



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

COLEGIO DE POSTGRADOS

**PLAN DE NEGOCIOS
PROYECTO “PAISAJE ILALÓ”**

Arq. Lisseth Estrella Cobo

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención de título de
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN INMOBILIARIA

QUITO
SEPTIEMBRE 2008



Universidad San Francisco de Quito
Universidad Politécnica de Madrid

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Plan de Negocios
PROYECTO PAISAJE ILALÓ

Arq. Lisseth Mireya Estrella Cobo

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

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

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

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

Víctor Viteri PhD.
Decano del Colegio de Postgrados

Quito, Septiembre del 2008



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

© **Derechos de autor:** Según la actual Ley de Propiedad Intelectual, Art. 5:

“el derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión... El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.” (Ecuador. Ley de Propiedad Intelectual, Art. 5)



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

RESUMEN

La presente tesis comprende el análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario Paisaje Ilaló, ubicado en el valle de Cumbayá en la urbanización La Primavera. Este valle, ubicado al oriente de Quito, se ha convertido en un centro urbano dotado de equipamiento educativo, de salud, financiero y comercial, razón para considerarlo un lugar exclusivo.

El estudio de mercado identificó y caracterizó las 4 zonas del valle. Uno de los factores que determina los precios en el mercado es la proximidad al este equipamiento. La urbanización La Primavera ocupa el tercer lugar de este ranking, por lo que el producto debe enfocarse al nivel económico medio. Además, el clima benigno de valle, las amplias áreas verdes con que cuenta la urbanización y la vista desde el terreno hacia el monte Ilaló son características que deben ser explotadas.

Para definir al proyecto Paisaje Ilaló se conjugó las ventajas competitivas de las dos zonas más exclusivas: en referente a área, programa y concepción espacial. Así, este producto responde a la preferencia del cliente por vivienda unifamiliar, con departamentos tipo dúplex que incluyen jardines privados y cuidando que el precio sea accesible.

El proyecto está planificado para ser realizado en 16 meses. Tienen un costo total de \$ 350.000 con una proyección de ventas en 14 meses de \$ 460.000. Lo que deja una utilidad de \$ 120.000, con un margen del 18% y una rentabilidad del 24% anual.

Finalmente, el análisis del proyecto puro con una tasa de descuento del 25% requiere de una inversión de \$230.000 y arroja una rentabilidad del 36% anual.



ABSTRACT

This thesis analyses the real state project Paisaje Ilaló. It is located in the Cumbayá valley within La Primavera. This valley has become a developed urban center because it has health, educational, financial and commercial facilities. These circumstances have characterized this area as exclusive.

The market study identifies four areas in the valley. It concluded that the market prices are directly related with the proximity to the developed areas. La Primavera is ranked in third place, so the project must be focused to middle class. In addition, the vast open recreational space of the neighborhood, the view from the project to the Ilaló Mountain and the kindly weather of the valley are the characteristics that must be exploited.

In order to define Paisaje Ilaló, it was necessary to mix the competitive advantages of the more exclusive areas. It includes area, program and spatial conception. Therefore, this product matches the client's preferences of single family houses with a proposal of duplex with private gardens at an affordable price.

This project will be executed in sixteen months. It costs \$ 350.000 and the total sales reach \$ 460.000 in fourteen months. Finally, the profit is \$ 120.000.



CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	1
1.1 ENTORNO MACROECONÓMICO.....	1
1.2 ESTUDIO DE MERCADO	3
1.3 COMPONENTE ARQUITECTÓNICO TÉCNICO	5
1.4 COMERCIALIZACIÓN.....	7
1.5 ANÁLISIS FINANCIERO	8
1.6 ESTRATEGIA LEGAL.....	10
2. ANÁLISIS MACROECONÓMICO.....	11
2.1 INFLACIÓN.....	11
2.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO	14
2.2.1 EL PIB EN RELACIÓN CON EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.....	16
2.3 SECTOR FINANCIERO	18
2.4 REMESAS DE EMIGRANTES	23
2.5 CONCLUSIONES	24
3. ESTUDIO DE MERCADO	26
3.1 ANTECEDENTES	27
3.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO	27
3.1.2. ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO	29
3.1.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO Y SU COMPETENCIA.....	32
3.1.4 CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO DEL PROYECTO	34
3.1 OFERTA DE DEPARTAMENTOS EN CUMBAYÁ Y TUMBACO	38
3.2.1 TAMAÑO DE LOS PROYECTOS	39
3.2.2 TIPOLOGIA.....	42
3.2.2.1 TIPOLOGÍA DE LA URBANIZACIÓN PRIMAVERA Y LA ZONA 1	44
3.2.2 COMPOSICIÓN POR PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	48
3.2.4. ÁREA.....	52



3.2.4.1	ÁREA DE DEPARTAMENTOS EN LA ZONA 3.....	53
3.2.5	PRECIO DEL INMUEBLE.....	56
3.2.5.1	ANÁLISIS DE LA ZONA 3.....	58
3.2.5.2	ANÁLISIS DE LA ZONA PRÓXIMA AL PROYECTO “PAISAJE ILALÓ”.....	60
3.2.6.	PRECIO POR METRO CUADRADO EN ZONA PRÓXIMA AL PROYECTO “PAISAJE ILALÓ”....	62
3.2.7	SERVICIOS.....	68
3.2.8	FINANCIAMIENTO.....	70
3.2.9	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
3.2	DEMANDA	76
3.3.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL NSE MEDIO Y MEDIO ALTO	78
3.3.2	CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA PARA EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO ...	81
3.3.3	DEMANDA POTENCIAL Y DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO.....	83
3.4	EXCLUSIVIDAD CON ECONOMÍA: PERFIL DEL CLIENTE.....	86
3.4.1	ACCIONES A IMPLEMENTARSE	88
4.	COMPONENTE ARQUITECTÓNICO TÉCNICO.....	90
4.1	PROYECTO ARQUITECTÓNICO	90
4.1.1	CONCEPCIÓN ARQUITECTÓNICA.....	90
4.1.2	EVALUACIÓN ORDENANZAS MUNICIPALES	95
4.1.3	RELACIÓN PRECIO, PROGRAMA Y ÁREA.....	96
4.1.4	RESUMEN GENERAL DE ÁREAS DEL PROYECTO	98
4.2	COSTOS DEL PROYECTO.....	100
4.2.1	COSTOS DIRECTOS VS. COSTOS INDIRECTOS	101
4.2.2	COSTOS DIRECTOS.....	102
4.2.3	COSTOS INDIRECTOS	105
4.2.3	FACTOR COSTO / PRECIO	110
4.3	PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	111
4.3.1	CRONOGRAMA VALORADO DEL PROYECTO	112
5.	COMERCIALIZACIÓN	115
5.1.	ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	115



5.2	POLÍTICA DE PRECIOS	118
5.3	ANÁLISIS DE LAS METAS DE LAS VENTAS	121
5.4	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	122

6. ANÁLISIS FINANCIERO.....126

6.1	ESTADO DE RESULTADOS	126
6.2	ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS.....	127
6.3	JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO.....	128
6.4	EL VAN Y LA TIR EN EL ESCENARIO PROBABLE	129
6.5	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO	129
6.5.1	VARIACIÓN PORCENTUAL DE LOS COSTOS	130
6.5.2	VARIACIÓN PORCENTUAL DE LOS PRECIOS	131
6.6	ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS ACUMULADOS	134
6.7	ANÁLISIS FINANCIERO CON APALANCAMIENTO.....	135
6.8	PROYECTO PURO VS. PROYECTO CON APALANCAMIENTO	139

7. ESTRATEGIA LEGAL.....141

7.1	LA SOCIEDAD DE LOS INVERSIONISTAS.....	141
7.2	DE LA CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO.....	141
7.3	DEL PROCESO DE COMPRA Y VENTA.....	142
7.4	DEL FINANCIAMIENTO AL CONSTRUCTOR	142
7.5	ASPECTOS TRIBUTARIOS	143

GERENCIA DEL PROYECTO.....145

8.1	ORGANIGRAMA DEL EQUIPO DEL PROYECTO.....	145
8.2	PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO	147
8.3	CRONOGRAMAS E HITOS DEL PROYECTO	151



9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES152

FUENTES DE CONSULTA.....155

INTERNET.....	155
MATERIAL UTILIZADO EN CLASE USFQ 2007-2008	156
PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS	157
BIBLIOGRAFÍA.....	158
ENTREVISTAS CON ESPECIALISTAS	158



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

ÍNDICE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.2.1	PRECIO PROMEDIO DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS.....	4
GRÁFICO 2.1.1	INFLACIÓN ANUAL 2000-2007.....	11
GRÁFICO 2.1.2	INFLACIÓN MENSUAL Y ANUAL.....	12
GRÁFICO 2.1.1	INFLACIÓN ANUAL 2000 – 2008.....	14
GRÁFICO 2.2.1	PIB REAL.....	14
GRÁFICO 2.2.2	TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL	15
GRÁFICO 2.2.3	CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN AL PIB.....	16
GRÁFICO 2.2.4	TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL VS. PIB CONSTRUCCIÓN.....	17
GRÁFICO 2.3.1	TOTAL DE CAPTACIONES DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS.....	18
GRÁFICO 2.3.2	CRECIMIENTO DE DEPÓSITOS EN BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS.....	19
GRÁFICO 2.3.3	TOTAL DE CRÉDITOS DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS	20
GRÁFICO 2.3.4	CRECIMIENTO DEL CRÉDITO DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS.....	21
GRÁFICO 2.3.5	TASAS ACTIVAS NOMINALES PROMEDIO PONDERADAS POR LÍNEA DE NEGOCIO.....	22
GRÁFICO 2.4.1	REMESAS DE EMIGRANTES EN RELACIÓN AL PIB.....	23
GRÁFICO 2.4.2	REMESAS DE EMIGRANTES	24
GRÁFICO 3.1.1.	ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO.....	28
GRÁFICO 3.1.2	UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	30
GRÁFICO 3.1.3	UBICACIÓN DEL PROYECTO Y EQUIPAMIENTO.....	31
GRÁFICO 3.2.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	35
GRÁFICO 3.2.2	TIPOLOGIA CONJUNTOS DEPARTAMENTOS EN CUMBAYÁ Y TUMBACO.....	37
GRÁFICO 3.2.3	PORCENTAJE DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS.....	39
GRÁFICO 3.2.4	TIPOLOGÍA EN LA ZONA 1 Y EN LA URBANIZACIÓN “LA PRIMAVERA”	40
GRÁFICO 3.2.5	ÁREA PROMEDIO DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS.....	45
GRÁFICO 3.2.6	ÁREA DE LA COMPETENCIA EN LA ZONA 3.....	46
GRÁFICO 3.2.7	PRECIO POR METRO CUADRADO EN DEPARTAMENTOS DE 2 DORMITORIOS.....	49
GRÁFICO 3.2.8	PRECIO TOTAL DEL INMUEBLES EN LA ZONA 3.....	52
GRÁFICO 3.2.9	PRECIO POR METRO CUADRADO DE INMUEBLES EN LA ZONA 3.....	53
GRÁFICO 3.2.10	PRECIO POR METRO CUADRADO, TIPOLOGÍA, “LA PRIMAVERA” Y ZONA.....	56
GRÁFICO 3.3.1	DEMANDA POTENCIAL vs. DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL.....	65
GRÁFICO 3.2.2	DEMANDA POTENCIAL vs. DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL POR NIVEL SOCIOECONÓMICO 2007.....	66
GRÁFICO 3.2.3	DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL (\$50.000 – \$70.800) vs. DEMANDA POTENCIAL NSE MEDIO	68
GRÁFICO 3.2.4	DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL (\$70.801 – \$120.000) vs. DEMANDA POTENCIAL NSE (MEDIO) ALTO.....	69
GRÁFICO 3.3.1	EVOLUCIÓN DEL SECTOR PREFERIDO PARA VIVIR SEGÚN NSE.....	70
GRÁFICO 3.2.6	PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ – TUMBACO POR NSE.....	71
GRÁFICO 3.2.7	DP Y DPCT CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO SEGÚN NSE.....	72
GRÁFICO 3.2.8	DEMANDA POTENCIAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO CLASIFICADA POR TIPO DE PAGO.....	73
GRÁFICO 3.2.9	DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO SEGÚN NSE.....	74
GRÁFICO 4.1.1	ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO.....	80
GRÁFICO 4.1.2	PLANTA NIVEL DE ACCESO.....	81

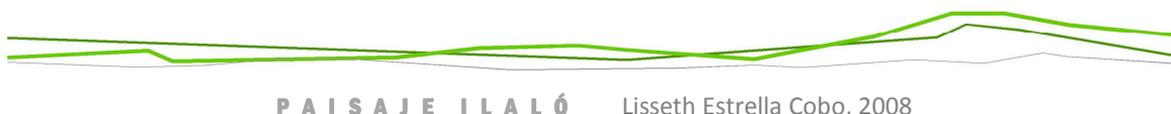


PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

GRÁFICO 4.1.3 PLANTA NIVEL -1.....	82
GRÁFICO 4.1.4 PLANTA NIVEL 1.....	82
GRÁFICO 4.1.5 PLANTA NIVEL 2.....	83
GRÁFICO 4.1.6 CORTE LONGITUDINAL.....	85
GRÁFICO 4.1.7 PORCENTAJE m ² CONSTRUIDOS POR TIPO DE USO.....	86
GRÁFICO 4.2.1 INCIDENCIA PORCENTUAL DE COSTOS DEL PROYECTO.....	88
GRAFICO 4.2.2 COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS INDIRECTOS.....	94
GRAFICO 4.3.1 EGRESOS MENSUALES.....	102
GRAFICO 4.3.4 EGRESOS MENSUALES ACUMULADOS.....	102
GRAFICO 6.2.1 PERFIL DE INGRESOS, EGRESOS Y FLUJO NETO.....	104
GRAFICO 6.5.1 VARIACIÓN PORCENTUAL DE COSTOS.....	117
GRAFICO 6.5.2 VARIACIÓN PORCENTUAL DE PRECIOS.....	118
GRAFICO 6.5.3 VARIACIÓN DE LA DURACIÓN DE LA FASE DE VENTAS.....	119
GRÁFICO 6.6.1 INGRESOS - EGRESOS ACUMULADOS VS. SALDO MENSUAL.....	121
GRÁFICO 8.1.1 ORGANIGRAMA DEL EQUIPO DEL PROYECTO.....	130
GRÁFICO 8.3.1 CRONOGRAMA E HITOS DEL PROYECTO.....	136

INDICE CUADROS

CUADRO 1.1.1 INFLACIÓN ANUAL.....	2
CUADRO 1.1.2 TASA DE CRECIMIENTO PIB REAL VS. PIB CONSTRUCCIÓN.....	2
CUADRO 1.2.1 ÁREA, PRECIO POR m ² Y PRECIO TOTAL POR ZONAS.....	3
CUADRO 1.3.1 PROGRAMA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS DEPARTAMENTOS.....	5
CUADRO 1.3.2 COSTOS Y PRECIO POR m ² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO.....	6
CUADRO 1.3.3 CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	7
CUADRO 1.4.1 POLÍTICA DE PRECIOS Y META DE VENTAS.....	7
CUADRO 1.5.1 EL VAN Y LA TIR EN EL ESCENARIO PROBABLE.....	8
CUADRO 1.5.2 SENSIBILIDAD DEL PROYECTO.....	9
CUADRO 1.5.3 VARIACIONES DE INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS.....	10
CUADRO 2.1.1 PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN DEL 2008.....	13
CUADRO 3.1.1 ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO.....	29
CUADRO 3.2.1. COMPOSICIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA COMPETENCIA POR ZONAS.....	43
CUADRO 3.2.2 SERVICIOS COMUNITARIOS DE LOS PROYECTOS.....	58
CUADRO 3.2.3 FINANCIAMIENTO.....	61
CUADRO 3.3.1 INCIDENCIA DE LA DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL EN LA DEMANDA POTENCIAL.....	66
CUADRO 3.2.2 PORCENTAJE DE DPCT Y DP POR NIVEL SOCIOECONÓMICO.....	67
CUADRO 3.2.3 RELACIÓN DPCT – DP / RELACIÓN NSE MEDIO – MEDIO ALTO.....	67
CUADRO 3.2.4 PARTICIPACIÓN DE LA DPCT EN LA DP.....	69
CUADRO 3.2.5 DP CONTADO / DP CRÉDITO.....	73
CUADRO 3.4.1 TABLA DE PAGO PRÉSTAMO 88.832 DÓLARES	76
CUADRO 3.4.2 TABLA DE PAGO PRÉSTAMO 66.640 DÓLARES	77
CUADRO 4.1.1 RELACIÓN AREA VERDE VS. AREA CONSTRUIDA.....	81
CUADRO 4.1.2 INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA.....	83
CUADRO 4.1.3 APROVECHAMIENTO DEL COEFICIENTE DE OCUPACIÓN DEL SUELO.....	84
CUADRO 4.1.4 ÁREAS, PROGRAMA Y PRECIOS DE LAS UNIDADES DE VIVIENDA.....	84
CUADRO 4.1.5 m ² CONSTRUIDOS POR TIPO DE USO.....	86
CUADRO 4.2.1 RESUMEN DE COSTOS DEL PROYECTO.....	88



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

CUADRO 4.2.2 RELACIÓN COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS.....	89
CUADRO 4.2.3 PRECIO DEL TERRENO.....	90
CUADRO 4.2.4 COSTOS DE OBRA CIVIL.....	91
CUADRO 4.2.5 COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN.....	92
CUADRO 4.2.6 INCIDENCIA DEL ACERO EN EL COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN.....	92
CUADRO 4.2.7 INCIDENCIA DEL INCREMENTO DEL ACERO EN EL CD DE CONSTRUCCIÓN.....	93
CUADRO 4.2.8 PRESUPUESTO DE CONSULTORÍA.....	95
CUADRO 4.2.9 GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS.....	96
CUADRO 4.2.10 TASAS E IMPUESTOS.....	96
CUADRO 4.2.11 RESUMEN DE COSTOS.....	97
CUADRO 4.2.12 COSTOS Y PRECIO POR m ² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO.....	98
CUADRO 4.3.1 RESUMEN DE COSTOS Y CRONOGRAMA VALORADO.....	101
CUADRO 5.1.1 PRECIO POR m ² EN LA ZONA 3	103
CUADRO 5.1.2 PROGRAMA Y PRECIOS DEL PROYECTO.	104
CUADRO 5.1.3 PAISAJE ILALÓ: PRECIO POR m ² TOTAL.....	105
CUADRO 5.2.1 POLÍTICA DE PRECIOS, VENTAS ESTIMADAS Y PROYECCIÓN DE VENTAS.....	106
CUADRO 5.2.2 POLÍTICAS DE PRECIOS, PLAN DE VENTAS Y ETAPAS DEL PROYECTO.	107
CUADRO 5.3.1 ESCENARIO PROBABLE DE VENTAS DEL PROYECTO.....	108
CUADRO 5.4.1 ESTRATEGIA DE VENTAS Y DE PROMOCIÓN DEL PROYECTO	110
CUADRO 6.1.1 CUADRO DE RESULTADOS.....	113
CUADRO 6.2.1 FLUJO DE FONDOS.	114
CUADRO 6.3.1 TASA DE DESCUENTO CON EL MÉTODO CAPM.....	115
CUADRO 6.4.1 TASA DE DESCUENTO, TIR Y VAN.....	116
CUADRO 6.5.1 RESULTADOS DE VARIACIÓN PORCENTUAL DE COSTOS.....	117
CUADRO 6.5.2 RESULTADOS DE VARIACIÓN PORCENTUAL DE PRECIOS.....	118
CUADRO 6.5.3 RESULTADOS DE VARIACIÓN DE LA DURACIÓN DE LA FASE DE VENTAS.....	119
CUADRO 6.6.1 FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS.....	120
CUADRO 6.7.1 PARTICIPACIÓN % DE LOS RECURSOS.....	121
CUADRO 6.7.2 CONDICIONES DEL CRÉDITO.....	122
CUADRO 6.7.3 FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS CON APALANCAMIENTO.....	123
CUADRO 6.7.4 FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO.....	124
CUADRO 6.7.5 TIR Y VAN CON APALANCAMIENTO.....	124
CUADRO 6.8.1 VARIACIONES DE INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS.....	125
CUADRO 8.1.1 ROLES Y RESPONSABILIDADES DEL EQUIPO DEL PROYECTO.....	131
CUADRO 8.2.1 EDT: PREFACTIBILIDAD, ESTUDIOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.....	133
CUADRO 8.2.2 EDT: ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	134
CUADRO 8.2.2 EDT: ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS.....	135

ÍNDICE FOTOGRAFÍAS

FOTOGRAFÍA 1.1 VISTA DESDE EL TERRENO.....	1
FOTOGRAFÍA 3.1.1 URBANIZACION LA PRIMAVERA: ÁREAS VERDES.....	32
FOTOGRAFÍA 3.1.2 URBANIZACION LA PRIMAVERA: VIVIENDA UNIFAMILIAR.....	32
FOTOGRAFÍA 3.1.3 EL TERRENO DEL PROYECTO PAISAJE ILALÓ.....	33
FOTOGRAFÍA 4.1.1 VISTA DESDE EL TERRENO HACIA EL ILALÓ.....	79



IMÁGENES

IMAGEN 3.2.1 COMPETENCIA 3.5 LOS CEIBOS.....	36
IMAGEN 3.2.2 COMPETENCIA 3.4 SPLENDOR.....	36
IMAGEN 3.2.3 COMPETENCIA 2.3 CARRÁ.....	38
IMAGEN 3.2.4 COMPETENCIA 1.3 CALABRIA.....	41
IMAGEN 3.2.5 COMPETENCIA 2.4 INDIGO GARDEN.....	46
IMAGEN 3.2.6 COMPETENCIA 3.8 BRITANIA	47
IMAGEN 3.2.7 COMPETENCIA 3.7 VILLA MAGNA III	48
IMAGEN 3.2.8 COMPETENCIA 2.2 SOA.....	49
IMAGEN 3.2.9 COMPETENCIA 3.6 AKARÍ.....	51
IMAGEN 3.2.10 COMPETENCIA 3.4 M. MERINO.....	54
IMAGEN 3.2.11 COMPETENCIA 3.3 I. CÁCERES	54
IMAGEN 3.2.12 COMPETENCIA 3.1 ALGUER	55
IMAGEN 3.2.13 COMPETENCIA TIZZONA III	56



PAISAJE ILALÓ Liseth Estrella Cobo, 2008

1. RESUMEN EJECUTIVO



FOTOGRAFÍA 1.1.VISTA DESDE EL TERRENO

Fuente: L Estrella

La presente tesis comprende el análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario Paisaje Ilaló, ubicado en el valle de Cumbayá en la urbanización La Primavera. Este sector residencial se ha consolidado con vivienda unifamiliar hace aproximadamente veinte años e incluye equipamiento educativo y de salud (Hospital de los Valles). La zona comercial más activa está a cinco minutos del proyecto en las inmediaciones del pueblo de Cumbayá. El hecho de tener un clima más benigno que el de la ciudad de Quito, las amplias áreas verdes de la urbanización y la vista desde el terreno hacia el monte Ilaló son las cualidades del lugar que deben ser potencializadas.

1.1 ENTORNO MACROECONÓMICO



Para el sector inmobiliario es indispensable analizar el proceso inflacionario, el PIB y las condiciones de crédito para promotores y consumidores.

El incremento en los precios del acero, cobre, entre otros insumos tiene una incidencia del 12% sobre el costo directo de obra, por lo que, en el peor escenario, representaría un aumento del 8% sobre el costo total del proyecto. Este porcentaje no considera el proceso inflacionario del país que en el presente año, ha sufrido un incremento sustancial en relación a los años anteriores como muestra el siguiente cuadro 1.1.1. Por lo que para que este proyecto sea viable deberá enfrentar un incremento de de costos mayor al 8%.

AÑO	% INFLACIÓN
2005	3,14%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008*	9,87%

CUADRO 1.1.1 INFLACIÓN ANUAL

Fuente: Banco Central de Ecuador (* Inflación anual a julio del 2008)

Elaboración: L Estrella

La tasa de crecimiento del PIB del presente año es baja, tendencia que se ha mantenido constante a partir del 2006. Mientras que la tasa de crecimiento del PIB de la construcción ha tenido un marcado crecimiento a partir del mismo año, siendo un sector en marcado crecimiento.

AÑO	PIB REAL	PIB CONSTRUCCIÓN
2005	6,0%	7,4%
2006	3,9%	2,0%
2007	3,4%	4,5%
2008	3,5%	7,0%

CUADRO 1.1.2 TASA DE CRECIMIENTO PIB REAL VS. PIB CONSTRUCCIÓN

Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaboración: L Estrella



Con respecto a las condiciones de crédito, se puede tomar ventaja de ciertas políticas gubernamentales como el crédito hipotecario otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social que presta hasta el 80% del avalúo del inmueble, que corresponde a un máximo de 70.000 dólares con períodos que van de 5 a 25 años plazo y con tasas preferenciales. Este hecho ampliará la demanda potencial calificada total.

