que nos permiten establecer que tan sensible es el proyecto a las posibles variaciones de los costos del proyecto.

En el cuadro se puede apreciar claramente que la incidencia de la variación en los costos del proyecto no es significativa, ya que el TIR se ve afectado en alrededor de un 0.8% por cada punto porcentual en el aumento de los costos. Así mismo los egresos se ven afectados en \$ 28,452 por punto de variación.

El proyecto soporta el aumento de costos hasta un 44% lo cual es positivo para el proyecto todos los involucrados en el mismo, ya que esta sensibilidad es mínima.

**Ilustración 115**

VAN MAYORES COSTOS DIRECTOS		625,698.87	0.03						
VARIACION EN COSTOS	%	0	2	4	6	8	10	12	43
VAN	625,698.87	625698.8684	597246.7188	568794.5692	540342.4196	511890.27	483438.1203	454985.9707	13977.65193
TIR	0.03	3.16%	3.08%	3.00%	2.92%	2.84%	2.76%	2.68%	1.56%

Por cada punto de incremento en los costos afectados, el VAN se afecta en -28452 dolares  
El máximo incremento en costos, cuando el VAN se vuelve 0 es 43%  
hasta ese punto el proyecto podría soportar dichos incrementos

**FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO**

### **SENSIBILIDAD A LOS COSTOS**

**Ilustración 116**



### 7.4.3 SENSIBILIDAD COMBINADA A LA VARIACION DE PRECIOS Y COSTOS

La sensibilidad combinada al aumento de costos y disminución de precio soporta grandes variaciones haciendo muy tolerable al proyecto a las mismas.