Además la Corporación Financiera Nacional tiene líneas de crédito para capital de trabajo en el sector inmobiliario con una tasa preferencial del 9%. Estos hechos dinamizan el sector inmobiliario.

1.2 ESTUDIO DE MERCADO

El cliente que prefiere vivir en el valle de Cumbayá y Tumbaco busca clima cálido, espacios verdes, vivienda unifamiliar con la facilidad de tener acceso a todos los servicios y equipamiento de la ciudad. Por estas razones este valle es considerado un lugar de status.

CARACTERÍSTICA DE LAS ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO							
CARACTERÍSTICAS		DEPARTAMENTOS				ZONA	
		PRECIO x m ²	ÁREA PROMEDIO	PRECIO TOTAL			
ZONA 1	ESTRATÉGICO EQUIDISTANTE A 2 CENTROS DESARROLLO: QUITO + CUMBAYÁ	B	1.073	C	99	106.227	EXCLUSIVA 2
ZONA 2	CENTRO DE DESARROLLO DEL VALLE EQUIPAMIENTO + COMERCIO + SERVICIOS	A	1.112	A	143	159.016	EXCLUSIVA 1
ZONA 3	NO TIENE LA DINÁMICA DE LA ZONA 2 VIVIENDA + EDUCACIÓN + SALUD CERCANO A CUMBAYÁ	C	816	B	108	88.128	ECONÓMICA 1
ZONA 4	MENOR DESARROLLO MÁS RURAL	D	771	D	92	70.932	ECONÓMICA 2
PAISAJE ILALÓ							
	SOLO ÁREA ÚTIL		791		92	72.772	
	CON JARDINES + TERRAZAS		825		92	75.900	

CUADRO 1.2.1 ÁREA, PRECIO POR m² Y PRECIO TOTAL POR ZONAS

Elaboración: L Estrella

El estudio de mercado inició con un análisis de las 4 zonas que componen este valle. Las zonas 1 y 2 son las más exclusivas por estar cercanas a los centros urbanos de Quito y Cumbayá. Por esta



razón estas zonas se constituyen como las más exclusivas del valle pues tienen los precios totales más altos.

Paisaje Ilaló está ubicado en la ZONA 3 caracterizada por ser un sector residencial. El precio promedio de los departamentos ocupa el tercer lugar dentro de las cuatro zonas (\$ 88.000). Esto se produce porque el precio por metro cuadrado es sustancialmente más bajo en relación a la ZONA 1 y 2. Sin embargo su área promedio es similar a la de la ZONA 1. Lo que determina que esta zona sea menos exclusiva que las dos primeras.

Para insertarse adecuadamente en el mercado, el presente proyecto toma como referente las áreas de la ZONA 1 y utiliza como precio de venta por metro cuadrado el promedio de la ZONA 3. De esta manera se reduce el precio total del inmueble (\$ 74.500 en promedio) convirtiéndolo en un producto accesible para el cliente potencial nivel económico medio.

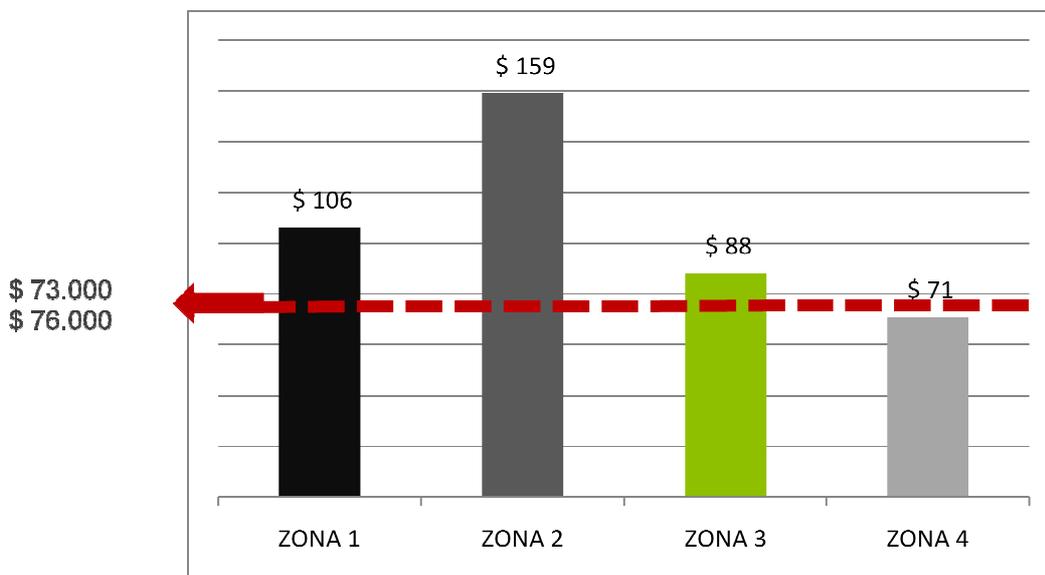


GRÁFICO 1.2.1 PRECIO PROMEDIO DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS (en miles de dólares)

Elaboración: L Estrella

El cliente de clase media se caracteriza por tener menor capacidad de pago al contado, por lo cual el precio y el financiamiento son vitales para su decisión de compra. El rango de ingresos familiares de nuestro cliente potencial va de \$ 1.700 a \$ 2.300. De tal forma que el 30% de sus



ingresos mensuales destinados al pago de vivienda corresponden a \$ 515 y \$ 690 respectivamente.

Se ha identificado que la zona más exclusiva (ZONA 2) maneja una concepción arquitectónica innovadora. Pues es donde encontramos la tipología de loft, dúplex y townhouse. Para diferenciar a Paisaje Ilaló de su competencia y satisfacer la necesidad de nuestro cliente por vivienda unifamiliar, su concepción espacial vincula los ambientes interiores con terrazas y jardines. Además propone dúplex, para de esta manera, rescatar los elementos esenciales de la vivienda unifamiliar: espacio exterior e independencia del área pública y privada por niveles.

1.3 COMPONENTE ARQUITECTÓNICO TÉCNICO

La primera decisión de diseño fue intervenir lo mínimo en la topografía del terreno con pendiente negativa. Esto se logró manteniendo los parqueaderos en planta baja, reduciendo así el área de circulación vehicular para acceder a subsuelos. De esta manera se reducen costos y se mantiene el 45% del terreno como área verde y el 55% es construido en planta baja¹. De esta manera, el proyecto arquitectónico recoge los lineamientos del estudio de mercado

4 / 6	DUPLEX	4 UNIDADES	2 DORM + 1 PARQ	→	80 - 90 m ²
3 / 6	JARDÍN		3 DORM + 2 PARQ	→	100 - 110 m ²
5 / 6	VISTA	2 UNIDADES			
6 / 6	TERRAZA				

CUADRO 1.3.1 PROGRAMA Y CARACTERÍSTICAS DE LOS DEPARTAMENTOS

Elaboración: L Estrella

La composición y características del proyecto se describen en el cuadro precedente. Del total de los seis departamentos 4 son dúplex, 3 tienen jardín privado, 5 tienen vista y todos tienen terraza. De esta forma, cada departamento está diseñado para ser atractivo al comprador.

¹ Sin desaprovechar el coeficiente de ocupación del suelo del cual se usa el 95%



El proyecto tiene un área total de construcción es de 835 m², de la cual 550 m² (66%) corresponden a departamentos, 45 m² (6%) a terrazas y la diferencia (28%) a circulaciones y parqueaderos.

COSTOS Y PRECIO POR m² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO

ITEM	CATEGORIA DE INVERSION	%	VALOR US \$	COSTO POR m ² ÁREA ÚTIL
				551,6 m ²
1	COSTO DIRECTO: TERRENO	14,4%	\$ 50.319	\$ 91
2	COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN	67,7%	\$ 236.800	\$ 429
3	COSTOS INDIRECTOS	18,0%	\$ 62.855	\$ 114
COSTO TOTAL		100%	\$ 349.975	\$ 634
FACTOR COSTO / PRECIO		130%	\$ 454.926	\$ 825

CUADRO 1.3.2 COSTOS Y PRECIO POR m² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

El costo total del proyecto es de \$ 350.000. El monto más alto corresponde a los costos directos: obra civil (68%) y terreno (14%). El 18% restante corresponde a los costos indirectos.

El costo total por metro cuadrado de área útil es de \$ 634. El factor costo – precio para el presente proyecto es 1.3 dando un precio por m² de área útil de \$ 825.

El proyecto se desarrollará en 16 meses. Los 4 primeros están dedicados a planificación. A partir del tercer mes y en adelante se inicia con la estrategia de marketing - ventas y por lo tanto simultáneamente cobranzas. Del mes 5 al 14 se realiza la construcción de la obra civil. El cumplir con estos tiempos optimizará el rendimiento de la inversión.



CUADRO 1.3.3 CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

1.4 COMERCIALIZACIÓN

MES DE VENTA	POLÍTICA DE PRECIOS	% DE VENTA
3	DESCUENTO 3%	12%
4		12%
5	PRECIO FIJO	6%
6		6%
7		6%
8	INCREMENTO 2%	6%
9		6%
10		6%
11	INCREMENTO 2%	6%
12		6%
13		6%
14	INCREMENTO 2%	6%
15		16%
16		

CUADRO 1.4.1 POLÍTICA DE PRECIOS Y META DE VENTAS

Elaboración: L Estrella

La política de precios del proyecto establece un precio fijo a partir del inicio de la obra civil que se reajustará un 2% cada 3 meses. Para motivar la compra en preventas se hace un descuento del 3% en los meses previos al inicio de la construcción.



Se espera vender el 24% en preventas (2 departamentos). A partir de esa fecha se proyecta comercializar el 1 departamento trimestralmente (18% del proyecto). De esta manera para el mes 16 estará vendida la totalidad del proyecto.

Para acceder a la compra de un departamento, el cliente reserva con el 10%, debe completar el 20% restante en cuotas hasta la entrega del inmueble. El 70% restante se puede financiar con crédito hipotecario.

La promoción está diseñada para cumplir con la meta de ventas. El cliente potencial prefiere constatar la calidad del producto antes de adquirirlo. La estrategia de promoción está diseñada en dos momentos, el primero es el lanzamiento del proyecto al mercado en la etapa de preventas. El segundo momento importante comienza con la inauguración del departamento modelo, evento en el cual nuestros clientes podrán apreciar la calidad del producto y decidirse por éste. Además, de forma paralela se realizarán vallas publicitarias, publicaciones en revistas especializadas y participación en ferias.

1.5 ANÁLISIS FINANCIERO

La inversión total para la ejecución de este proyecto es de \$ 350.000. El total de ventas asciende a \$ 462.000, dejando una utilidad de \$ 112.000. Valores que dan un margen del 24% y una rentabilidad del 32% en los 16 meses de duración del proyecto.

EL VAN Y LA TIR EN EL ESCENARIO PROBABLE		
TASA DE DESCUENTO	TIR	VAN
ANUAL 25,00%	68,47%	\$ 52.684
MENSUAL 1,88%	4,44%	

CUADRO 1.5.1 EL VAN Y LA TIR EN EL ESCENARIO PROBABLE

Elaboración: L Estrella



INCREMENTO COSTOS → VAN = 0	17,5%
REDUCCIÓN PRECIO DE VENTA → VAN = 0	14,9%
DILATACIÓN TIEMPO DE VENTA → VAN = 0	+ 8 MESES

CUADRO 1.5.2 SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

Los indicadores financieros del proyecto descritos en el cuadro precedente son positivos y se realizaron considerando una tasa de descuento del 25% pues es la mínima solicitada por los inversionistas.

Como se evidencia en el cuadro precedente, el proyecto no es muy sensible a las variables de costo, precio y dilatación del tiempo de venta.

El proyecto soporta un incremento de costos de hasta el 17,5%. La información del análisis macroeconómico determinó que el éste debe soportar un incremento de costos superior al 8%. Por lo que se determina que el proyecto es viable financieramente.

Finalmente se plantea un escenario con un apalancamiento de \$ 90.000, desembolsados durante los nueve últimos meses de la etapa de construcción y cancelados a la finalización del proyecto. La comparación del proyecto puro con el proyecto financiado está descrita en el siguiente cuadro:



	PROYECTO PURO		PROYECTO CON CRÉDITO	
INVERSIÓN	\$	231.468	\$	147.152
UTILIDAD	\$	112.048	\$	108.069
VAN	\$	52.684	\$	57.704
TIR ANUAL		68%		87%
RENTABILIDAD 16 MESES:				
UTILIDAD		48%		73%
INVERSIÓN				
RENTABILIDAD 12 MESES:				
UTILIDAD		36%		55%
INVERSIÓN				

CUADRO 1.5.3 VARIACIONES DE INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS

Elaboración: L Estrella

En conclusión el proyecto es viable financieramente pues no es muy sensible a las variables y se recomienda realizarlo con apalancamiento pues la rentabilidad es mucho mayor.

1.6 ESTRATEGIA LEGAL

Para garantizar la inversión de los socios se constituye una sociedad de cuentas en participación específica para el proyecto a través de un convenio privado notariado.

El proceso de compra venta se hace a través de la firma de una promesa de compraventa contra entrega del 10% de reserva.



2. ANÁLISIS MACROECONÓMICO

Un análisis macroeconómico es importante para evaluar la viabilidad de inversión en el sector inmobiliario, ya que ésta es un área muy sensible a las variables económicas del país. De hecho esta actividad tiene una alta integración con sectores conexos, generando así encadenamientos productivos.

2.1 INFLACIÓN

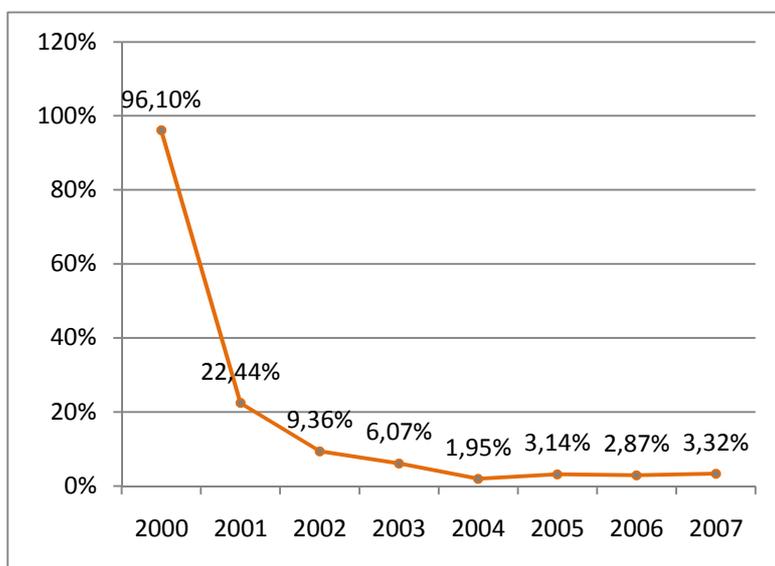
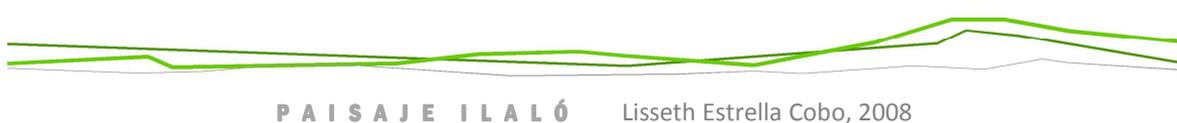


GRÁFICO 2.1.1 INFLACIÓN ANUAL 2000 - 2007

Fuente: Banco Central de Ecuador

Elaboración: L Estrella



La inflación se define como el incremento sostenido de los precios de la canasta de bienes y servicios en relación al poder adquisitivo de los consumidores.

Como se evidencia en el gráfico 1.1 después de la dolarización la excesiva devaluación del sucre provocó una inflación del 96.1% en el año 2000. A partir de esta fecha, la tendencia ha sido decreciente². Sin embargo, el 2007 cerró con una inflación del 3.32% (0.45% más que el 2006). y a julio del 2008 alcanzó el 9,87% Este hecho trasgrede la tendencia a la baja de los últimos años y se debe principalmente al incremento del gasto público (bono de desarrollo humano, bono de vivienda, etc.), al encarecimiento de los alimentos y a un escenario político poco favorable para la inversión.

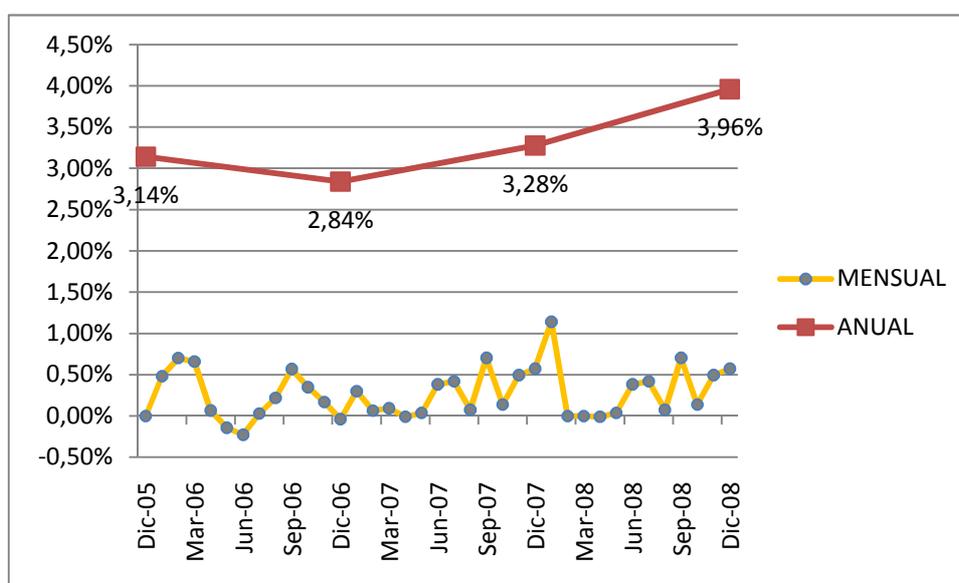


GRÁFICO 2.1.2 INFLACIÓN MENSUAL Y ANUAL

Fuente: Superintendencia de Compañías

La información a partir de febrero 2008 son proyecciones

Elaboración: L Estrella

En el gráfico 1.1.2 se detalla la inflación mensual desde diciembre del 2005 y la proyección para el 2008. Dentro de este período, enero del 2008 es el mes con inflación más alta 1.14%. Acontecimiento causado principalmente por la subida de precios de bienes transables,

² sin considerar el excepcional desempeño del 2004 con una inflación del 1.94%



especialmente alimentos. Este es un fenómeno mundial que responde al incremento de la demanda de biocombustibles por parte de China e India.

PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN DEL 2008		
	PROBABLE	PESIMISTA
Inflación (promedio período)	3,6%	3,4%
Inflación (fin del período)	3,0%	3,9%

CUADRO 2.1.1 PROYECCIÓN DE LA INFLACIÓN DEL 2008

Fuente: Revista Gestión # 162, Diciembre 2007, En 2008: frenazo al crecimiento y a la inversión, Proyecciones de Multiplica

Elaboración: L Estrella

En un escenario pesimista la inflación al final del 2008 podría llegar al 3.9% modificando la tendencia decreciente de los últimos años y en un escenario probable cerraría con el 3.0% manteniéndose dentro del rango de la inflación del 2007. En la revista Gestión # 162 María de la Paz Vela menciona que “en 2008 habrá un alza moderada de la inflación”. Además determina que los factores que influyen estas tendencias son el aumento de aranceles para 826 productos, el encarecimiento de los alimentos, el incremento del gasto público y el mayor ingreso disponible. Por otro lado, menciona también que la disminución de aranceles para 1.957 productos contribuirá a bajar los precios de los insumos de producción.

Estas predicciones a diciembre del 2007 no se cumplieron, pues la inflación a julio del 2008 alcanzó el 9,87% (acumulada enero – julio 2008 = 7,72%) superando todo pronóstico y llegando a los niveles inflacionarios del 2002.

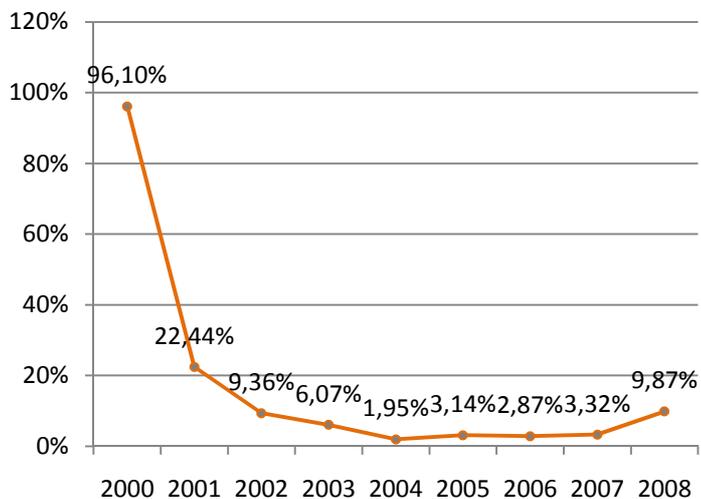


GRÁFICO 2.1.1 INFLACIÓN ANUAL 2000 - 2008

Fuente: Banco Central de Ecuador (* La inflación del 2008 es hasta julio)

Elaboración: L Estrella

2.2 PRODUCTO INTERNO BRUTO

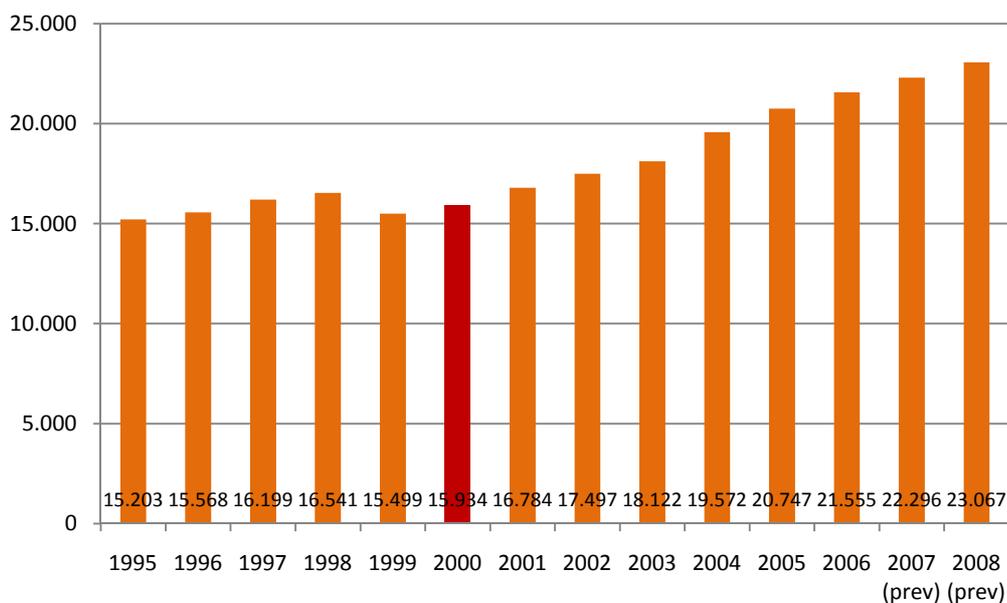


GRÁFICO 2.2.1 PIB REAL (millones de dólares del 2000)

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Mensual, Cuadro # 4.3.3



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

Información actualizada a julio 2008

* El PIB del 2007 y 2008 son previsionales

Elaboración: L Estrella

El producto interno bruto (PIB) es la suma de los bienes y servicios que genera un país en un período determinado. Aquí se analiza este factor porque el crecimiento económico de un país se refleja en la tasa de crecimiento del PIB.

El gráfico 1.2.1 muestra la evolución del PIB real en millones de dólares del 2000. Aquí se evidencia un marcado descenso en 1999, producto de la crisis bancaria de ese año. De hecho, la tasa de crecimiento de ese período fue de -6.3% . A partir de aquel momento, el crecimiento en dólares ha sido constante. Sin embargo, la tasa de crecimiento real del PIB ha fluctuado en ambas direcciones. Alcanzó su punto más alto en el 2004 por el incremento de los precios del petróleo en el mercado internacional.

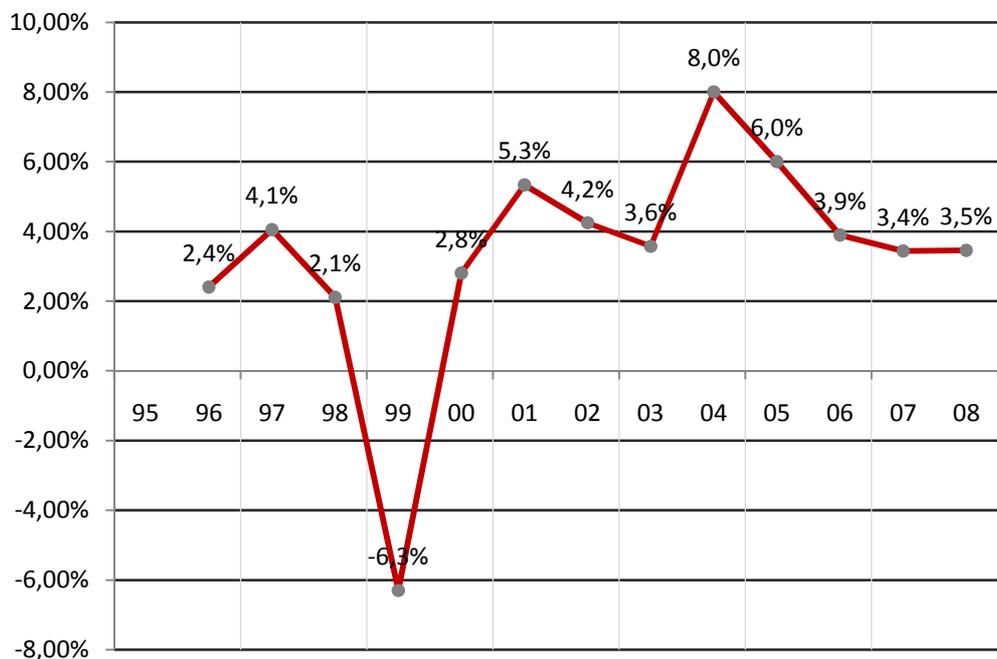


GRÁFICO 2.2.2 TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL (%)

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Mensual, Cuadro # 4.3.3

Información actualizada julio 2008

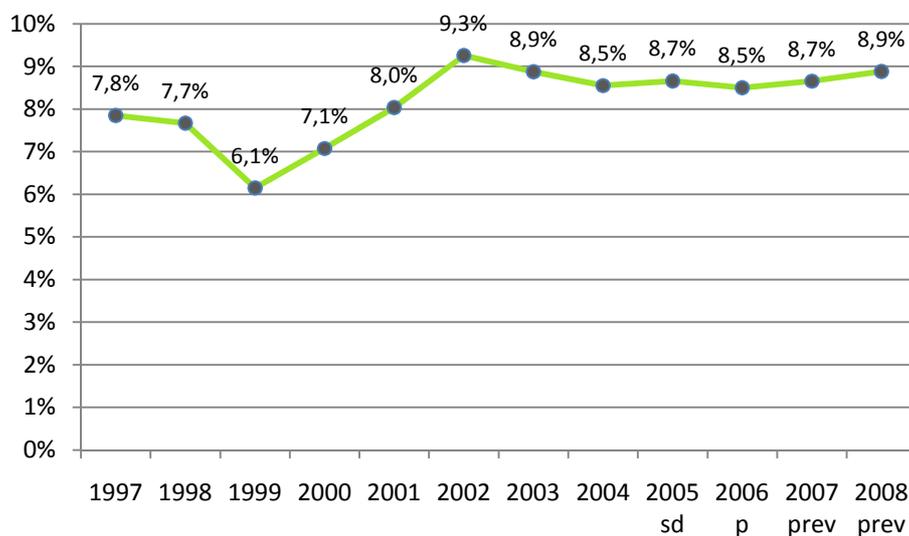


Elaboración: L Estrella

La disminución de la tasa de crecimiento en el 2007, se debe principalmente a la incertidumbre generada por el anuncio del presidente Correa de cambiar el modelo económico por uno “solidario”. Este proceso de cambio ha producido la disminución de la producción real en el sector no petrolero; coadyuvado con la reducción de la producción de petróleo de Petroecuador. Sin embargo, los salarios más elevados, el mayor gasto público y las transferencias de los migrantes han motivado el crecimiento del consumo privado fortaleciendo la formación bruta de capital en el 2007.

Las condiciones anteriormente descritas afectan la proyección del crecimiento del PIB real para el 2008, ubicándolo en el 3.5%. Es más, de acuerdo a María Paz Vela⁴, la inversión pública será un factor fundamental para el crecimiento del 2008. El inconveniente radica en que ésta no reemplazará la capacidad de producción del sector privado que está detenida.

2.2.1 EL PIB EN RELACIÓN CON EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN



3 Fuente: Revista Gestión # 162, Diciembre 2007, En 2008: frenazo al crecimiento y a la inversión

4 Fuente: Revista Gestión # 162, Diciembre 2007, En 2008: frenazo al crecimiento y a la inversión



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

GRÁFICO 2.2.3 CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN AL PIB
(calculada en base a millones de dólares del 2000)

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Mensual, Cuadro # 4.3.2

Información actualizada a julio 2008

Elaboración: L Estrella

Como se mencionó anteriormente, la construcción es extremadamente sensible a los cambios económicos del país por tener una alta integración con otros sectores. De acuerdo al Presidente de la Cámara de Construcción de Guayaquil, Ing. José Centeno Abad, “la construcción mueve aproximadamente 25% de la economía del país” y constituye el sexto rubro dentro del PIB. Como se observa en el gráfico 2.2.3 la contribución porcentual de este sector al PIB se vio fuertemente afectada en la crisis financiera de 1999. A partir de entonces hay un período de recuperación y desde el año 2002 su participación porcentual en el PIB ha sido constante.

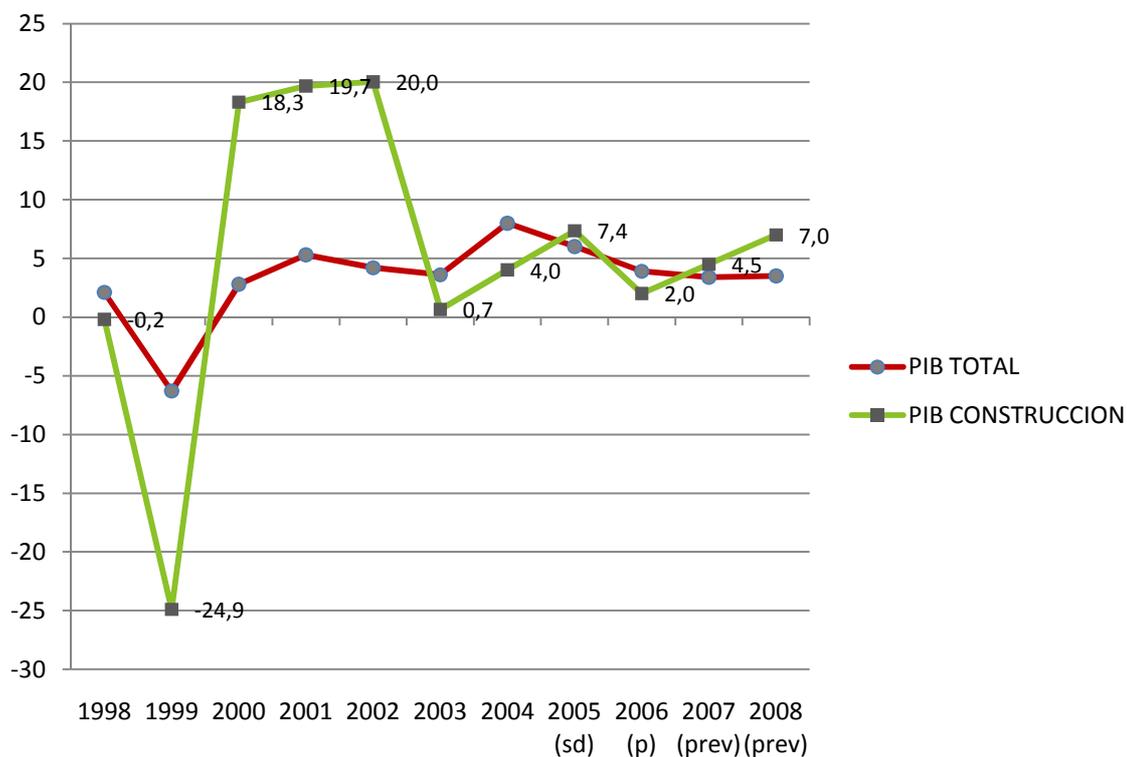


GRÁFICO 2.2.4 TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB REAL VS. PIB CONSTRUCCIÓN

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín Mensual, Cuadro # 4.3.3

Información actualizada a julio 2008



Elaboración: L Estrella

El artículo *Vivienda Nueva: ¿dónde, cuándo y cómo?* (Revista Gestión 152) menciona que en el período 2000 - 2006 “las actividades de construcción han crecido más del doble que la economía en su conjunto”. Hecho que se evidencia en el gráfico 2.2.4. El repunte del PIB de la construcción del período 2000 - 2002 se debe a la desconfianza en el sistema financiero y la consecuente preferencia de invertir en un bien raíz.

En resumen, la proyección de la contribución porcentual al PIB del sector de la construcción para el 2008 tiene tendencia creciente a pesar de que las previsiones de crecimiento económico para el país en el presente año no son alentadoras. Cabe recalcar que el sector de la construcción incluye obra pública (que ha sido impulsada en el gobierno del presidente Rafael Correa a partir del 2007), por esta razón es necesario precisar en el mercado inmobiliario.

2.3 SECTOR FINANCIERO

La importancia del sector financiero para la economía nacional radica en que el crédito es el instrumento que permite “calzar la oferta y la demanda⁵” del sector inmobiliario, principalmente en niveles de ingresos medios, medios bajos y bajos.

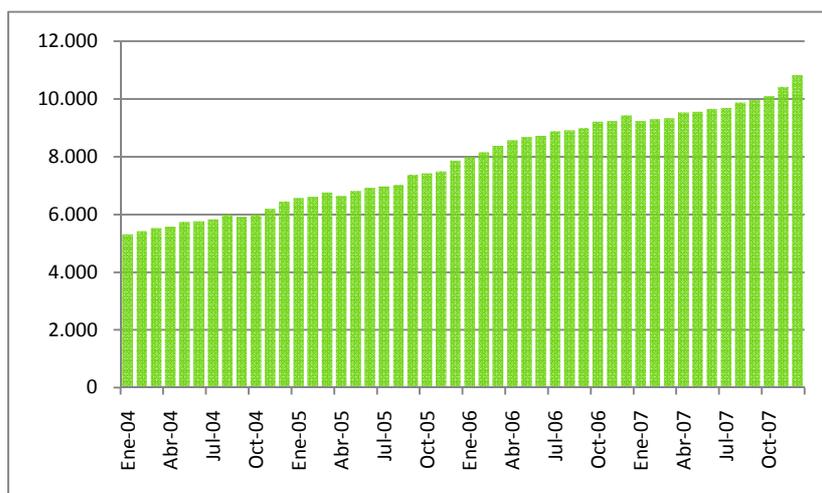


GRÁFICO 2.3.1 TOTAL DE CAPTACIONES DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS

⁵ Fabián Cuesta, Gerente General de Gridcon



(millones de dólares)

Fuente: Superintendencia de Bancos, Indicadores Macro Financieros

Elaboración: L Estrella

Como lo vemos en el gráfico 2.3.1, la banca nacional ha experimentado una baja de los depósitos a partir de enero del 2007. La causa es la modificación en la regulación del sector financiero anunciada como oferta de campaña por el presidente Correa con el objetivo de incrementar la participación de la banca pública en la economía del país, y ampliar la regulación del Estado en este sector. Esta oferta de campaña del presidente Correa ha sido ya instrumentalizada a través de la Asamblea Constituyente.

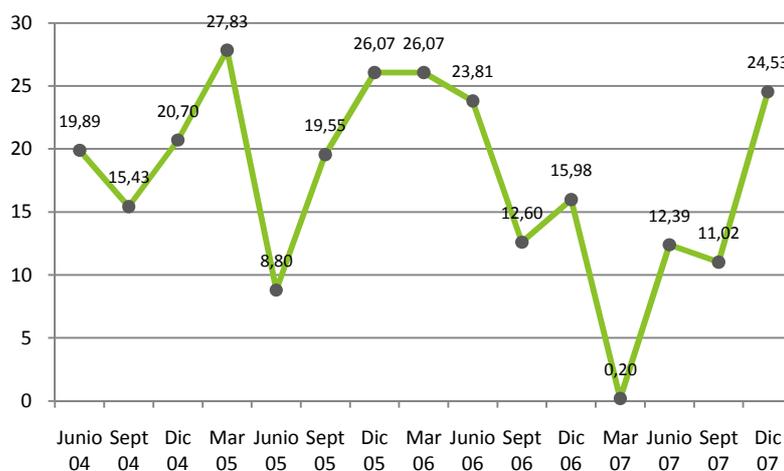


GRÁFICO 2.3.2 CRECIMIENTO DE DEPÓSITOS EN BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS (TASA ANUAL)

Fuente: Superintendencia de Bancos, Indicadores Macro Financieros

Elaboración: L Estrella

Efectivamente, la tasa de crecimiento anual del primer trimestre del 2007 es la más baja a partir del segundo trimestre del 2004. El último trimestre del 2007 presenta una fuerte recuperación, sin embargo, esta desaceleración pone en riesgo la disponibilidad de recursos para créditos.

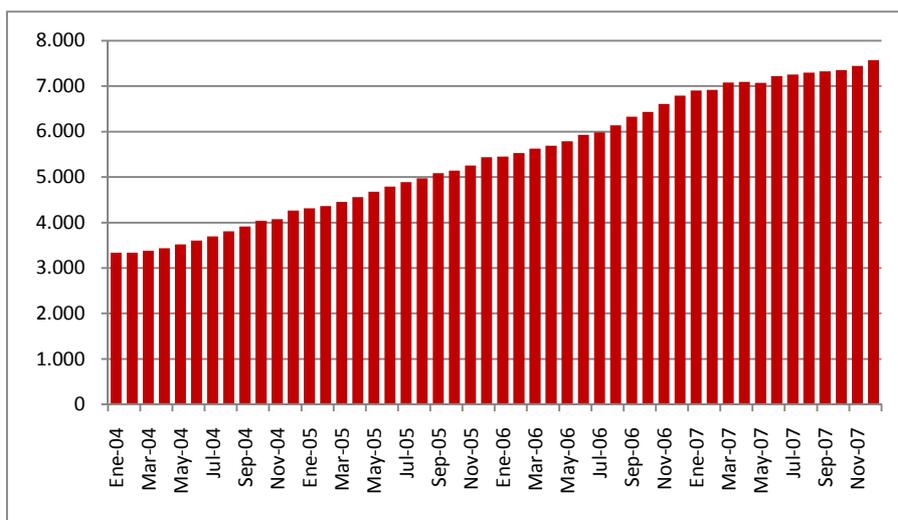


GRÁFICO 2.3.3 TOTAL DE CRÉDITOS DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS (millones de dólares)

Fuente: Superintendencia de Bancos, Indicadores Macro Financieros

Elaboración: L Estrella

De igual forma los créditos iniciaron con una tendencia decreciente el 2007. En la Revista Gestión # 161, Vanesa Brito define tres directrices como las causantes de este comportamiento: la postergación de las decisiones de consumo e inversión (disminución de la compra de vehículos, viviendas y expansión de negocios), la desaceleración de la demanda crediticia por el incremento de las tasas de interés en todos los segmentos y la política restrictiva de las instituciones financieras.

La proyección a largo plazo es incierta porque los recursos inyectados por la banca son insuficientes para sostener el normal desempeño de la economía. Esta tendencia es demostrada en el gráfico 2.3.3 donde se percibe una caída en picada del crecimiento del crédito en los dos primeros trimestres del 2007. Los dos últimos trimestres se mantienen estables, pero con la tasa de crecimiento más baja a partir del segundo trimestre del 2004.

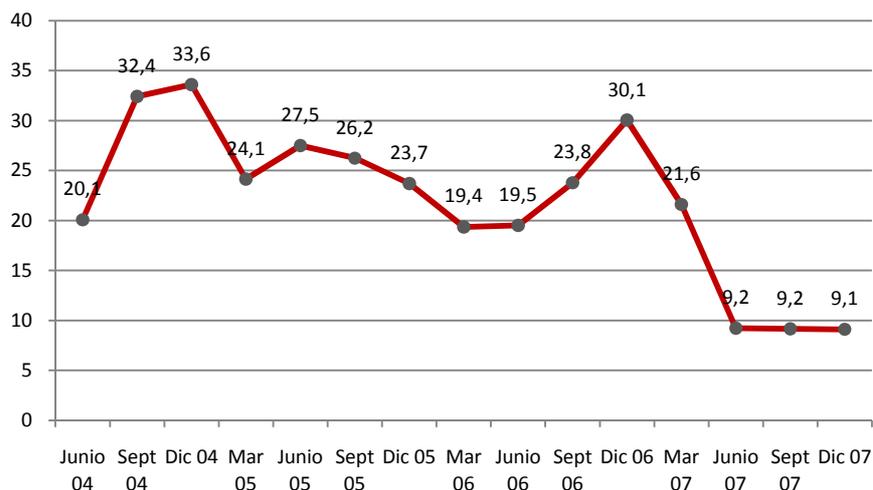


GRÁFICO 2.3.4 CRECIMIENTO DEL CRÉDITO DE BANCOS OPERATIVOS PRIVADOS (TASA ANUAL)

Fuente: Superintendencia de Bancos, Indicadores Macro Financieros

Elaboración: L Estrella

Con estos antecedentes, Edgar Peñaherrera⁶ indica que la baja en los depósitos ocasiona falta de fondeo a largo plazo, hecho que puede frenar el monto de crédito destinado a vivienda en los próximos meses. Sin embargo, la banca busca sostener los créditos de vivienda porque tienen baja morosidad y garantías reales, disminuyendo el crédito de consumo y comercial porque se lo considera muy riesgoso en el escenario actual.

La tendencia de las tasas de interés activas a partir de enero del 2004 en todas las líneas de negocio ha tenido una tendencia decreciente. Es a partir del tercer semestre del 2007 que se evidencia un drástico incremento. Este factor reduce la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales del sector inmobiliario porque el incremento en la tasa hace que un mismo cliente acceda a un inmueble de menor valor con la misma cuota que antes le permitía comprar un bien raíz de mayor precio.

⁶ Director ejecutivo de la Asociación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito

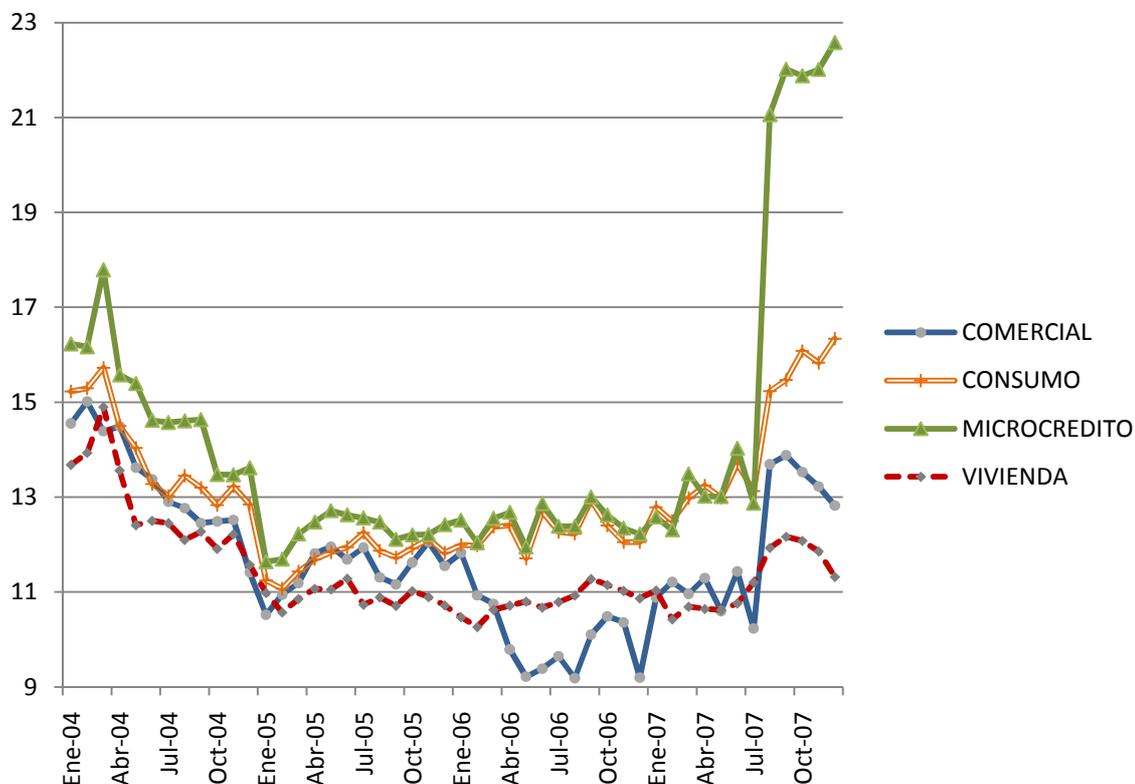


GRÁFICO 2.3.5 TASAS ACTIVAS NOMINALES PROMEDIO PONDERADAS POR LÍNEA DE NEGOCIO (PERÍODO = MÁS DE 361 DÍAS)

Fuente: Superintendencia de Bancos, Series Consolidadas Comparativas: Tasas Activas Nominales Promedio Ponderadas

Elaboración: L Estrella

La política del gobierno actual en lo referente al sector financiero es fortalecer la banca pública para que establezca los lineamientos del sector. Si bien es cierto actualmente la banca privada es la que copa la mayor parte del mercado, la banca pública ha desarrollado servicios específicos que tienen el objetivo de inyectar capital al sector productivo.

Este es el caso de la Corporación Financiera Nacional que tiene un programa de créditos para el sector de la construcción. Puede ser solicitado tanto para capital de trabajo como para compra de activos fijos, cubre montos desde 25.000 hasta 14'000.000 de dólares, con tasas que van desde el 8.5% al 9.99% anual.



Este tipo de crédito constituye un aliciente dentro del sector inmobiliario porque propone tasas más bajas que las del mercado, no cobra comisiones y existe la posibilidad de fijar períodos de gracia de acuerdo al proyecto.

2.4 REMESAS DE EMIGRANTES

Las remesas que envían los emigrantes ecuatorianos en el exterior constituyen una importante fuente de divisas que dinamiza la economía del país. El porcentaje de estas remesas en relación al PIB mantuvo un crecimiento constante en el período 1996 - 2000. A partir del 2001 este ritmo bajó, incrementando su participación porcentual del PIB a partir del 2004.

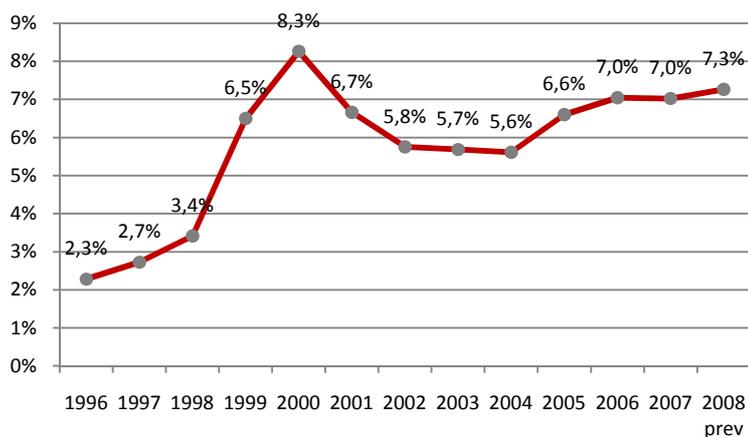


GRÁFICO 2.4.1 REMESAS DE EMIGRANTES EN RELACIÓN AL PIB (%)

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín mensual, Cuadro 3.2.1

Información actualizada a julio 2008

Elaboración: L Estrella

Cabe mencionar que Diego del Castillo, Presidente de la Cámara de la Construcción, considera que se invierte en vivienda hasta el 40% del total de las remesas. Convirtiéndose así en un dinamizador del sector inmobiliario.