El proyecto soporta variaciones combinadas del orden del 18% en los indicadores

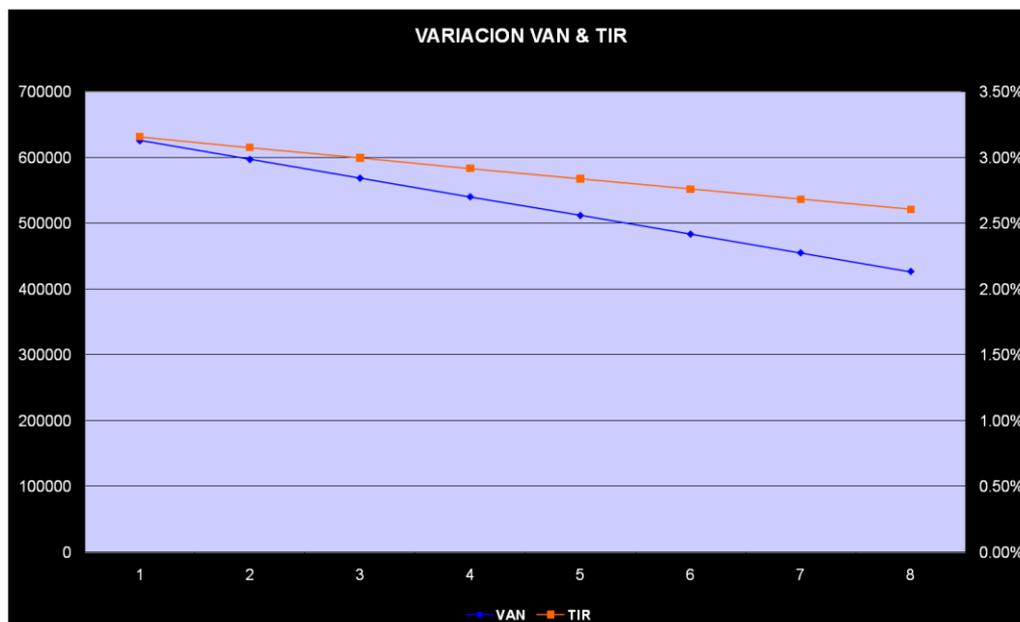
Ilustración 117

MENORES PRECIOS	625,698.87	0	-2%	-4%	-6%	-8%	-10%	-17%
MAYORES COSTOS	0	625698.87	559576.36	493453.86	427331.35	361208.84	295086.34	63657.57
	1%	622705.54	556583.04	490460.53	424338.03	358215.52	292093.01	60664.24
	2%	619712.22	553589.71	487467.21	421344.70	355222.19	289099.69	57670.92
	3%	616718.89	550596.39	484473.88	418351.37	352228.87	286106.36	54677.59
	4%	613725.57	547603.06	481480.56	415358.05	349235.54	283113.04	51684.27
	5%	610732.24	544609.74	478487.23	412364.72	346242.22	280119.71	48690.94
	6%	607738.92	541616.41	475493.90	409371.40	343248.89	277126.39	45697.62
	7%	604745.59	538623.09	472500.58	406378.07	340255.57	274133.06	42704.29
	8%	601752.27	535629.76	469507.25	403384.75	337262.24	271139.74	39710.97
	9%	598758.94	532636.44	466513.93	400391.42	334268.92	268146.41	36717.64
18%	571819.01	505696.51	439574.00	373451.50	307328.99	241206.48	9777.71	

FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

### VARIACION A PRECIOS Y COSTOS

Ilustración 118



FUENTE: FEDERICO ELESCOVICH  
ELABORACION: PATRICIO CASTILLO

## 8 ASPECTOS LEGALES

Los proyectos inmobiliarios tienen que cumplir una serie de requisitos legales en cada una de sus etapas, es así que el proyecto Marina Terrace también deberá solventar los requerimientos que se muestran a continuación:

- Fase de Planificación
  - ✓ Escrituración del terreno
  - ✓ Aprobación de planos arquitectónicos
  - ✓ Obtención de la licencia de construcción
  - ✓ Declaratoria de propiedad horizontal
  - ✓ Permiso de habitabilidad
  - ✓ Tramitación del fondo de garantía
  
- Fase de Ejecución
  - ✓ Afiliación de trabajadores
  - ✓ Tramitación de servicios básicos
  - ✓ Tramitación de rotulación exterior
  - ✓ Obtención de la licencia de trabajos varios
  
- Aspectos Tributarios
  - ✓ Declaración de impuestos
  
- Fiduciaria
  - ✓ Conformación y ejecución de la fiducia



- Entrega Definitiva

Escrituración y entrega de los inmuebles

## 9 GERENCIA DE PROYECTOS

La gerencia del proyecto es sin duda un aspecto fundamental en la formulación de un proyecto inmobiliario, ya que esta definirá los lineamientos y el alcance de cada uno de los componentes involucrados en la planificación inmobiliaria.

Estas definiciones involucran los siguientes aspectos:

Seguimiento y definición de diseños y planificación

Definición de actas de constitución

Aprobación de órdenes de cambio

Seguimiento y definición de aspectos legales

Control de ejecución de obra (cumplimiento de metas)