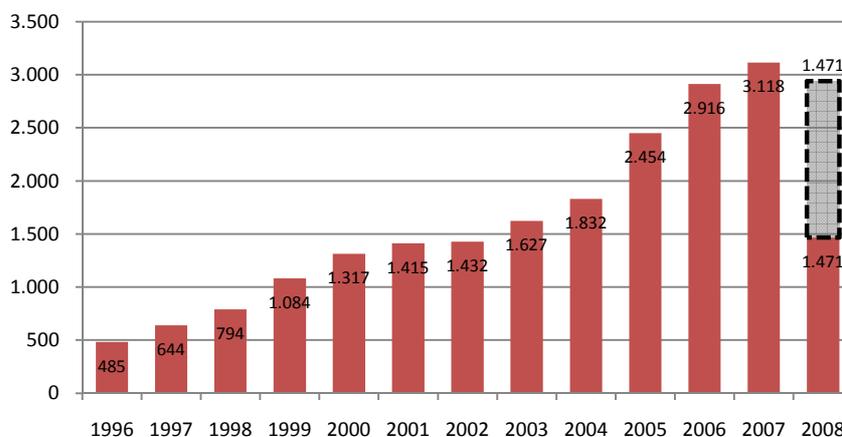


GRÁFICO 2.4.2 REMESAS DE EMIGRANTES (en millones de dólares)

Fuente: Banco Central del Ecuador, Boletín mensual, Cuadro 3.2.1

Información actualizada a julio 2008, el valor del segundo semestre 2008 es provisional

Elaboración: L Estrella

Sin embargo, hay que considerar la condición económica de los países donde se generan las remesas. Por ejemplo la crisis hipotecaria de Estados Unidos está afectando la economía a nivel global. Esto provoca una disminución de las oportunidades laborales en los países del primer mundo desde donde nuestros emigrantes envían las remesas. Esto se demuestra en el gráfico 2.4.2 donde a partir del valor de las remesas recibidas hasta el primer semestre del 2008 se estima que al finalizar el año alcanzarán los 2.942 millones de dólares lo que significa un decrecimiento del 5.6% con respecto al 2007.

2.5 CONCLUSIONES

La economía a nivel mundial está en un proceso de desaceleración. Dentro de este marco, el Ecuador no es la excepción. El país tiene una inflación al alza, un PIB con tendencia a mantenerse igual o decrecer, un sector financiero con menor dinamismo y la tendencia decreciente de las remesas por dificultades en los países de origen.

A pesar de este panorama negativo, el gobierno está destinando recursos para el sector inmobiliario principalmente con el bono de la vivienda dirigido a los estratos de menores recursos, con los créditos hipotecarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y con el crédito para el sector de la construcción otorgado por la Corporación Financiera Nacional (que



constituye una ventaja para el promotor inmobiliario pues tiene bajo costo financiero). Todas estas políticas se enmarcan en el modelo de construcción de un país “solidario”, que busca ser más equitativo.

Como el proyecto de esta tesis está dirigido al nivel económico medio que se caracteriza por tener dificultades financieras para acceder a la vivienda y considerando la contracción de la economía del país es necesario proceder con cautela. No son tiempos de bonanza, por esta razón las oportunidades son pocas. Se recomienda desarrollar un plan de negocios que haga especial énfasis en cómo introducir eficazmente el producto en el mercado, de manera que se garantice el flujo del proyecto.

Por otra parte, hay que esperar la promulgación de la nueva constitución por la actual Asamblea Constituyente, prevista para el 2008, pues ese será el nuevo marco jurídico en el que deberemos todos actuar.

3. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado tiene como objetivo hacer un análisis de la vocación de un terreno ubicado en Cumbayá, en la Urbanización La Primavera, calle 7, Lote 277, que tiene un área de 566m².

La información primaria de la oferta se recolectó a través de entrevistas, visitas y conversaciones con los promotores inmobiliarios de la zona entre marzo y julio del 2008. Posteriormente, la información fue organizada de acuerdo a las zonas en las que se ubicaba y a las siguientes variables: tamaño del proyecto, tipología, concepción, arquitectónica, área, precio, servicios y financiamiento. Para la elaboración del análisis de la demanda, la información utilizada fue de fuentes secundarias, basada principalmente en el “Análisis de la demanda de Quito, 2007”.

A partir de este análisis describiremos el perfil del potencial comprador del proyecto “Paisaje Ilaló”. Además, de un informe detallado sobre las propuestas de la competencia en los temas abordados en el análisis de la oferta.



3.1 ANTECEDENTES

3.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

La población de Quito continúa migrando al valle de Cumbayá y Tumbaco por tener un clima más benigno y por la posibilidad de adquirir una vivienda unifamiliar en una zona con gran desarrollo y plusvalía.

El crecimiento de las ciudades transforma el uso de suelo agrícola de las zonas rurales en espacios de desarrollo urbanístico. Es así como las primeras urbanizaciones del valle son haciendas que se fueron lotizando y vendiendo para la construcción de viviendas unifamiliares. Este proceso se inicia con la apertura de caminos y vías de acceso, siendo los lugares próximos a éstos los primeros en ser dotados de infraestructura urbana y por lo tanto de mayor desarrollo.

El valle de Cumbayá y Tumbaco es un lugar muy atractivo para vivir por la dotación de equipamiento urbano existente. En años recientes se ha consolidado un centro comercial y financiero en Cumbayá, mientras que Tumbaco se incorpora rápidamente en esta red tecnológica y de consumo.

Una tendencia en los últimos 10 años en este valle es el cambio de vivienda unifamiliar por proyectos inmobiliarios de departamentos. El presente análisis de la oferta se centra en proyectos inmobiliarios de departamentos y determina las similitudes y diferencias que existen entre las zonas y define la vocación del terreno donde se ubicará el proyecto inmobiliario analizado en esta tesis.



Al interior del valle existe una zonificación en cuanto a precio de los terrenos y proyectos inmobiliarios ofertados. Los elementos que influyen en esta zonificación son: la división natural por quebradas, la cercanía a Quito o a centros comerciales, la consolidación de zonas exclusivas, el equipamiento urbano, el acceso a vías rápidas.

3.1.2. ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

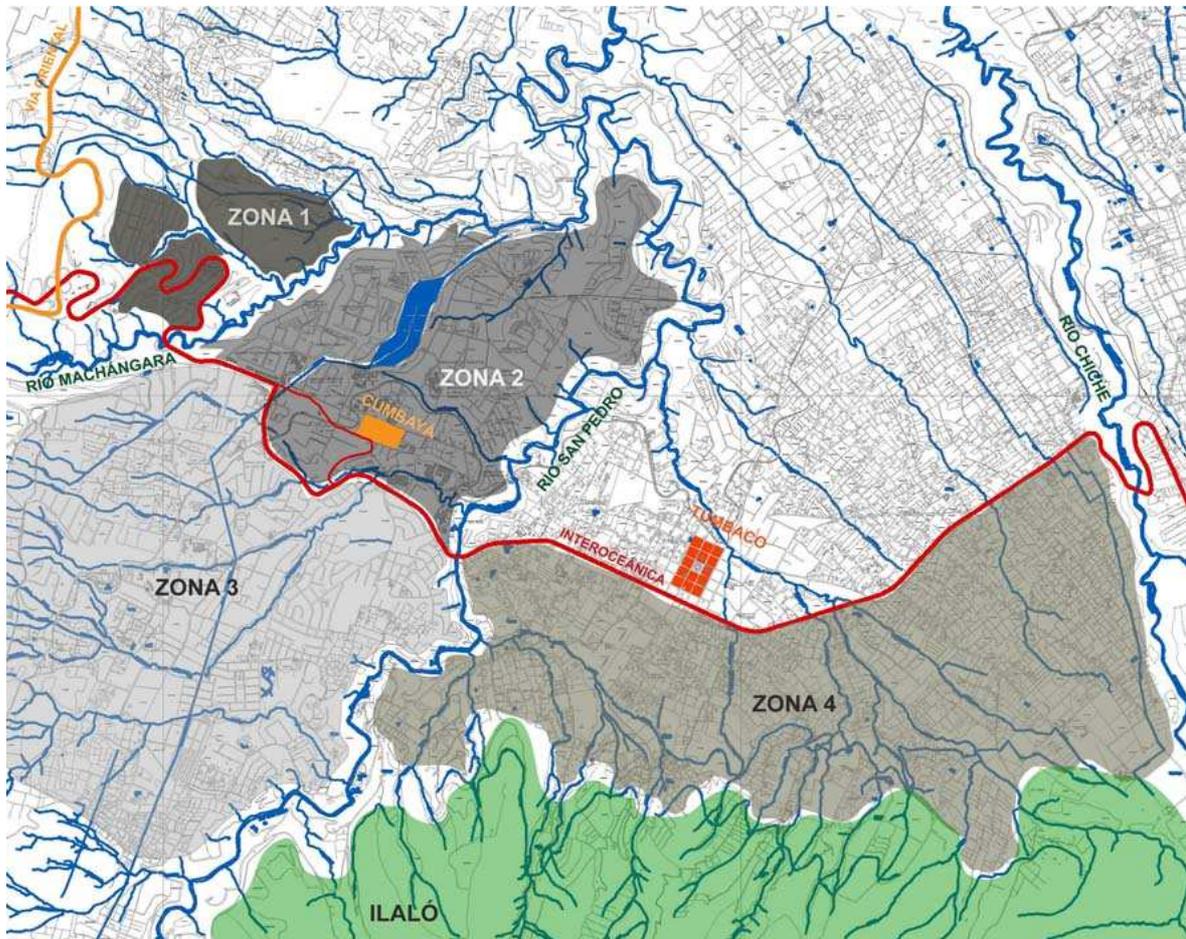


GRÁFICO 3.1.1. ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

Fuente: Plano de Catastro del Municipio del DMQ

Elaboración: L Estrella

Los últimos 25 años hemos sido testigos de cómo se desparrama la ciudad de Quito hacia el valle de Cumbayá y Tumbaco. Este valle se caracteriza por una topografía irregular pues está atravesado por ríos importantes como el Machangara, San Pedro y Chiche. Además existe una serie de sistemas hídricos menores que lo segmentan con quebradas de diferente magnitud. El eje



vial que conecta estas zonas es la Vía Interoceánica. Estos dos elementos (los ríos y la vía de acceso) son los que han dividido físicamente en 4 zonas a este valle.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

	SECTORES	CARACTERÍSTICAS	USO DEL SUELO	EQUIPAMIENTO
ZONA 1	Miravalle	Ubicado en una zona estratégica por estar equidistante de dos centros de desarrollo: el norte Quito y la parroquia de Cumbayá (zona 2)	Residencial de baja densidad (R1) con alto nivel de consolidación	Educación
	San Isidro			Rancho San Francisco
	Rancho San Francisco			Gasolinera Comercio menor
ZONA 2	Parroquia Cumbayá	Es el centro de desarrollo del Valle pues cuenta con equipamiento, comercio y servicios que dinamizan la zona. Esta tendencia fue iniciada con la adquisición del complejo del BED para la instalación de la USFQ que atrae un alto flujo de personas. Además se caracteriza por tener varias urbanizaciones consolidadas.	Residencial Múltiple (RM) e Industrial 2 (I2) junto a la Vía Interoceánica nivel de consolidación alto	USFQ
	La Comarca			Colegio Menor
	Jardines de Este			Bancos
	Jacarandá			Centros Comerciales
	Urb. del Valle 1 y 2			Hospital de los Valles
	Meneses Pallares			Gasolinera
	Portal de Cumbayá			Residencial de baja densidad
	Balcones de Cumbayá			(R1) con nivel de consolidación medio
ZONA 3	Urb. La Católica	Por su ubicación no tiene la dinámica de la zona 2. Esta zona se caracteriza por tener principalmente vivienda en urbanizaciones y equipamiento educativo.	Residencial Múltiple (RM), Residencial 2 e Industrial 2 (I2) junto a la Vía Interoceánica nivel de consolidación medio	Colegio Spellman
	La Praga			Colegio Alemán
	Auqui Chico			Colegio Terranova
	Urb. Inecel			Universidad Internacional
	Valle Hermoso			
	Lomas de Cumbayá			
	La Primavera			El resto de la zona
	La Cañada			Residencial de baja densidad
	Parque de Andalucía			(R1) con nivel de consolidación bajo
	El Limonar			
	Lumbisí			
	Yanazarapata			
San Juan Alto y Bajo				
ZONA 4	Urb. Rumihuasi	Esta zona está menos desarrollada que la que se encuentra junto al pueblo de Tumbaco. Todavía mantiene su carácter rural (hay más barrios que urbanizaciones) y tiene un bajo nivel de consolidación	Residencial Múltiple (RM), Residencial 2 junto a la Vía Interoceánica nivel de consolidación medio	Educación
	Barrio Tolagasi			Centros Comerciales
	Barrio Pancho Salas			
	Rumihuaico			
	Urb. La Morita			El resto de la zona
	Barrio Tola Chica			Residencial de baja densidad
	Barrio Tola Grande			(R1) con nivel de consolidación bajo
	Collaquí			
El Arenal				

CUADRO 3.1.1 ZONAS DEL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

Fuente: Municipio del DMQ, L Estrella

Elaboración: L Estrella

3.1.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO Y SU COMPETENCIA

En el siguiente gráfico se puede observar las zonas que conforman el valle de Cumbayá y Tumbaco, los proyectos de departamentos y su ubicación.

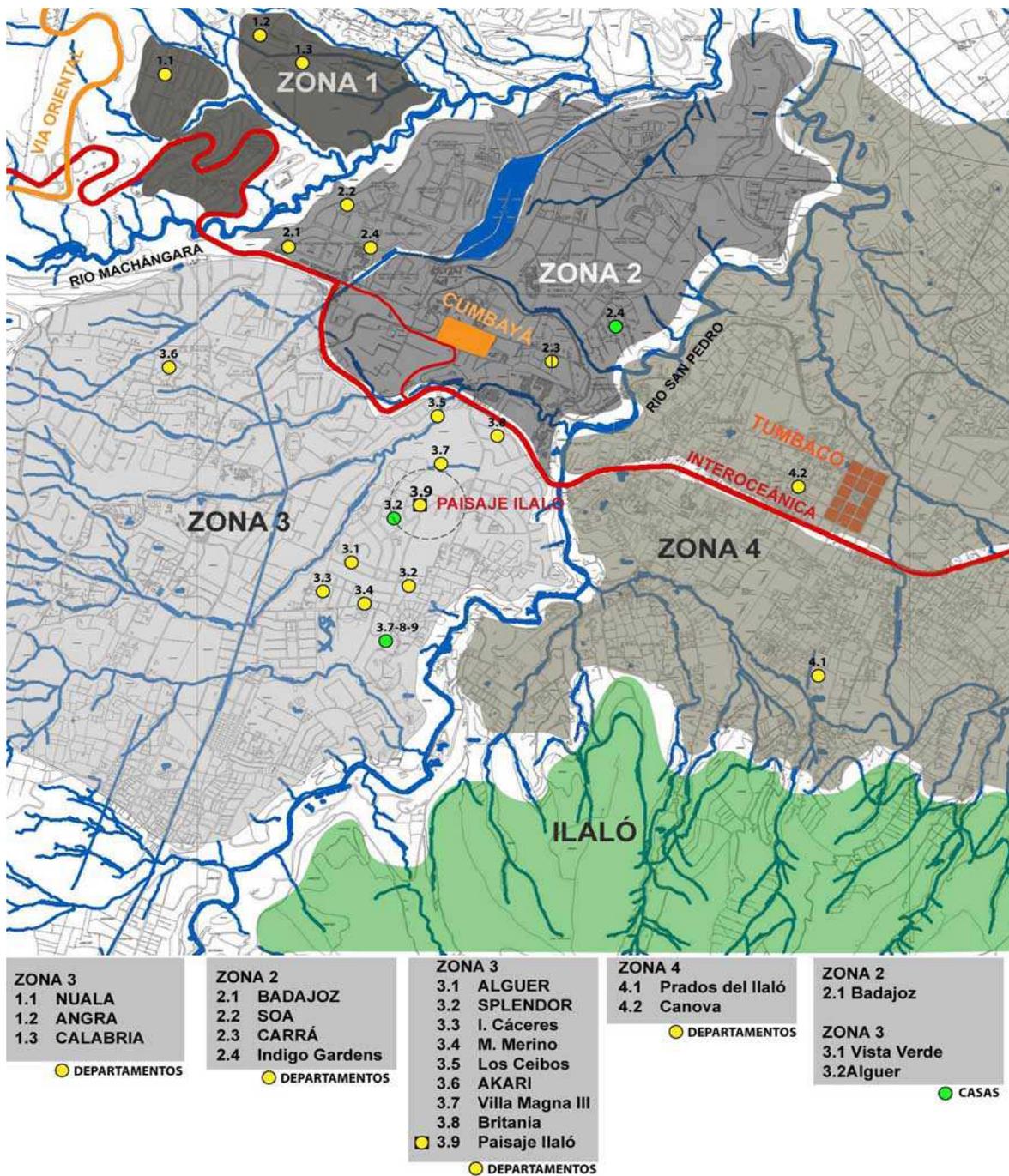




GRÁFICO 3.1.2 UBICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Fuente: Plano de Catastro del Municipio del DMQ

Elaboración: L Estrella

3.1.4 CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO DEL PROYECTO

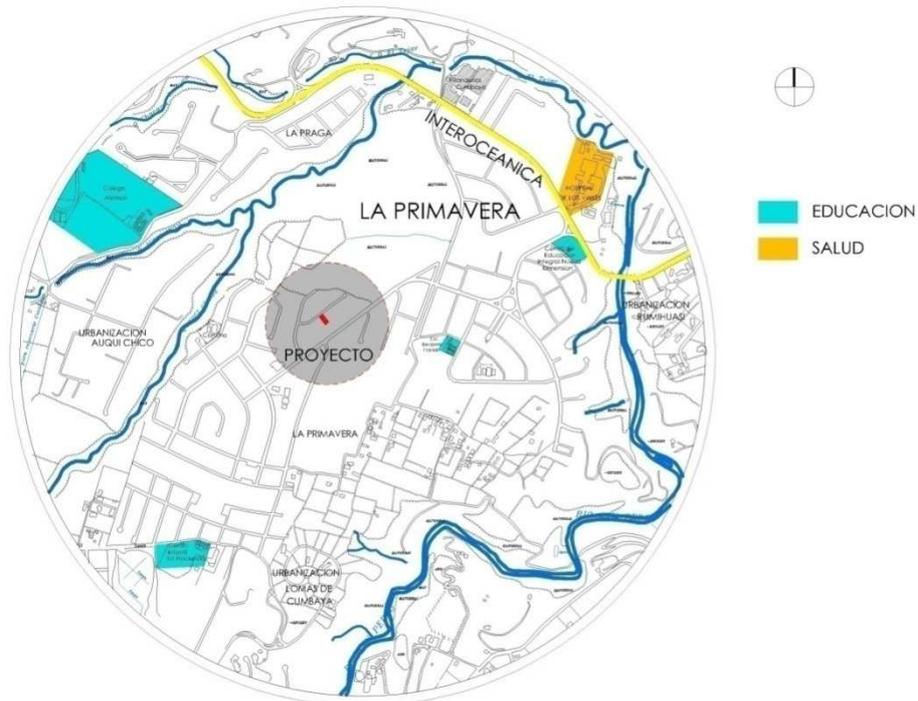


GRÁFICO 3.1.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO Y EQUIPAMIENTO

Fuente: Plano de Catastro del Municipio del DMQ

Elaboración: L Estrella

El terreno donde se va a desarrollar el proyecto inmobiliario está ubicado en la Urbanización La Primavera 2 que se encuentra en la zona 3 del valle de Cumbayá y Tumbaco. Ésta es una urbanización abierta, consolidada con vivienda unifamiliar hace aproximadamente 20 años y pertenece al nivel económico medio. Por esta razón, actualmente no está en crecimiento pues prácticamente no hay lotes disponibles. Sin embargo las zonas aledañas como la urbanización de

INECEL y los alrededores de la urbanización Lomas de Cumbayá son nuevas áreas de expansión donde se están realizando varios proyectos inmobiliarios.



FOTOGRAFÍA 3.1.1 URBANIZACION LA PRIMAVERA: ÁREAS VERDES

Fuente: L Estrella

En lo referente a equipamiento cercano, la urbanización tiene amplias áreas verdes, está cercana a centros educativos y servicios de salud como la Clínica La Primavera y el Hospital de los Valles. Además existe comercio menor cercano como tiendas de abarrotes y negocios varios.



FOTOGRAFÍA 3.1.2 URBANIZACION LA PRIMAVERA: VIVIENDA UNIFAMILIAR

Fuente: L Estrella



FOTOGRAFÍA 3.1.3 EL TERRENO DEL PROYECTO PAISAJE ILALÓ

Fuente: L Estrella

Como se observa en la fotografía precedente el terreno tiene pendiente negativa desde la calle, lo que le permite tener vista hacia el monte Ilaló. El Informe de Regulación Metropolitana determina:

TERRENO

Urbanización La Primavera, Calle 7, Lote 277

Área: 553 m²

Frente: 16 m

**LÍNEA DE FÁBRICA**

Zonificación: A8 (A603-35)

Lote Mínimo: 600 m²

Frente Mínimo: 15 m

COS TOTAL: 105 %

COS PB: 35 %

Forma de Ocupación del Suelo: (A) Aislada

Clasificación del Suelo: (SU) Suelo Urbano

Etapas de incorporación: Etapa 1 (2006 hasta 2010)

Uso Principal: (R1) Residencial Baja Densidad



3.1 OFERTA DE DEPARTAMENTOS EN CUMBAYÁ Y TUMBACO

Para esta parte del análisis se recolectó información de los conjuntos de departamentos ubicados en la zona, excluyendo los conjuntos de casas porque el terreno que disponemos es muy pequeño para la construcción de un conjunto de casas. Para este análisis se han cruzado varias variantes que se describen a continuación:

Tamaño del Proyecto

Se refiere al número de unidades habitacionales que tiene cada proyecto.

Tipología del Proyecto

Se refiere a la concepción arquitectónica del espacio. Los proyectos pueden plantear departamentos tipo “*townhouse*”, “*loft*” o dúplex.

Composición por programa arquitectónico

Se refiere al programa arquitectónico propuesto para cada conjunto de departamentos.

Área de Construcción

Es el tamaño de los departamentos en metros cuadrados.

Precio

Se refiere al precio por metro cuadrado y precio total del inmueble.

Servicios

Se refiere a los servicios que ofrece cada conjunto de departamentos.

Financiamiento

La forma de pago que los promotores inmobiliarios usan para la compra-venta de los inmuebles.

Este análisis está dirigido a caracterizar principalmente la zona 3 y, más específicamente, la urbanización La Primavera ya que es el sector en dónde se ubica el terreno (calle 7 lote 277) para el presente proyecto.



3.2.1 TAMAÑO DE LOS PROYECTOS

En el siguiente cuadro se puede ver el promedio de unidades habitacionales de cada zona. Esto nos permitirá ver el tamaño de los proyectos de departamentos que se construyen en las diferentes zonas del valle de Cumbayá y Tumbaco.

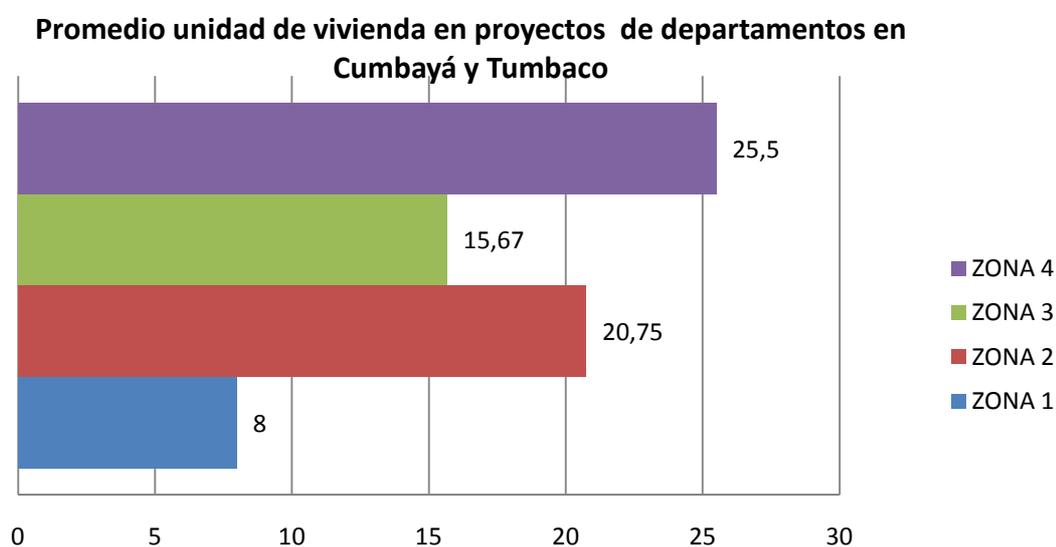


GRÁFICO 3.2.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

La oferta de proyectos inmobiliarios de departamentos se concentra en las zonas que están más próximas a las vías de acceso. Los sectores aledaños a los pueblos de Cumbayá y Tumbaco (zonas 2 y 4) tienen mayor cantidad de unidades habitacionales en sus proyectos (Cumbayá, promedio 20 unidades y Tumbaco, promedio 25 unidades).

Así encontramos en Cumbayá proyectos como Carrá con 36 unidades de vivienda, y en Tumbaco proyectos como Prados del Ilaló con 29 unidades habitacionales entre casas y departamentos.

El proyecto más grande está en la zona 3, construido por Álvarez Bravo, “Los Ceibos” es un proyecto que tiene 72 unidades habitacionales, entre departamentos, suites y casas con piscina, canchas y amplias áreas verdes.



IMAGEN 3.2.1 COMPETENCIA 3.5 LOS CEIBOS

Fuente: Publicidad ALVAREZ BRAVO

Por otro lado, los proyectos más pequeños se encuentran en la zona 3, más específicamente en el sector de la Urbanización La Primavera y sus alrededores. Dónde los proyectos “Splendor” y “M. Merino” que tienen 3 departamentos cada uno, son proyectos construidos por ingenieros y arquitectos particulares. Lo que muestra la diversidad de proyectos que podemos encontrar en la zona 3.

SPLENDOR

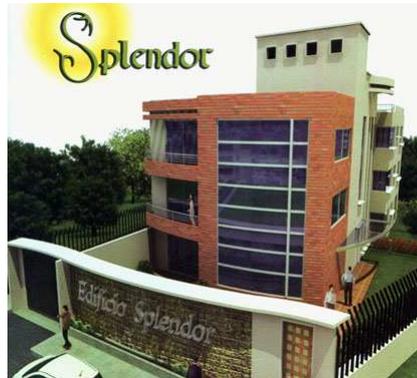


IMAGEN 3.2.2 COMPETENCIA 3.4 SPLENDOR

Fuente: Publicidad IVSEMON

Se trata de un edificio de 3 pisos con ascensor directo para cada departamento. Son 3 departamentos de 233m² de construcción (1 departamento por piso) estacionamientos y bodegas en el subsuelo.

En la zona 1 se construyen los proyectos como Calabria de 7 unidades habitacionales y Angra de 11.

La zona 1 y la urbanización La Primavera han tenido un crecimiento casi simultáneo en el tiempo. Hace aproximadamente 15 años ambas se consolidaron como zonas residenciales de vivienda unifamiliar, por lo que quedan pocos lotes disponibles, ya que son zonas que se encuentran próximas a las vías de acceso. Sin embargo, la diferencia más importante es que la zona 1 se consolidó con urbanizaciones cerradas, mientras que la urbanización La Primavera es una urbanización abierta.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

3.2.2 TIPOLOGIA

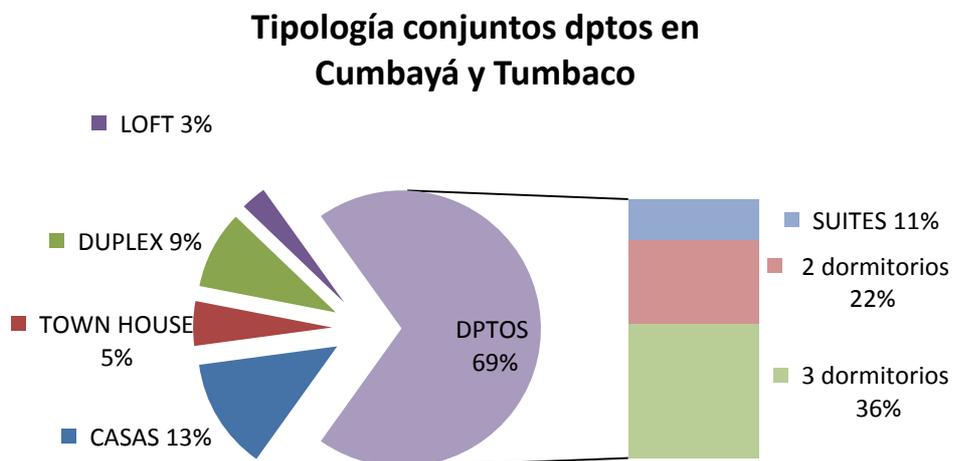


GRÁFICO 3.2.2 TIPOLOGIA CONJUNTOS DEPARTAMENTOS EN CUMBAYÁ Y TUMBACO

Fuente: L Estrella



IMAGEN 3.2.3 COMPETENCIA 2.3 CARRÁ

Fuente: Publicidad Grupo Cuesta

Al analizar la tipología de los departamentos se busca identificar cuáles son las nuevas tendencias en la oferta existente en cuanto al diseño arquitectónico. En el siguiente cuadro una descripción de cuáles son y en qué porcentaje se presentan en el valle.

La oferta se centra en departamentos (69%). Las nuevas propuestas arquitectónicas son los “lofts” y “townhouses” que se construyen exclusivamente en la zona 2 en el proyecto CARRA.

Los departamentos tipo loft buscan continuidad espacial visual. Por esta razón son concebidos como grandes espacios con el mínimo de divisiones pues el objetivo es conectar las zonas visualmente. Esta concepción espacial permite que el programa arquitectónico sea más flexible proyectando los espacios de estar-comer-cocinar-descansar-trabajar como espacios abiertos y regulando el nivel de privacidad de diversas formas. Por otro lado, el término townhouse se refiere a vivienda unifamiliar construida en hilera una junto a otra. Ambas propuestas son una alternativa a la típica concepción de casa o departamento que se van introduciendo en el mercado de la zona 2 principalmente.



COMPOSICIÓN CONJUNTOS POR ZONAS

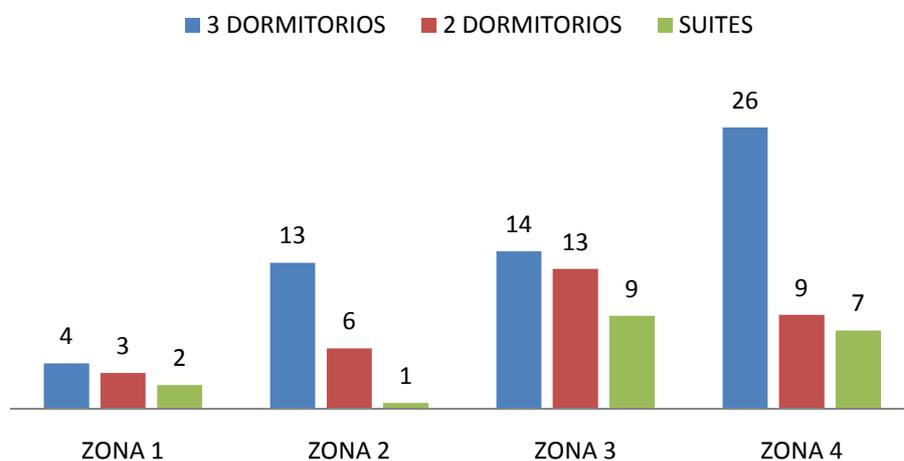


GRÁFICO 3.2.3 PORCENTAJE DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS

Fuente: L Estrella

Los dúplex se venden en las zonas 1, 2 y 3, sin embargo. Los proyectos que combinan departamentos y casas se ubican en las zonas 3 y 4, como podemos apreciar en el siguiente 3.2.3.

3.2.2.1 TIPOLOGÍA DE LA URBANIZACIÓN PRIMAVERA Y LA ZONA 1

La zona 3 es mucho más grande que la zona 1, y se puede dividir en varios sectores. El sector de la urbanización La Primavera se asemeja mucho al sector cercano a las vías de acceso de la zona 1. Haciendo un cuadro comparativo entre la zona 1 y la Urbanización “La Primavera”3 se obtiene el siguiente cuadro:



La zonas 1 y 3 presentan varias similitudes en tanto a la tipología de sus proyectos. Así se observa que hay similitud en departamentos, suites y dúplex. La diferencia se centra en la construcción de casas, pues en el sector analizado

COMPOSICIÓN ZONA 1 VS. LA PRIMAVERA

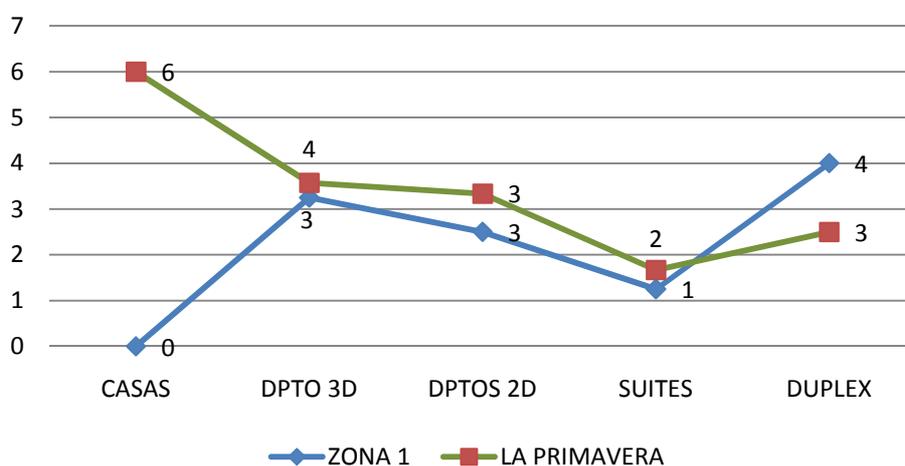


GRÁFICO 3.2.4 TIPOLOGÍA EN LA ZONA 1 Y EN LA URBANIZACIÓN “LA PRIMAVERA”

Fuente: L Estrella

de la zona 1 no se mezclan dentro de los conjuntos de departamentos. En la Urbanización La Primavera, el único proyecto que propone casas es Alguer.



En ambas zonas son escasos y pequeños los lotes vacíos para construir. Por eso, los proyectos de estas zonas son exclusivamente de departamentos y dúplex de hasta 12 unidades habitacionales.

Ambas zonas son sectores consolidadas como vivienda unifamiliar, que han sido absorbidas por el crecimiento de la ciudad, por lo que comienza a utilizarse los lotes restantes para la construcción de conjuntos de departamentos.

Estas zonas no son centros en sí mismos centros de desarrollo urbano, sino que se encuentran cerca de ellos, por lo que se consolidan como urbanizaciones y barrios residenciales.



IMAGEN 3.2.4 COMPETENCIA 1.3 CALABRIA

Fuente: Publicidad PROINMOBILIARIA



La diferencia más importante entre estas dos zonas está dada por el tipo de urbanizaciones que se consolidan. Mientras que en la zona 1 son urbanizaciones cerradas, la urbanización La Primavera es una urbanización abierta otorgándole un carácter de barrio residencial.

Los nuevos conceptos arquitectónicos son construidos en la zona 2, siendo estos lofts, townhouse, dúplex. Los dúplex también son construidos en las zonas 1 y 3.

Además existe ciertas similitudes entre las zonas 1 y 3 que nos posibilitan identificar que las características del proyecto en la Urbanización La Primavera debe parecerse al de la zona 1, sin olvidar su propio contexto de estar ubicada en la zona 3.



3.2.2 COMPOSICIÓN POR PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

En el cuadro 3.2.1 se puede apreciar una muestra de los proyectos inmobiliarios de departamentos que existen en el valle de Cumbayá y Tumbaco. Para su ordenamiento, se los dividió por zonas; además nos muestra la composición del programa arquitectónico de cada proyecto.

La mayoría de proyectos de departamentos en la zona no incorporan la idea de campo/jardín en sus productos, a pesar de que éste es un requerimiento importante del cliente potencial. En entrevistas realizadas a promotores inmobiliarios se informó que los departamentos ubicados en planta baja se venden con mayor rapidez y facilidad principalmente porque tienen jardín.

Por otro lado, la oferta de la zona 2 introduce nuevos conceptos arquitectónicos en cuanto al uso del espacio de vivienda. Así podemos encontrar en estas zonas propuestas de lofts y townhouse.

Al comparar las zonas 1 y 3 se ve que en la zona 1 hay una oferta de jardines o terrazas privadas, es decir, se venden terrazas o jardines para cada departamento. Lo recomendable sería que el proyecto arquitectónico tenga una estrategia en la que privilegie los jardines y terrazas privadas, y potencialice la posibilidad de uso de los espacios verdes que ofrece la urbanización.

CONCEPCIÓN ARQUITECTÓNICA CONJUNTOS DE DEPARTAMENTOS CUMBAYÁ Y TUMBACO				ÁREA CONSTRUCCIÓN		PROGRAMA				
ZONAS		TOTAL	disponibles 28/05	DESCRIPCIÓN	metros 2	DORMITORIOS	PARQUEADEROS	BODEGA m2	JARDÍN m2	TERRAZA m2
ZONA 1	NUALA	6	4	deptos	127,18	3	2			6,00
		3	3	deptos	92,00	2	1			9,00
		3	3	deptos	86,00	2	1			8,00
		2	2	suite	57	1	1			4,00
	MV11									
	ANGRA	11	6	deptos	200	2				
				dptos	82	2	1	6,00		12,00
				suite	59	1	1	4,50		9,00
	CALABRIA	7	7	duplex	168	3	2	SI	52,40	31,45
				deptos	132	3	2	SI		5,65
ZONA 2	BADAJOZ			deptos	120	2	1			
				deptos	150	3	2			
	SOA	10	7	deptos	145	2	2	SI	NO	49,00
				dúplex	168	3	3	SI	65,00	38,50
	CARRÁ	25		town house	126	3	2	SI	SI	SI
				loftS	126	3	2	SI		SI
	Índigo Gardens	12		dúplex	154		2	3,83	57,30	no
			dúplex	214		2	4,20	18,34	46,29	
ZONA 3	ALGUER	6	0	casas	255	3	2		20,00	
		2	0	deptos	112	3	1			NO
		4	2	dptos	112	2				

		1	0	suite	88	1	1			NO
	SPLENDOR			deptos	223	3	2	SI	254,00	
		3	3	deptos	223	3	2	SI		110,00
	I. Cáceres	4	3	dúplex	190	3	2		SI en pb	
				dúplex	189	3	2		SI en pb	
				deptos	100	2	1			SI
	M. Merino	3	3	dptos	200	3	2			80,00
	Los Ceibos	72	43	casas	200-216					
				dptos	124	2	1	SI		6,00
				dptos	112-148	3				
				suites	66-77	1				
	AKARI	18		dptos	140	3	2			11,62
			0	dptos	94	2				
				suites	76	1				
				dúplex	146,98	3	2		55,70	16,12
	Villa Magna III	12	6	dptos	151	3	2	4,00		60,00
				dptos	81	2	1	4,00		
				suites	49	1	1			
	Britania	6	4	dptos	130		2	12,00	comunal	comunal
				suite	53		1	12,00	comunal	comunal
ZONA 4	PRADOS DEL ILALÓ	5	2	casas	250	3	2		SI	
		18	6	depto.	133	3	2	S		SI
				depto.	133	3			SI en pb	
		6	1	depto	91	2	1	S		SI
	Canova	22		casas	132	3	2		si	
				dpto	88	2	1			
				suites	54	1	1			

CUADRO 3.2.1. COMPOSICIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA COMPETENCIA POR ZONAS



Fuente: L Estrella



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

3.2.4. ÁREA

DEPARTAMENTOS POR ZONAS : ÁREA PROMEDIO (m²)

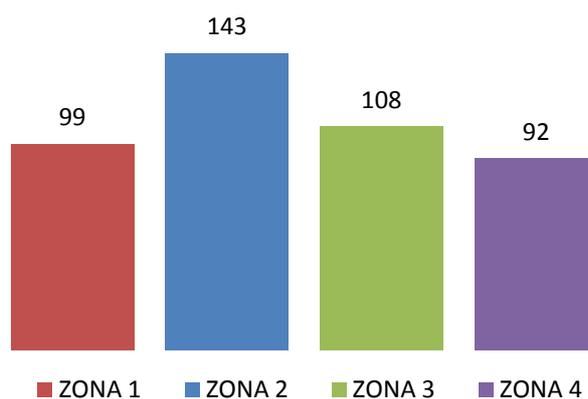


GRÁFICO 3.2.5 ÁREA PROMEDIO DE DEPARTAMENTOS POR ZONAS

Fuente: L Estrella

En el siguiente cuadro podemos apreciar el área promedio por zonas. Los departamentos de áreas más pequeñas se venden en las zonas 1 y 4. Los departamentos de áreas más grandes están en la zona 2. La zona 3 se caracteriza por departamentos más grandes que las zonas 1 y 4, pero considerablemente más pequeños que la zona 2.

La zona 2 tiene departamentos de áreas mayores, debido principalmente a dos proyectos nuevos que se encuentran en esta zona: Soa en la urbanización Prados de Este e Índigo Gardens cercano al centro comercial La Esquina.

Estos proyectos realizados por el mismo constructor son propuestas de espacios grandes, amplios ubicados en zonas exclusivas del valle.



IMAGEN 2.3.5 COMPETENCIA 2.4 INDIGO GARDEN

Fuente: Publicidad MIRESA S.A. Y Felipe Londoño A.

3.2.4.1 ÁREA DE DEPARTAMENTOS EN LA ZONA 3

El siguiente cuadro muestra el área de los proyectos arquitectónicos de la zona 3. La mayoría de proyectos tiene en su composición departamentos de 3 dormitorios de áreas grandes (entre 100m² y 223m²).

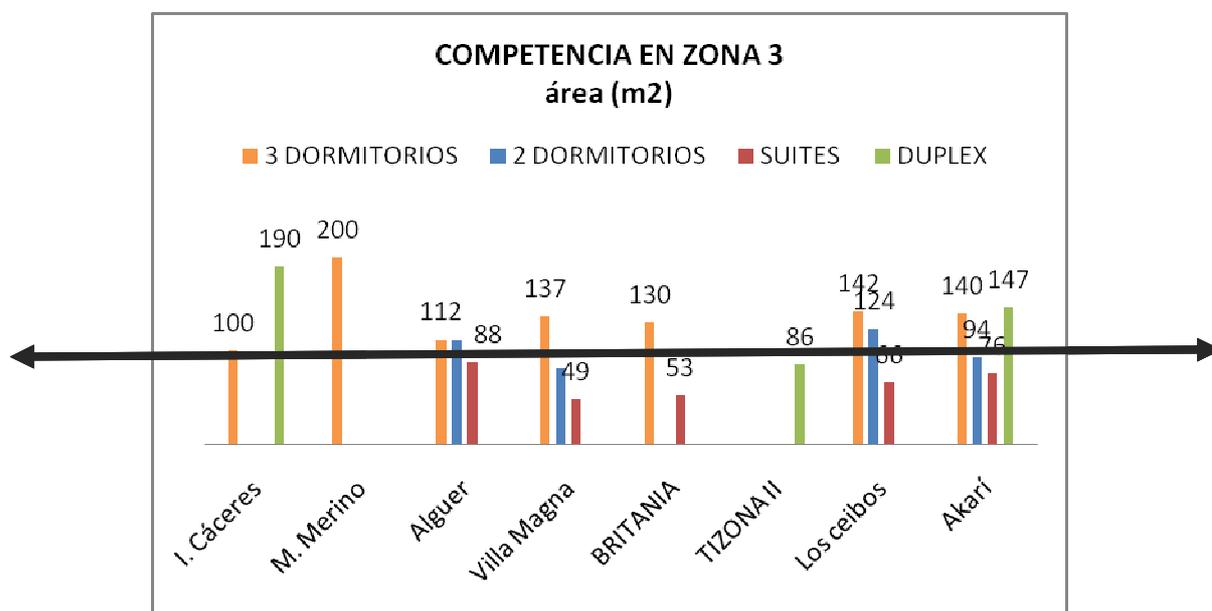


GRÁFICO 3.2.6 ÁREA DE LA COMPETENCIA EN LA ZONA 3

Fuente: L Estrella

La línea negra que atraviesa el gráfico lo divide en 2: los que tienen más de 100m² y aquellos de menos de 100m².

Los departamentos de 3 dormitorios de áreas mayores a los 100m² tienden a competir con el mercado de las casas, que son más apetecidas por los clientes. Además, algunos de estos departamentos no toman en consideración el espacio verde y la privacidad propias de una casa, por lo que NO se venden con facilidad. Cosa similar sucede con los dúplex de áreas superiores a los 100m².

Los departamentos de 2 dormitorios y las suites tienen menos de 100 m², y son las que se venden con más facilidad, ya que son departamentos pequeños cuyo precio final es menor. El tamaño promedio de las suites es 55 m².



Los proyectos próximos a “Paisaje Ilaló” por su ubicación y entorno son: Britania y Villa Magna, por encontrarse dentro de la urbanización “La Primavera”.

BRITANIA es un edificio de 3 pisos, con 6 departamentos, 2 por piso. En total son 3 departamentos de 130m² (3 dormitorios), y 3 suites de 53 m². Los parqueaderos en el subsuelo, con ascensor. Tiene acceso para discapacitados.



IMAGEN 3.2.7 COMPETENCIA 3.8 BRITANIA

Fuente: Britania

VILLA MAGNA es un edificio de 3 pisos con ascensor. Tiene departamentos de 3 dormitorios (9 unidades habitacionales) 1 suite y 2 departamentos de 2 dormitorios. Los parqueaderos están en el subsuelo.



IMAGEN 3.2.8 COMPETENCIA 3.7 VILLA MAGNA III

Fuente: Villa Magna

Este estudio de mercado recomienda que las áreas de los proyectos sean inferiores a 100 metros cuadrados, ya que existe mucha oferta de departamentos grandes que tienen una fuerte competencia con las casas que se ofrecen en el sector.

3.2.5 PRECIO DEL INMUEBLE

Al dividir por zonas a la competencia se observa una diferencia en el precio y la plusvalía de cada sector. Por ejemplo, en el siguiente cuadro podemos observar el valor por m² de los departamentos de 2 dormitorios.



DEPARTAMENTOS 2 DORM : PRECIO / m²

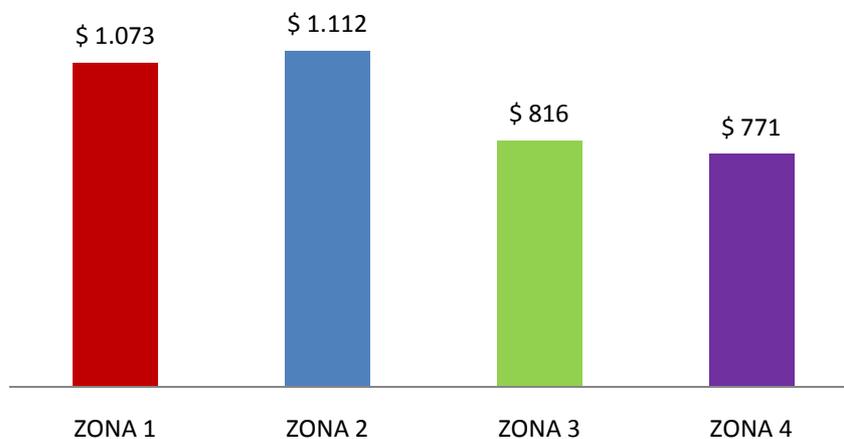


GRÁFICO 3.2.7 PRECIO POR METRO CUADRADO EN DEPARTAMENTOS DE 2 DORMITORIOS

Fuente: L Estrella

Los departamentos de la zona 2 son los de mayor precio. Luego, sigue bajando el precio en el siguiente orden: la zona 1, la zona 3 y la zona 4. Esta tendencia se mantiene en los precios de los departamentos, las suites y los dúplex.

Los proyectos Índigo Gardens y Soa, en la zona 2, son los más costosos. Esta zona se ha convertido en la más costosa y exclusiva dentro del valle de Cumbayá y Tumbaco.



IMAGEN 3.2.8 COMPETENCIA 2.2 SOA

Fuente: Publicidad MIRESA S.A. Y Felipe Londoño A.

La zona 1 es una zona consolidada como un sector de vivienda unifamiliar, por lo que existen pocos lotes disponibles y pequeños. Por esta razón no se construyen proyectos como Calabria de 7 departamentos (entre 137m² y 180m²) y Angra de 11 departamentos (entre 95m² y 200m²), siendo el precio promedio en esta zona de 800 USD/m² para departamentos y 1000 USD/m² para suites.

El cuadro 3.2.7 muestra un mapeo general del valor por metro cuadrado por zonas. Sin embargo, existen características específicas al interior de cada zona que modifican el precio de cada inmueble.

El interés del presente estudio se centra en la zona 3, la analizaremos a continuación, más detenidamente. Comenzamos con un análisis del valor total de los inmuebles en la zona.

3.2.5.1 ANÁLISIS DE LA ZONA 3



La zona 3 es una zona muy diversa. Tiene proyectos de 3 unidades habitacionales hasta el proyecto el proyecto más grande (Los Ceibos: 79 unidades habitacionales) de este estudio. Razón por la cual se hace indispensable establecer una diferenciación entre los proyectos. Para esto establecimos una diferencia entre proyectos ubicados dentro de urbanizaciones y proyectos que se ubican en nuevos espacios urbanizables.