Control contable

Control de costos

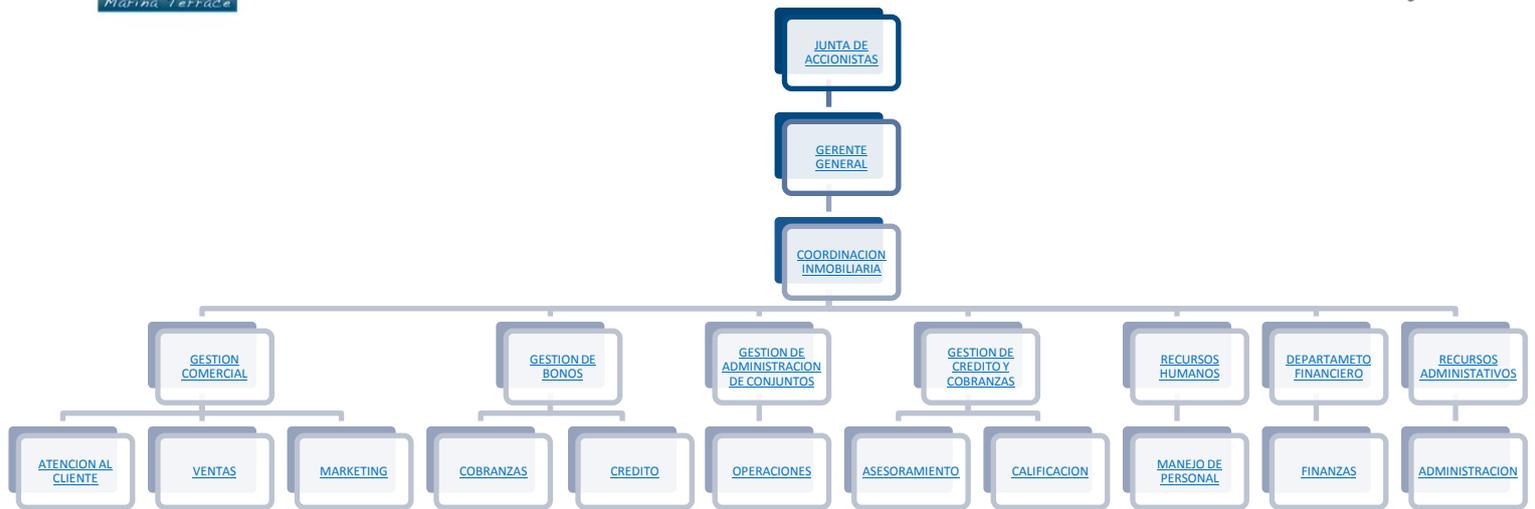
Control financiero

Supervisión y control de ventas (cumplimiento de metas)

Adicionalmente se deberá establecer la estructura de quien será el desarrollador del proyecto

### **ORGANIZACIÓN.-**

El equipo de trabajo, sugerido para la empresa, está conformado en función de las necesidades departamentales particulares de la estructura empresarial propuesta. Los diferentes niveles de la organización se presentan en el siguiente organigrama:



**PESONAL CLAVE.-**

Para estructurar la organización según lo planteado, se ha asignado personal calificado y con el perfil adecuado, de la siguiente manera:

<u>DEPARTAMENTO</u>	<u>CARGO</u>	<u>PERFIL</u>	<u>OBSERVACIONES</u>
JUNTA DE ACCIONISTAS	ACCIONISTAS	Emprendedores del negocio	
GERENCIA GENERAL	GERENTE GENERAL	Profesional con titulación de cuarto nivel, afines a la dirección de empresas inmobiliarias (MDI)	
COORDINACION INMOBILIARIA	COORDINADOR GENERAL	Ingeniero civil o arquitecto con experiencia mínima de 5 años en dirección de proyectos inmobiliarios de diferente índole y magnitud.	
GESTION COMERCIAL	GERENTE COMERCIAL	Profesional en el área de marketing	
GESTION DE BONOS	GERENTE DEPARTAMENTAL	Profesional con especialidad en leyes con experiencia en la tramitología de cobranzas y créditos	

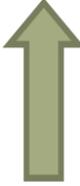
GESTION DE ADMINISTRACION	GERENTE DEPARTAMENTAL	Arquitecto o ingeniero civil con experiencia en administración y construcción de vivienda multifamiliar	
GESTION DE CREDITO Y COBRANZAS	GERENTE DEPARTAMENTAL	Profesional con especialidad en leyes con experiencia en la tramitología de cobranzas y créditos	
DEPARTAMENTO DERECURSOS HUMANOS	DIRECTOR DEPARTAMENTAL	Psicólogo industrial con experiencia en manejo de personal	
DEPARTAMENTO FINANCIERO	DIRECTOR DEPARTAMENTAL	Ing. Financiero/economista, con experiencia en el manejo financiero de medianas empresas	
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	DIRECTOR ADMINISTRATIVO	Profesional con experiencia en el área de manejo administrativo empresarial	
PERSONAL ADICIONAL	PERSONAL ESPECIFICO	Personal con titulación de tercer nivel con afines al cargo a desempeñar	Personal destinado a los puestos de: ventas, servicio al cliente, atención al público, conferencistas y técnicos de campo

En total la empresa contaría, con 5 personas a nivel administrativo y de atención personalizada al cliente, 7 gerentes y directores departamentales, un coordinador general, un gerente general y la participación oportuna de la junta directiva.