Los nuevos espacios urbanizables son aquellos que están en proceso de consolidación. Por lo general, espacios donde todavía no se ha construido, por lo que hay terrenos grandes. Por esta razón, los proyectos que consolidan en sí mismos como una urbanización para concentrar el acceso a los servicios, para brindar una sensación de “seguridad” y para diferenciarse de su entorno. Se encuentran próximos a las vías de acceso al valle (“Los Ceibos” y “Akari”). Sus constructoras son empresas grandes como Naranjo Ordoñez (Akari) y Álvarez Bravo (Los Ceibos).



IMAGEN 3.2.9 COMPETENCIA 3.6 AKARÍ

Fuente: Publicidad NARANJO ORDOÑEZ



Los precios de estos productos son elevados debido a que cuentan con servicios como piscinas, áreas verdes, guardianía, sistema de alarmas. Así, el proyecto Akarí cuesta \$ 1025 /m² y Los Ceibos \$ 921 /m².

3.2.5.2 ANÁLISIS DE LA ZONA PRÓXIMA AL PROYECTO “PAISAJE ILALÓ”

El objetivo de esta tesis es analizar la viabilidad de un proyecto inmobiliario ubicado en la Urbanización La Primavera 2. Esta urbanización es una zona consolidada con vivienda unifamiliar, sin embargo, comienzan a aparecer edificios de departamentos y suites, constituyéndose, éstos, en nuestra competencia más próxima.

“La Primavera” es una urbanización abierta, similar a un barrio residencial del norte de Quito. Los proyectos de departamentos se desarrollan en terrenos similares al disponible para “Paisaje Ilaló”. Los lugares en los que se construyen estos proyectos son en la zona de la Primavera 1 y en sectores cercanos a la Clínica de la Primavera. Una potencial ventaja del terreno es la vista que se tiene desde el terreno.

En cuadro 3.2.8 se aprecia el valor total de los inmuebles que se venden en la zona 3. Así se divide los proyectos en aquellos con precio superior o inferior a los 80.000 dólares.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

COMPETEINCIA EN ZONA 3 (Precio total en miles de dólares)

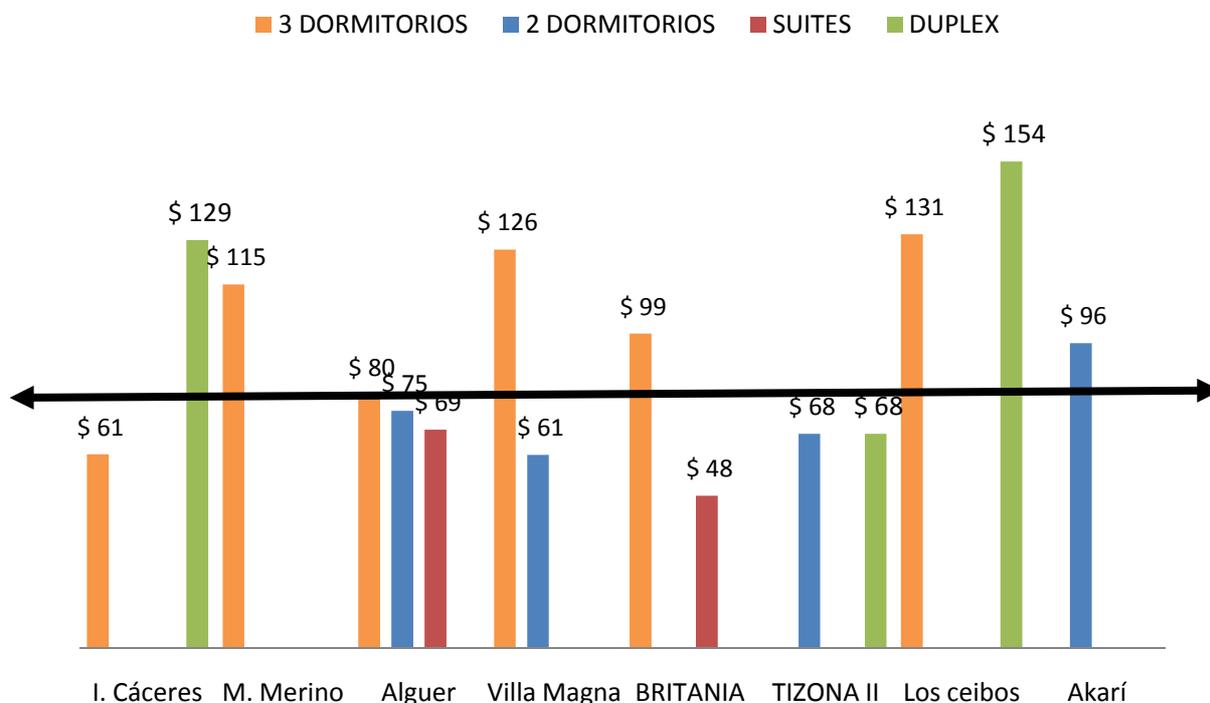


GRÁFICO 3.2.8 PRECIO TOTAL DEL INMUEBLES EN LA ZONA 3

Fuente: L Estrella

La mayoría de inmuebles tiene precios superiores a 80.000 dólares son departamentos y dúplex de 3 dormitorios, son: I. Cáceres, M. Merino, Villa Magna y Britania. Se trata de proyectos de áreas superiores a los 100m², en su mayoría departamentos o dúplex de 3 dormitorios.

Los proyectos de departamentos de precios inferiores a los 80.000 dólares son de son en su mayoría suites, departamentos de 2 dormitorios y un dúplex, con áreas inferiores a los 95 metros cuadrados. Siendo más fáciles de vender los estos últimos.

A partir de este estudio se recomienda la construcción de departamentos de 3 dormitorios de hasta 100m², ya que su precio final puede competir con los conjuntos de casas que existen en el sector.

3.2.6. PRECIO POR METRO CUADRADO EN ZONA PRÓXIMA AL PROYECTO “PAISAJE ILALÓ”

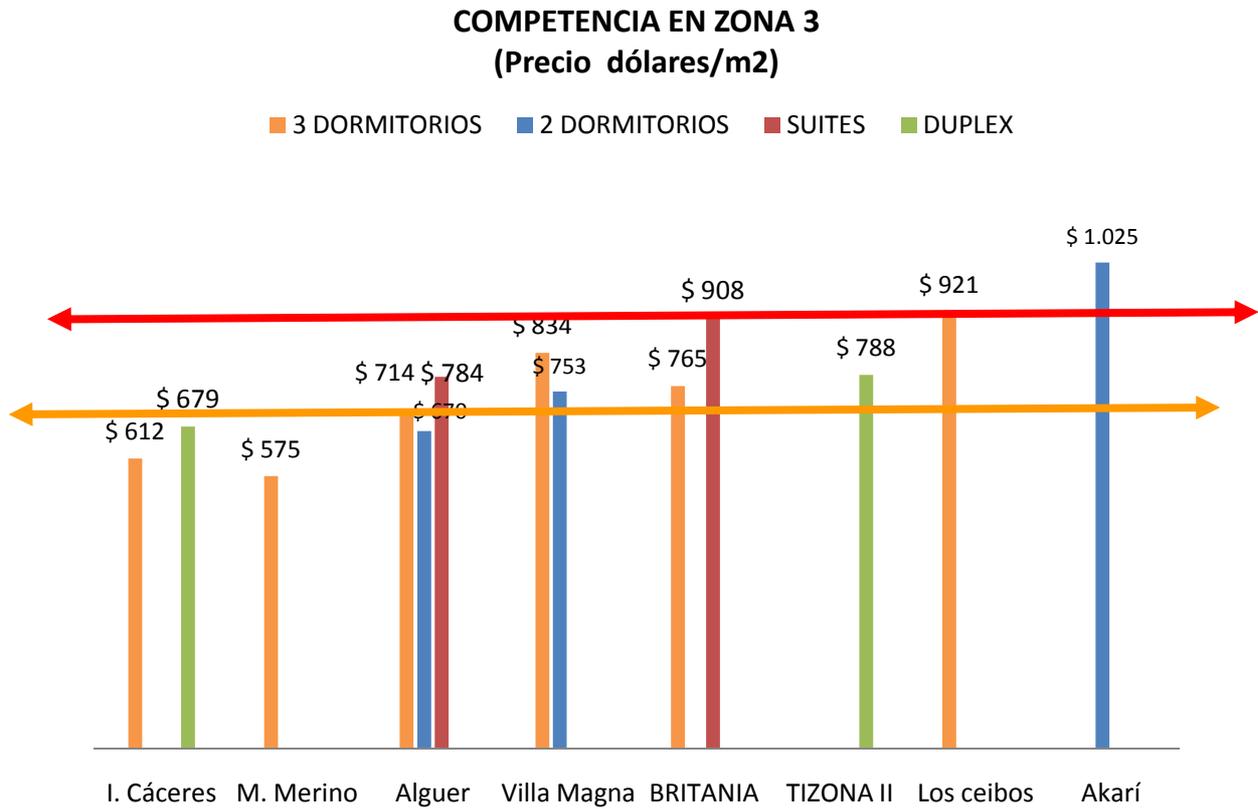


GRÁFICO 3.2.9 PRECIO POR METRO CUADRADO DE INMUEBLES EN LA ZONA 3

Fuente: L Estrella

Como podemos observar en el gráfico 3.2.9, la relación precio por metro cuadrado/área es inversamente proporcional: aquellos proyectos de áreas grandes, tienen un valor por metro cuadrado inferior a los de áreas más pequeñas. Así tenemos el caso de M. Merino que tiene el precio más bajo de la zona. Seguido por Isabel Cáceres y Alguer.

M. MERINO



Son 3 departamentos de 200m², uno por piso, parqueaderos en el subsuelo, y se encuentra ubicado en los alrededores de la clínica la Primavera.



IMAGEN 3.2.10 COMPETENCIA 3.4 M. MERINO

Fuente: L Estrella

ISABEL CÁCERES

Es un edificio de 4 pisos. Los primeros pisos son 2 dúplex de 190m² de construcción con sus entradas y parqueaderos independientes. Los dos pisos superiores son dos departamentos de 3 dormitorios de 100m².



IMAGEN 3.2.11 COMPETENCIA 3.3 I. CÁCERES

Fuente: L Estrella

ALGUER



IMAGEN 3.2.12 COMPETENCIA 3.1 ALGUER

Fuente: L Estrella



Es un conjunto de 12 unidades habitacionales con 6 departamentos de 2 y 3 dormitorios (1212m²), 1 suite (88m²) y 6 casas (255m²).

El precio más alto lo encontramos en las urbanizaciones “Los Ceibos” y “Akari”, que se encuentran fuera de la urbanización “La Primavera”.

En cuanto a la competencia más próxima las suites del proyecto Britania son las más caras (\$ 905 /m²). Por otro lado, la suite más económica es la de Alguer con un precio de (\$ 784/m²). Los departamentos de dos dormitorios tiene precios entre \$ 670 y \$ 750 dólares/m².

En cuanto a los dúplex, tenemos proyectos de I. Cáceres y “Tizona” que ofrecen precios de 680 y 780 dólares el metro. La principal diferencia entre los proyectos es que el primero se encuentra en la fase de entrega, mientras el proyecto “Tizona” se encuentra en la fase de venta en planos con un precio \$ 788 /m²

TIZZONA

Es un conjunto de 14 departamentos de entre 85m² y 150m², ubicado en la urbanización Terrazas de Cumbayá.



IMAGEN 3.2.13 COMPETENCIA TIZONA III

Fuente: Publicidad PROINMOBILIARIA

Para continuar en el análisis, se ha identificado exclusivamente a los proyectos próximos al terreno del proyecto “Paisaje Ilaló”, de los cuales se promedió el precio por metro cuadrado, para poderlo comparar con el promedio de la zona 1. Como podemos observar a continuación.

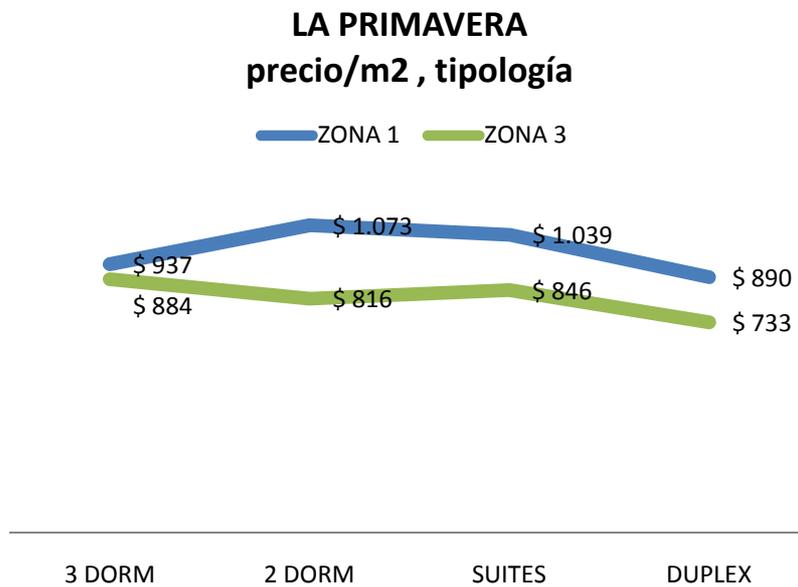


GRÁFICO 3.2.10 PRECIO POR METRO CUADRADO, TIPOLOGÍA, “LA PRIMAVERA” Y ZONA 1 Fuente: L Estrella

Al comparar las zonas vemos que la curva de precios de ambas es similar, son paralelas. Sin embargo, la diferencia se encuentra en los departamentos de 3 dormitorios donde la distancia entre ambas curvas es más estrecha. Es decir, mientras que en la zona 1 los departamentos de 3

dormitorios bajan de precio, en la zona 3 suben. En cambio el precio de los dúplex y departamentos de 2 y 1 dormitorio se mantienen paralelos.

Como hemos dicho anteriormente, existe en la zona 3 una fuerte competencia con casas de áreas similares a los departamentos de 3 dormitorios. Así podemos encontrar el proyecto inmobiliario “Portal de Catania”, un conjunto de 5 casas, ubicado dentro de la urbanización Real Alto, que se vendió en su totalidad. Se trata de 5 casas adosadas de 141m², a un precio de 95.000 dólares, es decir, a 674 dólares el metro.

Debido a la fuerte competencia de las casas es indispensable pensar una estrategia de introducción en el mercado. Considerando las necesidades del cliente potencial, y potencializando las fortalezas que pueda tener “Paisaje Ilaló”

Como resultado de esta competencia hay, en la zona 3, una sobreoferta de departamentos de 3 dormitorios de áreas superiores a los 100m². Por otro lado, hay poca oferta de departamentos más pequeños de 2 dormitorios y suites.



CUADRO 3.2.2 SERVICIOS COMUNITARIOS DE PROYECTOS

Fuente: L. Estrella



Como se mencionó anteriormente, los servicios en cada proyecto están determinados por el tamaño del proyecto y su condición. Es decir, aquellos que se consolidan en una urbanización en sí misma, o por estar dentro de una urbanización.

El terreno del presente proyecto se encuentra dentro de una urbanización y debe tener un carácter abierto, que le permita vincularse con su entorno próximo y hacer uso de los servicios con los que cuenta la urbanización en la que se encuentra.

En el cuadro 3.2.2 se puede visualizar los servicios que brindan los proyectos inmobiliarios en el valle de Cumbayá y Tumbaco. Es interesante prestar atención a los servicios de jardines y patios privados de los departamentos. Podemos apreciar que son pocos los departamentos que consideran este aspecto para el diseño de sus proyectos. Es interesante observar que servicios como gas centralizado, ascensor y cisterna son comunes en la zona del valle.

3.2.8 FINANCIAMIENTO

Como se anota en el capítulo correspondiente a la demanda existen barreras de acceso al crédito para vivienda en la población que tiene una demanda potencial. En el siguiente cuadro podemos observar cuáles son las estrategias que plantea la competencia en tanto a financiamiento.

La estrategia que plantea la competencia para acceso a la vivienda no es innovadora. Es la fórmula, muy conocida, de un anticipo de hasta el 30% como entrada y luego créditos hipotecarios para saldar el resto de la deuda.

Solo Sevres, un conjunto de casas, plantea la titularización de cartera hipotecaria, como servicio del promotor para facilitar el otorgamiento de préstamos para los compradores potenciales de vivienda por parte de entidades financieras locales.



Por lo que es importante buscar mecanismos que permitan acceder a crédito para vivienda en este sector de la población.

FINANCIAMIENTO	% DE DESCUENT O PAGO DE	% DE MINIMA CUOTA INICIAL	% DE RESERVA	FINANCIAMIENTO	FINANCIERA	BANCOS	FECHA DE ENTREGA
ZONA 1		20			NO	80% crédito hipotecario	
	Nuala						
	MV11						
	Calabria angra	30%	1000				Dic-09 Jul-09
ZONA 2		20% durante construcción	10		NO	70% crédito hipotecario	
	Badajoz			Crédito directo entrada durante tiempo de construcción	NO		
	Soa	20%			NO	70% crédito bancario	Oct-09
	Carrá	meses	3000 USD		NO	70% crédito hipotecario	
ZONA 3							
	Splendor						Jun-08
	I. Cáceres						Jul-08
	M. Merino						Jun-08
	Alguer	30%			NO	70% crédito hipotecario	Jul-08
	Villa magna						Jun-08
	Britania	30%				70% contraentrega dpto	Ago-08
	los Ceibos	5000 para reserva	5000	30% entrada financiamiento directo	no	70% crédito hipotecario	Jun-08
TIZONA							
ZONA 4							
	Prados del Ilaló						Mar-09
				30% entrada financiamiento directo.	financiamiento directo entrada a		
	canova		10%	60% crédito hipotecario	16mese	60% crédito hipotecario	
VILLA JARDÍN	4		entrada crédito directo con promotora antes de acabado	si	70 % crédito hipotecario		

CUADRO 3.2.3 FINANCIAMIENTO

Fuente: L. Estrella



3.2.9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La población de Quito continúa migrando al valle de Cumbayá y Tumbaco, principalmente por el clima, la posibilidad de construir una vivienda unifamiliar, el gran desarrollo que ha tenido esta zona y por su alta plusvalía, no se trata de un sector popular. La percepción de mudarse a vivir en el valle es de asumir un buen estatus.

Al interior del valle existe una zonificación en cuanto a precio de los terrenos y proyectos inmobiliarios que muestra la oferta. Los elementos que influyen en esta zonificación son: la división natural por quebradas, la cercanía a Quito o a centros comerciales, la consolidación de zonas exclusivas, el equipamiento urbano, el acceso a vías rápidas. Se ha identificado ciertas similitudes entre la zona 1 y la zona próxima al terreno de “Paisaje Ilaló”

Con la consolidación de los polos de desarrollo comercial, financiero y de entretenimiento en el valle de Cumbayá y Tumbaco, hace 10 años, comienza el apareamiento de edificios y conjuntos de departamentos en las zonas 1 y 3.

Un factor importante para identificar la vocación del terreno es la construcción de la vía rápida al nuevo aeropuerto de Quito. Esta vía, a la que se podrá acceder desde el terreno, pasará a 10 cuadras del mismo. El terreno está equidistante entre la actual Vía Interoceánica y el trazado de la nueva vía al aeropuerto, equidistante al de ambas, y ofrecerá una conexión vial más directa a Quito. La construcción de esta vía afectará el uso del suelo de la zona ya que contará con una conexión vial más directa a Quito. Además, significa que las zonas continuas a la vía serán urbanizadas.



“Paisaje Ilaló” se ubica en la zona 3, en la urbanización La Primavera 2, consolidada con vivienda unifamiliar aproximadamente hace 15 años. No se trata de una zona en crecimiento, aunque está rodeada de nuevas zonas en expansión.

La ubicación del terreno es privilegiada porque está cerca de colegios, universidades, centros de salud y transporte público. Además, tiene privacidad, es una zona tranquila y residencial, cerca del parque de La Primavera 2. Se encuentra ubicado en una calle secundaria, alejada de la principal. A pesar de esto, el terreno no se encuentra dentro de una urbanización privada, lo que puede dar una percepción de inseguridad.

Después de este en los diferentes aspectos se han identificado las siguientes conclusiones:

- Los proyectos que se ubican en las zonas 1 y 3 son proyectos pequeños porque se encuentran en zonas consolidadas por lo que los terrenos son pequeños.
- En la urbanización La Primavera, los proyectos son ejecutados por promotores inmobiliarios pequeños y medianos.
- Las nuevas concepciones arquitectónicas las encontramos en la zona 2 y son town houses y lofts, del proyecto Carrá.
- Al comparar la zona 1 con la zona 3, podemos ver que en la zona 1 hay una oferta de jardines o terrazas para cada departamento, es decir, se venden terrazas o jardines privados. En la zona próxima a “Paisaje Ilaló”, también se venden jardines o terrazas privadas, pero además se incorpora la idea de jardín comunal
- En la zona 3 hay mucha oferta de departamentos de 3 dormitorios de áreas superiores a los 100m² que tienen precios superiores a los 80.000, que tienen una fuerte competencia con los conjuntos de casas que se construyen en el sector.



- Los proyectos, cuyos precios son inferiores a los 80.000 dólares y 100m², son de son en su mayoría suites, departamentos de 2 dormitorios y un dúplex, siendo éstos los que se han vendido con mayor rapidez.

Algunas recomendaciones que deja este análisis de la oferta:

- Es importante que el proyecto arquitectónico de “Paisaje Ilaló” busque una forma de diferenciarse de sus competidores más próximos. Pueden ensayarse opciones de diseño e inclusión de otros conceptos arquitectónicos.
- Es necesario que el proyecto pueda ofrecer jardines y terrazas privadas, pero que también destine espacios de recreación y uso comunal.
- Las áreas de los proyectos deben ser inferiores a 90m², ya que existe mucha oferta de departamentos de áreas mayores a los 100m², que tienen una fuerte competencia con las casas que se ofrecen en el sector.
- “Paisaje Ilaló” debe ofrecer departamentos de áreas pero confortables, cómodas, acogedoras, con una propuesta de diseño que vuelva los espacios eficientes. Se sugieren departamentos de hasta 90m², de esta forma su precio final puede competir con los conjuntos de casas que existe en el sector, y con los departamentos de mayor área.
- Se debe buscar un precio competitivo en departamentos de áreas reducidas pero confortables, de manera que el precio total de las unidades habitacionales sea más económico y mayor el volumen de las unidades habitacionales.
- Un precio para tener una referencia es el de el proyecto “Tizona” (788 USD/m²) porque es el proyecto más joven de los consultados en la zona 3, ya que se encuentra en la fase de preventas. Es decir, es un proyecto que todavía no se ha construido y que seguramente tomará en consideración los nuevos precios de los materiales de construcción.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

3.2 DEMANDA

De acuerdo con la investigación del mercado inmobiliario realizada por la empresa Gridcon, la demanda potencial calificada total⁷ (DPCT) para la ciudad de Quito ha tenido un crecimiento sostenido a partir del 2003. Sin embargo, la demanda potencial⁸ (DP) tiene una tendencia decreciente a partir del mismo año. Por esta razón, la brecha entre los interesados en adquirir vivienda y los hogares que efectivamente pueden hacerlo se redujo del 90% en el 2003 al 79% en el 2007. Cabe recalcar que la variable que contribuyó en mayor grado es la contracción de la demanda potencial antes que el incremento de la DPCT. Las barreras de acceso son, por lo tanto, aquellas ligadas a dificultades legales y económicas (capacidad de ahorro y acceso al crédito).

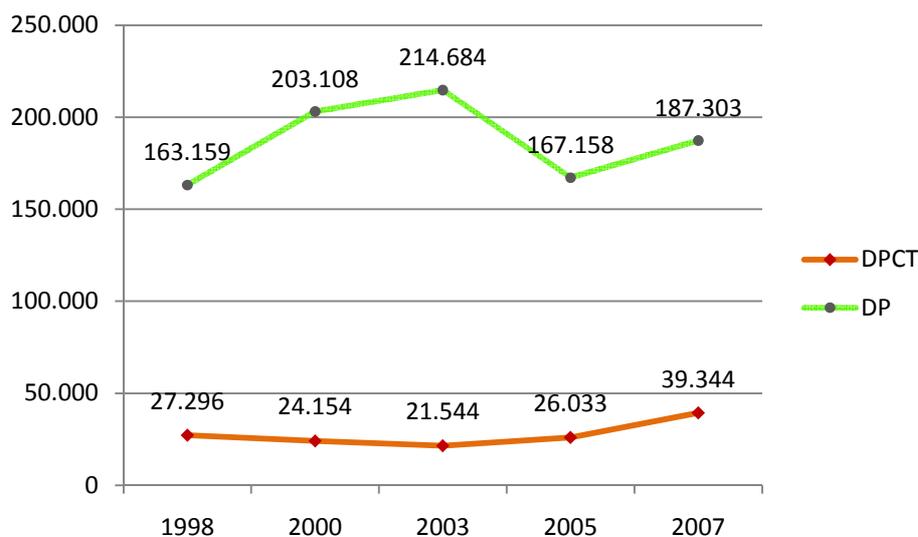


GRÁFICO 3.3.1 DEMANDA POTENCIAL vs. DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL (hogares)

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

DEMANTA POTENCIAL		
	DPCT	DP - DPCT
1998	17%	83%

⁷ Hogares que tienen interés en adquirir una vivienda en un período de tres años y que además cumplen las condiciones económicas y legales necesarias para convertirse en demandantes reales.

⁸ Hogares que tienen interés en adquirir una vivienda en un período de tres años.



2000	12%	88%
2003	10%	90%
2005	16%	84%
2007	21%	79%

CUADRO 3.3.1 INCIDENCIA DE LA DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL EN LA DEMANDA POTENCIAL

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

Históricamente a partir de 1998 la brecha entre los interesados en comprar vivienda y los que efectivamente pueden hacerlo no baja del 79%. Por esta razón, es evidente la necesidad de implementar políticas que faciliten el acceso a la vivienda tanto por parte del estado como de los promotores y desarrolladores inmobiliarios.

Un aspecto positivo del período 2005 – 2007 es que tanto la DPCT como la DC tienen una tendencia creciente ampliándose así las oportunidades dentro de este mercado siempre y cuando esta tendencia se mantenga en el 2008.

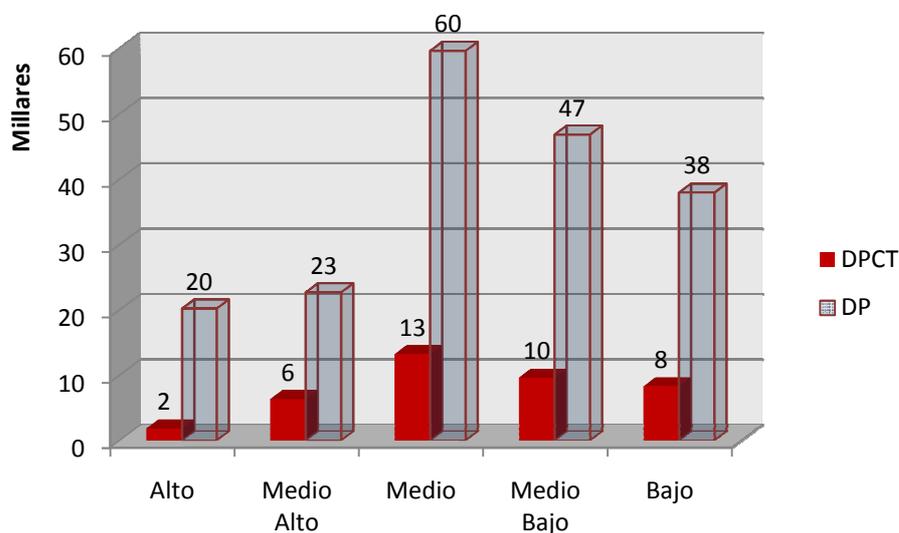


GRÁFICO 3.2.2 DEMANDA POTENCIAL vs. DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL POR NIVEL SOCIOECONÓMICO 2007 (por número de hogares)

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella



Del análisis de la DPCT y la DP por nivel socioeconómico se concluye que el nivel medio es el que abarca mayor porcentaje en ambos casos 34% (13.220 hogares) y 32% (59.637 hogares) respectivamente. Además, tanto la DPCT como la DP mayor está del nivel medio hacia abajo sumando el 79% y 77% respectivamente para cada tipo de demanda.

% DE DPCT Y DP POR NIVEL SOCIOECONÓMICO		
	DPCT	DP
Alto	5%	11%
Medio Alto	16%	12%
Medio	34%	32%
Medio Bajo	24%	25%
Bajo	21%	20%

CUADRO 3.2.2 PORCENTAJE DE DPCT Y DP POR NIVEL SOCIOECONÓMICO

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

3.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL NSE MEDIO Y MEDIO ALTO

RELACIÓN DPCT - DP			RELACIÓN NSE MEDIO - MEDIO ALTO		
	DPCT	DP		Medio Alto	Medio
Medio Alto	1	3,6	DPCT	1	2,1
Medio	1	4,5	DP	1	2,6

CUADRO 3.2.3 RELACIÓN DPCT – DP / RELACIÓN NSE MEDIO – MEDIO ALTO

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

El proyecto, “Paisaje Ilaló” se encuentra ubicado en una zona que está destinada para clase media es necesario profundizar en el análisis de la demanda en estos segmentos específicos. En lo que a DPCT se refiere, el NSE medio es 2.1 veces el número de hogares del NSE medio alto. Por otra parte, la DP del NSE medio es 2.6 veces mayor que la del NSE medio alto. Este hecho, evidencia que las barreras de acceso a vivienda son mayores para el NSE medio. Sin embargo, la relación entre DPCT y DP del NSE medio es mayor que la del NSE medio alto (4.5 y 3.6 respectivamente). Lo que quiere decir que existe un mercado potencial desatendido mayor en el NSE medio.



Para el siguiente análisis, se consideraron dos rangos de precios de vivienda: de \$50.001 a \$70.800 y de \$70.801 a \$120.000 que corresponden al nivel económico medio y medio alto respectivamente.

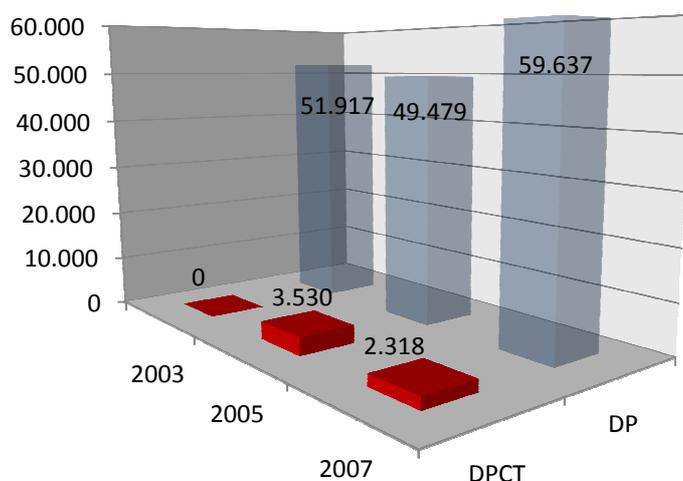


GRÁFICO 3.2.3 DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL (\$50.000 – \$70.800) vs. DEMANDA POTENCIAL NSE MEDIO (por número de hogares)

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

En el NSE medio existe una demanda potencial creciente desde el 2003, sin embargo la DPCT - que se incrementó drásticamente en el 2005 - ha sufrido una fuerte disminución en el 2007. De hecho, la demanda potencial calificada total en relación con la demanda potencial, se incrementó radicalmente del 0% en el 2003 al 7.1% en el 2005, para luego bajar al 3.9%. Lo que indica que en este NSE a pesar de existir el interés de adquirir vivienda no tiene la capacidad real de hacerlo. Desde el punto de vista del promotor inmobiliario, es necesario formular formas de financiamiento flexibles que le permitan captar como DPCT un mayor volumen de la demanda potencial.

% DPCT DE LA DP



	NSE MEDIO \$50.000 - \$70.800	NSE MEDIO ALTO \$70.8001 - \$120.000
2003	0%	1,9%
2005	7,1%	9,5%
2007	3,9%	1,7%

CUADRO 3.2.4 PARTICIPACIÓN DE LA DPCT EN LA DP

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

En el caso del NSE medio alto la DPCT sigue la misma tendencia de la DP con un marcado crecimiento del 2003 al 2005 y un marcado decrecimiento del 2005 al 2007. Esto se debe a que este sector de la población es más susceptible en su decisión de compra a la incertidumbre provocada por los cambios realizados en el país a partir del 2007 con el gobierno del presidente Rafael Correa. Es más, a pesar de que la participación de la demanda real (DPCT) en la demanda potencial tiene una tendencia similar a la del NSE medio, la diferencia fundamental está en la dramática disminución de la DPCT para el NSE medio alto en el 2007.

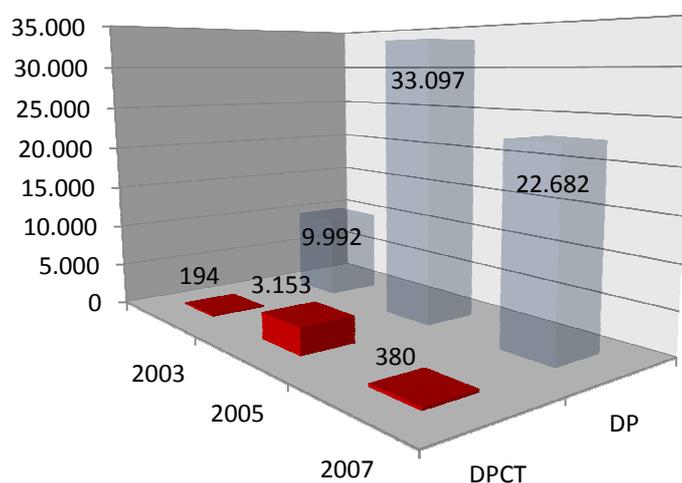


GRÁFICO 3.3.4 DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL (\$70.801 – \$120.000) vs. DEMANDA POTENCIAL NSE (MEDIO) ALTO (por número de hogares)

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella



3.3.2 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA PARA EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

Este gráfico representa la evolución de la preferencia entre vivir en Quito (norte - centro - sur) o en los valles. Estas tendencias están relacionadas con el estilo de vida que cada zona representa. En términos generales vivir en los valles está relacionado con espacio verde, mejor clima y vivienda unifamiliar. Mientras que vivir en Quito connota tener una fuerte relación con las actividades productivas y comerciales de la ciudad.

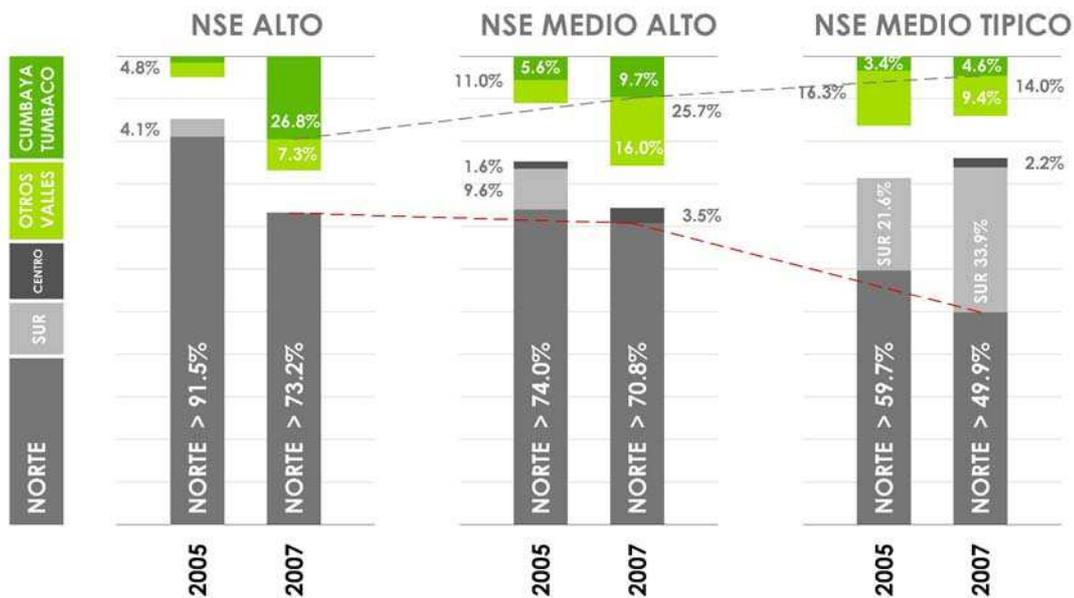


GRÁFICO 3.3.1 EVOLUCIÓN DEL SECTOR PREFERIDO PARA VIVIR SEGÚN NSE

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

En el NSE alto la preferencia por vivir en los valles se ha incrementado del 4.8% en el 2005 al 34.10% en el 2007, desplazando totalmente la predilección por el sur y parte del norte de la ciudad. Es evidente el marcado interés (26.8%) por vivir en el valle de Cumbayá y Tumbaco en este NSE, definiendo a esta zona como un lugar de estatus.

En el NSE medio alto de igual forma encontramos mayor interés en vivir en los valles pasando del 11% en el 2005 al 25.7% en el 2008. Esta tendencia ha desplazado por completo la preferencia por



vivir en el sur de la ciudad. Con respecto al valle de Cumbayá y Tumbaco la predilección por vivir en esta zona se ha incrementado (del 5.6% al 7.9%), pero no a los niveles del NSE alto.

En el NSE medio típico la tendencia se invierte al bajar el porcentaje de personas que prefieren vivir en los valles (del 16.3% al 14.0%). Además se advierte el crecimiento del interés por vivir en el sur de la ciudad. Con respecto al valle de Cumbayá y Tumbaco existe un ligero incremento de la preferencia (del 3.4% al 4.6%).

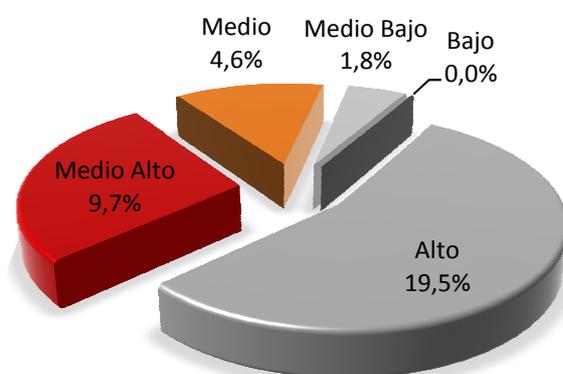


GRÁFICO 3.2.6 PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ – TUMBACO POR NSE

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

En conclusión, la preferencia por vivir en el valle de Cumbayá y Tumbaco es mayor en el NSE alto y medio alto. Segmentos en los que ha reemplazado la predilección por el norte de la ciudad. Esto significa que el mercado potencial para estos segmentos lo encontramos en el norte de la ciudad o en el mismo valle.

Por otro lado, el NSE medio típico prácticamente mantiene constante su predilección por esta zona principalmente por no poder acceder a los precios de venta de este valle. Si se mantiene el ligero incremento de preferencia por esta zona, el mercado potencial estará conformado principalmente por habitantes del norte, del sur y del mismo valle.



3.3.3 DEMANDA POTENCIAL Y DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

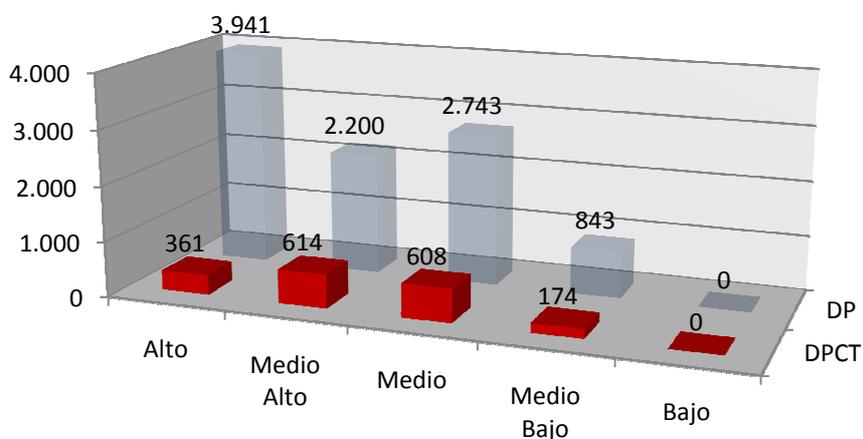


GRÁFICO 3.2.7 DP Y DPCT CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO SEGÚN NSE

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

El gráfico precedente muestra la DP y la DPCT filtrada con los porcentajes de preferencia por el valle de Cumbayá y Tumbaco. En esta zona el comportamiento de la demanda es completamente opuesto al de la ciudad de Quito en su conjunto. La DP mayor está en el NSE alto disminuyendo progresivamente hasta ser nula en el NSE bajo y la DPCT se concentra en mayor volumen en el NSE medio y medio alto.

DP CONTADO/ DP CRÉDITO

Alto	4,1
Medio Alto	4,6
Medio	7,1



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

Medio Bajo 5,9
Bajo -

CUADRO 3.2.5 DP CONTADO / DP CRÉDITO

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

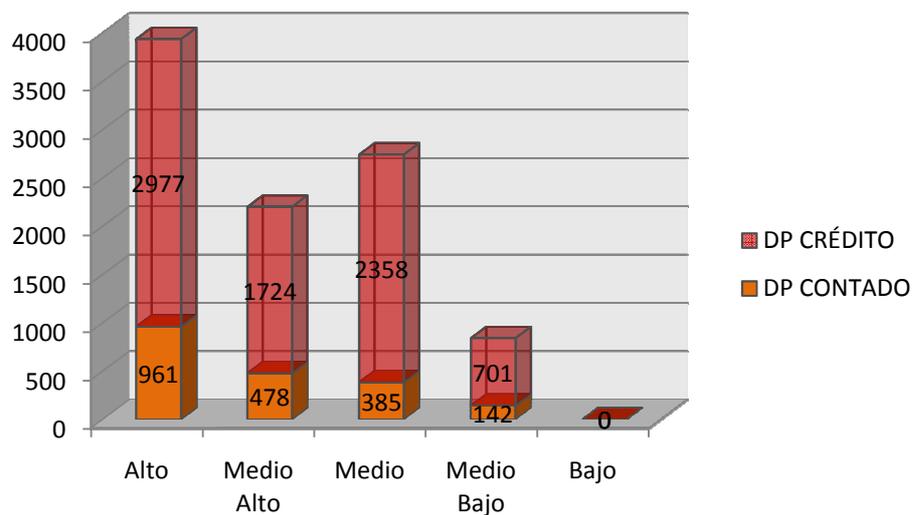


GRÁFICO 3.2.8 DEMANDA POTENCIAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO CLASIFICADA POR TIPO DE PAGO (CRÉDITO O CONTADO)

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

Del análisis del tipo de pago de la demanda potencial se concluye que el nivel medio es el que tiene menor capacidad de pago al contado pues solo la séptima parte de la demanda potencial puede hacerlo comparado con el $\frac{1}{4}$ que puede pagar al contado en el nivel medio alto y alto.

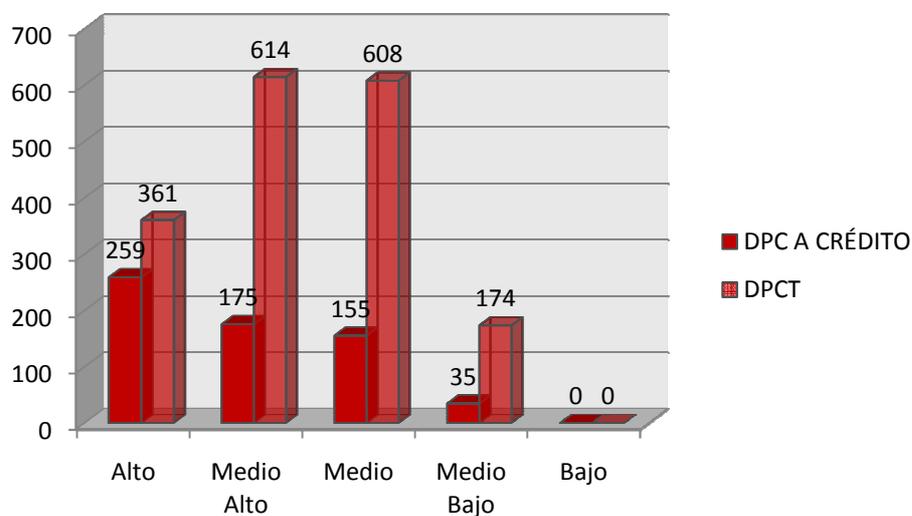


GRÁFICO 3.2.9 DEMANDA POTENCIAL CALIFICADA TOTAL CON PREFERENCIA POR EL VALLE DE CUMBAYÁ Y TUMBACO SEGÚN NSE

Fuente: Investigación de Mercado, GRIDCON

Elaboración: L Estrella

A pesar que los niveles medio y medio alto abarcan la mayor parte de la DPCT para esta zona éstos son los que tienen dificultad de acceso al crédito. Mientras en el NSE alto la DPC a crédito está muy cerca de cubrir la totalidad de la DPCT. Por esta razón, para el NSE medio y medio alto es vital plantear opciones de financiamiento acorde a sus necesidades.



3.4 EXCLUSIVIDAD CON ECONOMÍA: PERFIL DEL CLIENTE

En la actualidad, la demanda inmobiliaria en este sector de la población está deprimida por lo que existe una competencia en el sector. Elementos como el diseño, acabados, estilo de vida son importantes al momento de diferenciar nuestro producto de la competencia. Sin embargo, los elementos determinantes a la hora de la compra/venta son el precio y las posibilidades de financiamiento.

El elevado costo de la tierra en las zonas cercanas a las vías de acceso ha hecho que se desarrollen proyectos en zonas alejadas, para bajar costos y vender la idea de status que sugiere la idea de vivir este valle. Así se encuentran proyectos que van desde 60.000,00 USD hasta 175.000,00 USD. Se encuentran en el mercado casas desde 94.000 USD: departamentos de 3 dormitorios desde 85.000 USD hasta 131.000 USD; departamentos de 2 dormitorios desde 60.000 USD hasta 100.000 USD.

La mayoría de proyectos que se ofrecen en el Valle de Cumbayá y Tumbaco apuntan a un nivel económico alto. Sin embargo, hay una parte de la población quiteña, de clase media, que aspira tener su vivienda en esa zona, constituyéndose en un mercado potencial insatisfecho.

El terreno de "Paisaje Ilaló" está ubicado en la zona 3 (de menor exclusividad), lo que confirma que el perfil del comprador potencial aspira a un nivel medio de vida. Como se describió en el análisis de la demanda, el problema que enfrenta este sector está en el acceso al crédito.

La zona 3 se encuentra rodeada de infraestructura educativa y de salud. Esto nos ayuda a caracterizar a los compradores potenciales de "Paisaje Ilaló" como hogares de clase media (parejas o familias pequeñas), para quienes puedan disfrutar del equipamiento urbano que presenta este valle.



Además, se conoce que el cliente potencial de este valle prefiere la vivienda unifamiliar, por lo que Paisaje Ilaló utiliza el concepto de dúplex para separar verticalmente el espacio público del privado. Además, la concepción espacial está diseñada para integrar los ambientes interiores con los exteriores, de esta manera necesariamente se requiere de un jardín o terraza privados.

Para tener un precio competitivo en el mercado del valle es importante bajar los precios totales de los departamentos. Para esto el diseño busca reducir las áreas y optimizar los espacios, dándoles funcionalidad y dinamismo. De esta manera el precio por metro cuadrado estará dentro del promedio de nuestra competencia ofreciendo un producto con diseño exclusivo, al alcance de su bolsillo

El ingreso familiar promedio de estas familias debe oscilar entre \$1.700 y \$ 2.300 mensuales, de tal forma que pueden destinar el 30% de sus ingresos al pago de una vivienda propia. Así, el departamento más caro de Paisaje Ilaló cuesta 88.832 dólares y se lo puede financiar con un crédito hipotecario a 15 años, con una tasa del 11%, como lo detalla el siguiente cuadro:

PRECIO DEPARTAMENTO		88.832
ENTRADA	30%	26.650
FINANCIAMIENTO	70%	62.183
TASA	11%	
PERÍODO	años	meses
	15	180
PAGO		(\$ 687)
INGRESO FAMILIAR		\$ 2.289

CUADRO 3.4.1 TABLA DE PAGO PRÉSTAMO 88.832 DÓLARES



Elaboración: L Estrella

El departamento más pequeño tiene un precio de 66.640 dólares que puede ser financiado de la siguiente manera:

PRECIO DEPARTAMENTO		66.640
ENTRADA	30%	19.992
FINANCIAMIENTO	70%	46.648
TASA	11%	
PERÍODO	años	meses
	15	180
PAGO		(\$ 515)
INGRESO FAMILIAR		\$ 1.717

CUADRO 3.4.2 TABLA DE PAGO PRÉSTAMO 66.640 DÓLARES

Elaboración: L Estrella

3.4.1 ACCIONES A IMPLEMENTARSE

Resulta indispensable para este proyecto conocer cuáles son las necesidades de los posibles compradores de este producto, estudiar sus preferencias y necesidades.