## 10 CONCLUSIONES

CAPITULO	RESUMEN	EVALUACION
<p><b>EVALUACION MACRO ECONOMICO</b></p>	<p>EN ESTE CAPITULO SE ESTUDIARON LOS SIGUIENTES INDICADORES: PRODUCTO INTERNO BRUTO CONSTRUCCIÓN Y EMPLEO INFLACIÓN REMESAS DE EMIGRANTES DOLARIZACIÓN EL CRÉDITO INMOBILIARIO LOS MISMOS QUE EN GENERAL, EVIDENCIAN UN AMBIENTE POSITIVO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN PROYECTO INMOBILIARIO CON LAS CARACTERISTICAS DE "MARINA TERRACE"</p>	
<p><b>EVALUACION DE LA LOCALIZACION</b></p>	<p>LA UBICACION DEL PROYECTO ES SIN DUDA PRIVILEGIADA POR VARIOS MOTIVOS, MANTA EN SI ES UN PUNTO DE REFERENCIA COMERCIAL Y POLO POTENCIAL DE DESARROLLO, LA URBANIZACION LA CASCADA ES DE MUY ALTO NIVEL Y EXCLUSIVIDAD, LA PROPIA UBICACION DEL TERRENO DONDE SERA CONCEBIDO EL PROYECTO ES DE LAS MEJORES DEL VILLAGE RESORT</p>	
<p><b>EVALUACION ARQUITECTURA</b></p>	<p>EN GENERAL LA ARQUITECTURA DEL PROYECTO ES SIMILAR A TODOS LOS PROYECTOS GENERADOS EN EL SECTOR, CON TODAS PRESTACIONES PARA LA SATISFACCION DEL CLIENTE, COMO PISCINA, GIMNASIO, BAR, CANCHAS DEPORTIVAS ETC. EL PROYECTO TIENE UNA EDIFICACION ATERRAZADA, CON UN TOTAL DE 46 DEPARTAMENTO DE DOS Y TRES DORITORIOS, CON UN CONCEPTO INNOVADOR Y MODERNO</p>	

<p><b>EVALUACION DE MERCADO</b></p>	<p>EN EL CAPITULO DE MERCADO SE DEFINIERON Y EVALUARON LOS SIGUIENTES ASPECTOS: COMPETENCIA, PERFIL DEL CLIENTE, CAPACIDAD DE PAGO DEL CLIENTE, ETC. ELEMENTOS QUE FURON ANALIZADOS DE FORMA PUNTUAL Y PARTICULAR PARA CADA UNO DE LOS PROYECTOS CONSIDERADOS COMO COMPETENCIA DIRECTA, LO QUE ARROJO UN RESULTADO DE POSICIONAMIENTO FAVORABLE PARA EL PROYECTO. LOS PROYECTOS ANALIAZADOS FUERON 4: LA CASACADA, TERRAZAS DEL MAR, PLAZA DEL MAR Y PLAZA LEBL+ON</p>	
<p><b>EVALUACION DE COSTOS</b></p>	<p>CAPITULO EN EL QUE SE EVALUARON CADA UNO DE LOS COSTOS INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO, DIRECTOS E INDIRECTOS, Y SU INFLUENCIA EN LA GLOBALIDAD DEL PROYECTO, LOS COSTOS SON LA BASE FUNDAMENTAL PARA LA EVALUACION FINANCIERA Y EL ANALISIS DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO. LA EVALUACION ARROJO UN ESCENARIO REALMETE POSITIVO Y DENTRO DE LO ESTABLECIDO POR EL MERCADO. LOS RESULTADOS PRINCIAPLES FUERON LOS SIGUIENTES: VALOR DEL TERRENO <b>\$593 824</b> VALOR DE CONSTRUCCION <b>\$2,095,000</b> COSTOS DIRECTOS <b>\$2,688,500</b> COSTOS INDIRECTOS <b>\$ 680,800</b> PRECIO PROMEDIO PONDERADO <b>\$ 1,430</b></p>	
<p><b>EVALUACION COMERCIAL</b></p>	<p>SE DEFINIERON LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS DEL PROYECTO: ESTRATEGIA DE PRECIOS PLAN DE VENTAS ESTRATEGIA DE PROMOCION Y DEMAS CARACTERISTICAS DE ORDEN COMERCIAL</p>	

<b>EVALUACION FIANCIERA</b>	ESTE ES EL COMPONENTE PREPONDERANTE DEL PRESENTE DOCUMENTO DONDE SE ANALIZA LA VIABILIDAD FINANCIERA Y EL NIVEL DE SENSIBILIDAD A DISTINTAS VARIABLES DE AFECTACION. LOS PRINCIPALES INDICADORES GENERADOS EN ESTE CAPITULO FUERON LOS SIGUIENTES, TANTO EN EL ANALISIS ESTATICO COMO DINAMICO: MARGEN <b>33%</b> RENTABILIDAD <b>50%</b> VAN \$ <b>625,700</b> TIR <b>45%</b> SENSIBILIDADES: <b>BAJAS</b>	
---------------------------------	---	---

# 11 BIBLIOGRAFIA

- Gridcon. ESTUDIO SOBRE LA DEMANDA INMOBILIARIA. Octubre 2009.
- Material de apoyo MDI, Universidad San Francisco de Quito, 2009-2011, varios autores: Franklin Maiguashca, Roberto Salem, Cesar Cisneros, Nicolas Vasconez, Matias Santana, Jaime Ocampo, Fausto Vasco, Xavier Castellanos, David Hervás, Federico Eliscovich, Martha Pico, Ernesto Gamboa, Enrique Ledesma, Alberto Hardessen, Fernando Schutte Elguero, Felipe Menal Arriazu, Jan Wagner, Karol Pazmino, Karina Chacon, Septiembre 2010 – Junio 2011
- Oleas, Julio. VIVIENDA NUEVA ¿DÓNDE, CUÁNTO, CÓMO? Revista Gestión, Febrero 2010.
- Ross, Stephen. FUNDAMENTOS DE FINANZAS CORPORATIVAS. México, Quinta Edición, 2004.
- Vásquez, Lola. Saltos, Napoleón, ECUADOR SU REALIDAD. Ecuador, Décimo Cuarta Edición, 2006.
- Vela, María de la Paz. REMESAS MOTIVO PARA EMIGRAR, MOTOR PARA LA ECONOMIA.
- Project Management Institute, GUÍA DE LOS FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS. Tercera Edición, 2004.
- Castañeda Martínez, Luis. IMPLEMENTACIÓN: EL ARTE DE CONVERTIR LOS PLANES DE NEGOCIOS EN RESULTADOS RENTABLES. México : Ediciones Poder, 2005. 106p. (HD38.2.C32).
- EL PLAN EMPRESARIAL: LA GUÍA DE ERNST & YOUNG. / Eric S. Siegel y otros. Madrid : Díaz de Santos, 1994. 171p. (HD30.28.S5E).
- Finch, Brian. CÓMO DESARROLLAR UN PLAN DE NEGOCIOS. Barcelona : Gedisa, 2002. 174p. (HD30.28.F5E).
- Pérez Soto, José Manuel. BUSINESS PLAN: MÁS ALLÁ DEL PRESUPUESTO. Barcelona : Gestión y Planificación Integral, 1994. 138p. (VID 100).
- Stutely, Richard. PLAN DE NEGOCIOS: LA ESTRATEGIA INTELIGENTE. México : Prentice-Hall Hispanoamericana, 2000. 304p. (HD30.28.S82E).
- Supervisión de obras González Sandoval, Federico Manual de supervisión de obras de concreto México Limusa 2000 2 968-18-5907-3 8
- Supervisión de obras Atallah, Patricia W. Building a successful construction company [libro en línea] Chicago, Ill. Kaplan AEC Education 2006 9781419528118

- Análisis de costos Sun, Ming Understanding I.T. in construction London New York Spon 2007 9780203645239 (libro electrónico)
- Diseño de estructuras Williams, Alan Civil & structural engineering : design of reinforced concrete structures Estados Unidos Kaplan AEC Education 2005 3 1-4277-5178-1
- Planeación y control de obras Lester, Albert Project management, planning and control : managing engineering, construction and manufacturing projects to PMI, APM and BSI standards Boston, Mass Elsevier Science 2007 5 0-7506-6956-X
- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec), BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Marzo del 2010.
- [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec), QUITO DISTRITO METROPOLITANO, Junio del 2007.
- [www.lacascadamanta.com](http://www.lacascadamanta.com), Junio, 2011
- [www.ciudaddelmar.com.ec](http://www.ciudaddelmar.com.ec), Mayo, 2011
- [www.inmoligth.com](http://www.inmoligth.com), Mayo, 2011
- Google Earth. Versión 5.0, Mayo 2011