A continuación algunas ideas que ayudarán en la reducción del precio del bien y las posibilidades de financiamiento:

- Eficiencia en el diseño y la construcción para brindar espacios cómodos, confortables y a buen precio
- Ofrecer opciones con diferentes acabados, por lo tanto, diferentes rangos de precios



- Buscar una estrategia de venta para introducir un producto que maneje conceptos diferentes del espacio y el diseño.
- Buscar facilidades y flexibilidad de financiamiento para ampliar el espectro de clientes potenciales.
- Estrategia de diseño y acabados para que los espacios parezcan más amplios.

4. COMPONENTE ARQUITECTÓNICO TÉCNICO

4.1 PROYECTO ARQUITECTÓNICO

Las condiciones específicas de la ubicación del proyecto se describen en la sección 3.1.4 dentro del estudio de mercado. Por este motivo, el presente capítulo se dedicará solamente a la descripción de la estrategia de diseño utilizada para satisfacer los requerimientos definidos en el capítulo precedente.

El estudio de mercado determinó los siguientes aspectos:

Hay una alta migración de la ciudad de Quito hacia los valles, más evidente en el NSE medio alto y alto con preferencia por el valle de Cumbayá y Tumbaco. Hecho motivado principalmente por el clima cálido, las áreas verdes y la idealización de la vivienda unifamiliar.

La preferencia de los dos NSE más altos por este valle lo convierte en un lugar de status.

El nivel económico del sector donde estará emplazado el proyecto es medio⁹ por lo que es determinante reducir costos para cubrir un mayor segmento de la DPCT.

Las dimensiones del terreno determinan el diseño de departamentos a pesar de que la demanda en el sector tiene preferencia por casas.

El terreno tiene una ventaja trascendental que es la vista hacia el Ilaló. La condición topográfica con pendiente negativa desde la calle y el limitar con una casa de baja altura en esta dirección, permite potenciar esta visual del valle.

4.1.1 CONCEPCIÓN ARQUITECTÓNICA

⁹ Caracterizado por tener dificultad para ahorrar (cuota de entrada) y de acceso al crédito.



FOTOGRAFÍA 4.1.1 VISTA DESDE EL TERRENO HACIA EL ILALÓ

Fuente: L Estrella

La estrategia de diseño responde tanto a las condiciones del lugar como a las preferencias del mercado, resumidas a continuación:

- **CLIMA CALIDO** + **VISUAL** > maximizar la relación con el **ESPACIO EXTERIOR** > MAXIMIZAR el **AREA VERDE** >
 - Tener la menor cantidad de espacio construido en PB > por esta razón las CIRCULACIONES COMUNALES se conciben como > **PUNTES ELEVADOS** sobre el **AREA VERDE**
 - Diseño concebido desde el INTERIOR hacia el EXTERIOR > prolongación del espacio interior a través de **TERRAZAS**
- PREFERENCIA POR VIVIENDA **UNIFAMILIAR** > no son concebidos como departamentos, sino como casas apiladas (DUPLEX) > donde todas las unidades deben tener **JARDÍN** o **TERRAZA**.
- Para tener un PRECIO COMPETITIVO en terreno con **PENDIENTE NEGATIVA** > MINIMIZAR la **INTERVENCIÓN** en la **TOPOGRAFÍA** del terreno
- **PARQUEADEROS** ocupan gran parte del **AREA VERDE** > MINIMIZAR su área ubicándolos a nivel de la calle (ahorro de rampa circulación vehicular) y utilizando el retiro frontal del terreno.

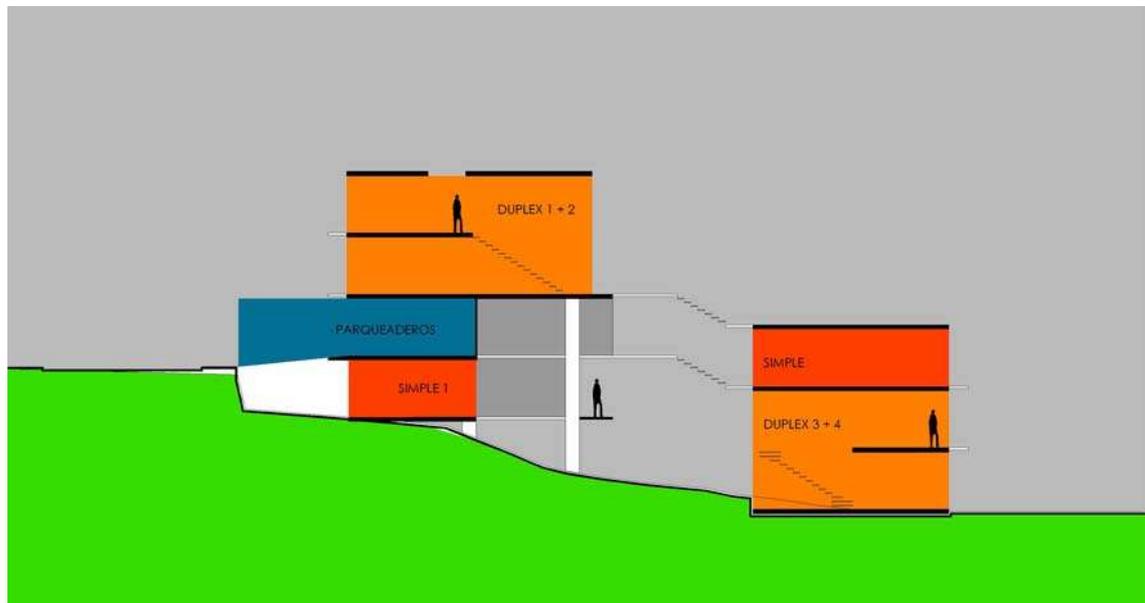


GRÁFICO 4.1.1 ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

En este esquema se ejemplifica la organización del proyecto arquitectónico compuesto de dos volúmenes separados por una franja de área verde. Como el punto de partida es tener la menor intervención en el terreno y su topografía se decide ubicar los parqueaderos a nivel de la calle. De esta manera se organizan dos dúplex (1 y 2) sobre el nivel de acceso y un simple (1) bajo el nivel de acceso.

Para garantizar adecuada iluminación y ventilación de este último se perfora parte del volumen que da a la calle y se desarrolla el resto del programa en un volumen independiente. De esta manera, si bien el departamento simple 1 no tiene vista, tiene un jardín independiente y está rodeado del área verde que lo separa del segundo volumen. Y lo más importante, se logra reducir al mínimo el desbanque y contención del terreno que incrementan costos.

El segundo volumen está desfasado medio nivel del primero permitiendo así dar privacidad a los dúplex 1 y 2 y garantizando la visual de 5 de las 6 unidades de vivienda. Este volumen alberga a un departamento simple (2) y a los dúplex 3 y 4 que tienen su jardín independiente.

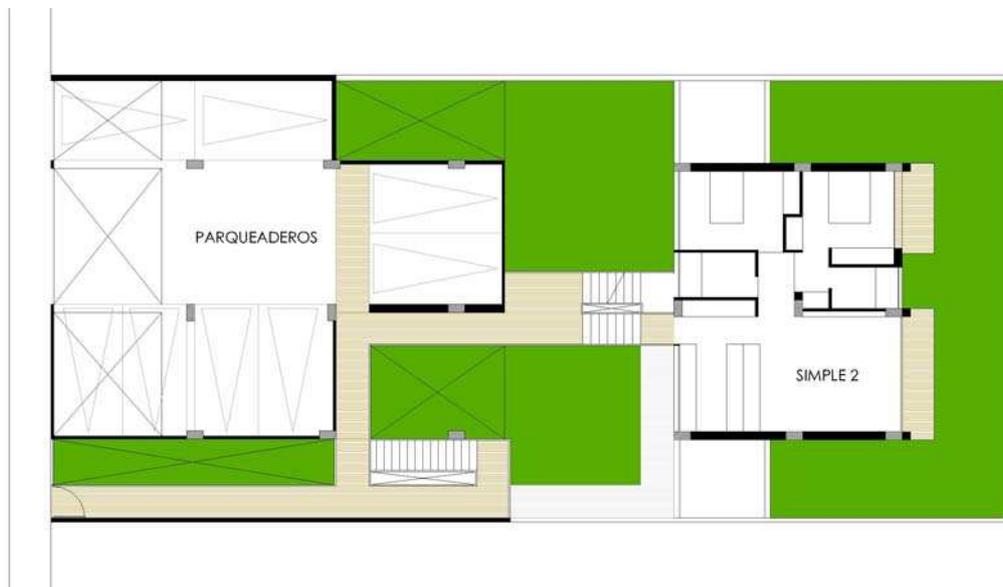


GRÁFICO 4.1.2 PLANTA NIVEL DE ACCESO

Fuente: L Estrella

En la planta del nivel -1 se evidencia la proporción de área verde libre del proyecto que llega a ser casi la mitad del terreno. Además, como las circulaciones son concebidas como puentes suspendidos y ligeros sobre el terreno a diferentes niveles, la percepción del espacio es mucho más amplia.

AREA VERDE VS. AREA CONSTRUIDA		
ÁREA LOTE	100%	552,96
AREA VERDE	45%	247,20
CONSTRUIDO	55%	305,76

CUADRO 4.1.1 RELACIÓN AREA VERDE VS. AREA CONSTRUIDA

Fuente: L Estrella

En lo que a servicios comunales se refiere, sobre el volumen 2 se plantea una terraza comunal de 93 m² con una vista espectacular. Además el espacio que separa los dos volúmenes también está considerado como área de recreación comunal.

Con respecto a la concepción interna de las unidades de vivienda, todas las áreas sociales están consideradas como espacios flexibles donde la privacidad de la zona de cocina está supeditada a la necesidad del usuario mediante elementos móviles.



GRÁFICO 4.1.3 PLANTA NIVEL -1

Fuente: L Estrella

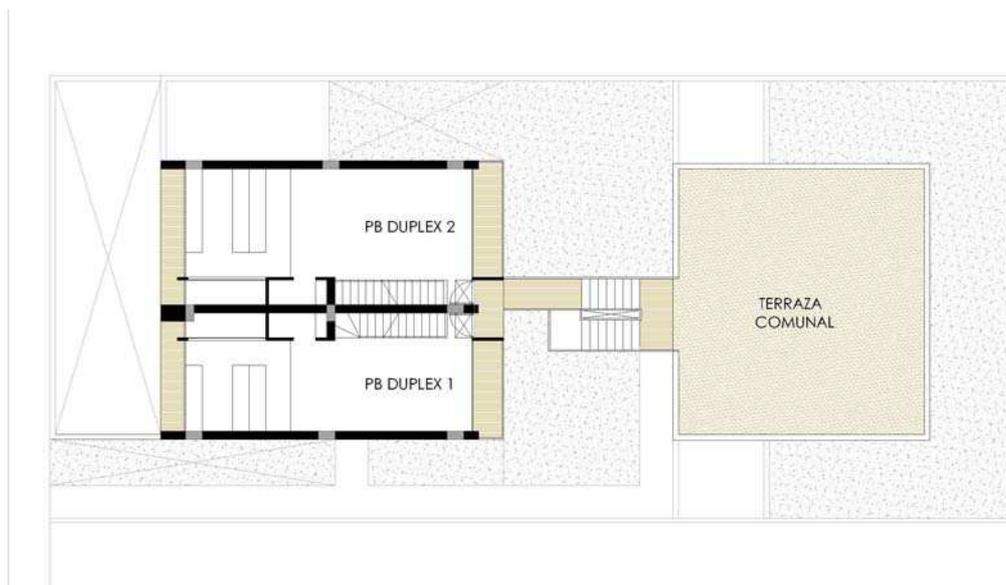


GRÁFICO 4.1.4 PLANTA NIVEL 1



Fuente: L Estrella

Por otra parte, en la zona privada el dormitorio principal tiene la mejor visual y los restantes dormitorios (1 o 2) están pensados como un espacio abierto continuo a la circulación o también tienen la opción de convertirse en dormitorios cerrados de



GRÁFICO 4.1.5 PLANTA NIVEL 2

Fuente: L Estrella

carácter más privado. Esta decisión de diseño responde a la necesidad de acoplarse a las diversas necesidades y estilos de vida de los potenciales clientes.

4.1.2 EVALUACIÓN ORDENANZAS MUNICIPALES

INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA	
ÁREA LOTE	552,96 m ²
FRENTE	16 m
ZONIFICACIÓN	A8 (A603-35)
LOTE MÍNIMO	600 m ²
FRENTE MÍNIMO	15 m
COS TOTAL	105 %
COS PB	35 %



OCUPACIÓN DEL SUELO	AISLADA
NÚMERO DE PISOS	3

CUADRO 4.1.2 INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA

Fuente: Municipio del DMQ

Elaboración: L Estrella

El IRM de la zona determina un uso residencial de baja densidad. Con excepción del área del terreno, las características del lote están dentro del lote tipo determinado por la normativa. Bajo estas condiciones, el objetivo del proyecto fue lograr el máximo aprovechamiento del coeficiente de ocupación del suelo (COS) sin dejar de lado las concepciones iniciales del proyecto que tienen que ver con el espacio exterior y de áreas verdes. Para lograr este particular se aprovechó la pendiente negativa del terreno construyendo en total 4 pisos en el volumen 1. De esta manera se libera área construida en planta baja para dar paso a jardines.

	COS PB	35%	COS TOTAL	105%
COS NORMATIVA	100%	193,54 m ²	100%	580,61 m ²
COS PROYECTO	92%	179,02 m ²	95%	551,55 m ²

CUADRO 4.1.3 APROVECHAMIENTO DEL COEFICIENTE DE OCUPACIÓN DEL SUELO

Fuente: L Estrella

Analizando las áreas del proyecto, observamos que se aprovecha el 95% del COS total del terreno. Si bien se podría fácilmente llegar al 100%, se ha preferido ceder ese 5% para que el proyecto no tenga la lectura de un lugar hacinado sin espacios abiertos. Por otro lado, el COS en planta baja está 8 puntos porcentuales por debajo de la utilización máxima permitida.

4.1.3 RELACIÓN PRECIO, PROGRAMA Y ÁREA

	ÁREA VENDIBLE	DORM	DEPTO	TERRAZA	JARDÍN	PRECIO
1	DUPLEX 1	2	91,05	9,26		72.996,40
2	DUPLEX 2	3	110,90	10,53		88.832,32
3	SIMPLE 1	2	82,80	8,05	42,37	70.766,93



4	SIMPLE 2	2	83,00	9,37		66.639,53
5	DUPLEX 3	2	85,14	3,83	44,58	72.408,26
6	DUPLEX 4	3	98,66	5,54	44,58	83.282,45
COS USADO		95%	551,55	46,58	131,53	454.925,89

CUADRO 4.1.4 ÁREAS, PROGRAMA Y PRECIOS DE LAS UNIDADES DE VIVIENDA

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

Con respecto a las características espaciales, áreas y programa de las unidades de vivienda, se ha dado prioridad a los módulos tipo dúplex, de preferencia con jardín, con áreas entre 80 y 90 m² de dos dormitorios y un estacionamiento. Sin embargo, existen dos casos excepcionales de entre 100 y 110 m² con tres dormitorios y dos estacionamientos cada uno.

En conclusión, de los 6 departamentos 4 son dúplex, 3 tienen jardín privado, 5 tienen vista y todos tienen terraza. Lo que quiere decir que dentro de las condiciones del proyecto se ha logrado que la mayoría las unidades posean características similares de acuerdo a la demanda del mercado. En el caso particular del departamento simple 1 se ha tratado de compensar su ubicación con la dotación de jardines privados.

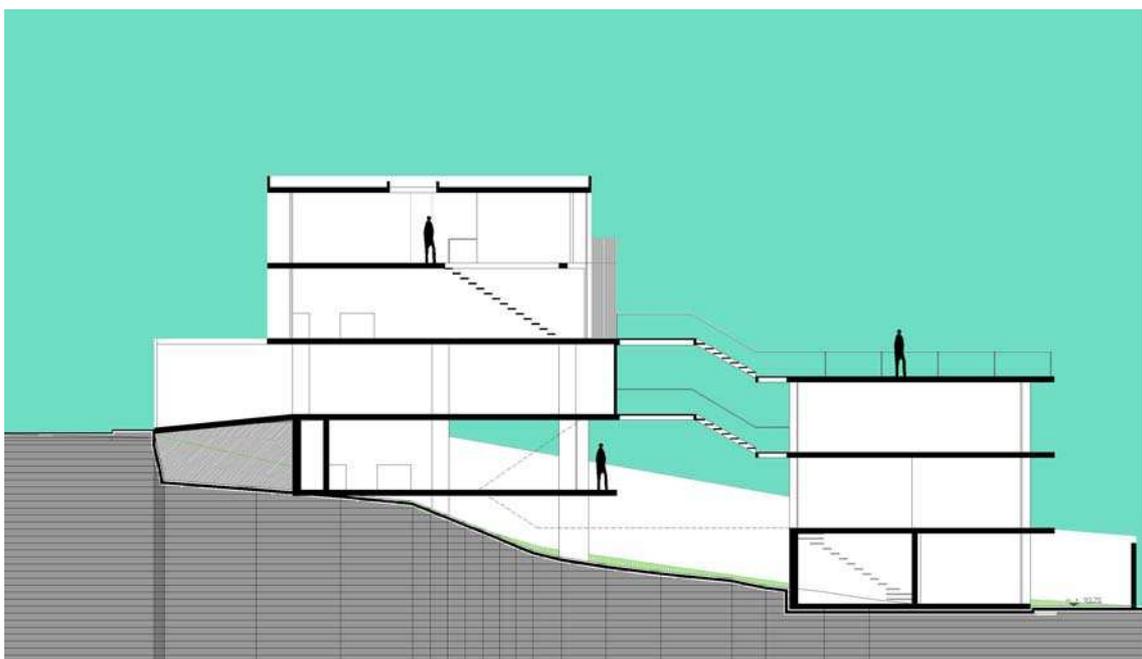




GRÁFICO 4.1.6 CORTE LONGITUDINAL

Fuente: L Estrella

Los precios por unidad de vivienda calculados de acuerdo al área útil de interior y exterior (terrazas y jardines) están dentro de los rangos establecidos en el perfil del cliente con un tope máximo de 90.000 dólares.

4.1.4 RESUMEN GENERAL DE ÁREAS DEL PROYECTO

m ² CONSTRUIDOS POR TIPO DE USO		
	m ²	%
TOTAL DEPARTAMENTOS	551,55	66%
TOTAL TERRAZAS	46,58	6%
TOTAL CIRCULACIONES	65,60	8%
TOTAL PARQUEADEROS	170,33	20%
TOTAL m² CONSTRUIDOS	834,06	100%

CUADRO 4.1.5 m² CONSTRUIDOS POR TIPO DE USO

Fuente: L Estrella

El área total de construcción es de 834 m². La mayor incidencia después del área de departamentos la tienen los estacionamientos que son el 20% del área total construida, lo que indica que es un factor determinante en el diseño arquitectónico con respecto a costos. Cabe recalcar que para un proyecto con solo 8 parqueaderos en total no se justifica ubicarlos en subsuelo, pues la incidencia del área necesaria para el desarrollo de la rampa sobrepasa los rangos de eficiencia.

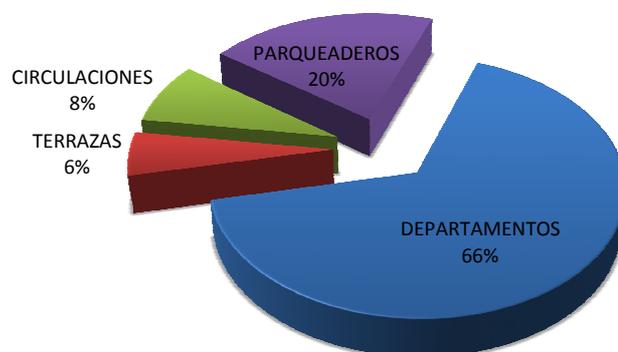


GRÁFICO 4.1.7 PORCENTAJE m² CONSTRUIDOS POR TIPO DE USO

Fuente: L Estrella

Las circulaciones constituyen el 8% del área construida. Este porcentaje es ligeramente alto para el nivel económico del proyecto, pero se justifica porque éstas están concebidas para activar los espacios verdes antes de llegar a los departamentos. De esta manera la percepción del recorrido en un espacio abierto es similar a la que se tiene en un conjunto de vivienda unifamiliar.

Finalmente, las terrazas constituyen el 6% del área construida y se justifican por la necesidad de un espacio exterior que se relacione con la visual al Ilaló.

4.2 COSTOS DEL PROYECTO

RESUMEN DE COSTOS			
ITEM	CATEGORIA INVERSION	VALOR \$	%
1	TERRENO	50.319	14,4%
2	OBRA CIVIL	236.800	67,7%
3	CONSULTORIA	42.817	12,2%
4	MARKETING	15.922	4,1%
5	TASAS E IMPUESTOS	5.712	1,6%
TOTAL		349.975	100%

CUADRO 4.2.1 RESUMEN DE COSTOS DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

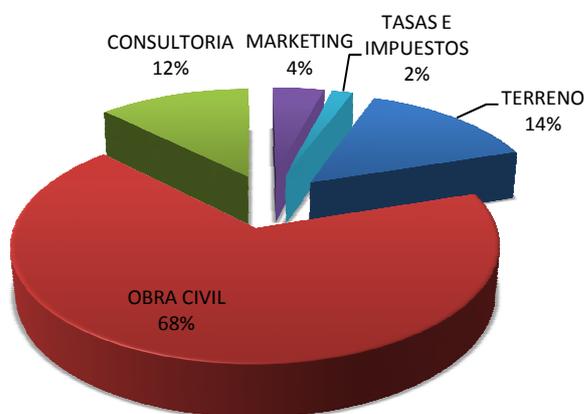


GRÁFICO 4.2.1 INCIDENCIA PORCENTUAL DE COSTOS DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

El costo total del proyecto asciende a 350.000 dólares. Los costos directos son los que tienen mayor incidencia en el gasto total: la obra civil con el 68% y el terreno con el 14%.



Sin embargo, el monto a invertir en consultoría está muy cercano al costo del terreno pues alcanza el 12% de la inversión total. Los gastos en consultoría incluyen el estudio de mercado, el diseño arquitectónico y técnico del proyecto, los costos indirectos de ejecución de obra, así como asesoría legal y financiera. A pesar de incluir todos estos ítems el porcentaje estimado en consultoría es alto para un proyecto de solo 6 unidades por lo que se recomienda revisarlos en busca de optimizar los recursos.

Por otra parte, la incidencia de marketing e impuestos está dentro de los rangos adecuados para un proyecto de estas características.

4.2.1 COSTOS DIRECTOS VS. COSTOS INDIRECTOS

RELACIÓN COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS				
ITEM	CATEGORIA DE INVERSION	VALOR US \$	%	COSTO POR m ² ÁREA ÚTIL
				551,6 m ²
1	COSTOS DIRECTOS	287.119	100%	521
2	COSTOS INDIRECTOS	62.855	22%	114
TOTAL		349.975	122%	634

CUADRO 4.2.2 RELACIÓN COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

Los costos indirectos de un proyecto inmobiliario no deben exceder del 30% de los costos directos. En el caso del proyecto Paisaje Ilaló los costos indirectos son el 22% de los directos. Por lo tanto está dentro de los márgenes adecuados.

Sin embargo, el costo total por metro cuadrado de área útil¹⁰ es alto para el nivel económico medio al cual está dirigido el proyecto. Considerando que el supuesto de costos directos difícilmente disminuirá por el incremento de los precios de los materiales de construcción (principalmente el hierro) es necesario disminuir la incidencia de los costos indirectos. El escenario ideal planteado como meta de costo por metro cuadrado de área útil es de 600 dólares.

¹⁰ El área útil está considerando solo área habitable cubierta, excluyendo terrazas, parqueaderos y circulaciones comunales.



4.2.2 COSTOS DIRECTOS

Dentro de los costos directos del proyecto se incluye el terreno y el costo de la obra civil. El terreno forma parte del aporte de uno de los inversionistas y el precio pactado se lo ha calculado mediante el método residual y el de margen de construcción con información actualizada del precio de venta por m² de la competencia, así como con los costos estimados del proyecto tanto de obra civil como costos indirectos. Este análisis concluye que el precio por metro cuadrado del terreno es de \$92, multiplicado por 553 m² tiene un costo de 51.558 dólares.

PRECIO DEL TERRENO

ANÁLISIS DE MÉTODO RESIDUAL

UBICACIÓN	La Primavera - Cumbayá	
AREA TERRENO	552,96	m ²
ZONIFICACIÓN	A8 (A603-35)	

COS PB		35%
COS TOTAL	(3 PISOS)	105%

AREA VENDIBLE		581	m ²
FACTOR K (circulaciones)	15%	87	m ²
AREA DE CONSTRUCCIÓN		668	m ²

a.	PRECIO DE MERCADO	\$	740	/ m ²
	VALOR DE VENTAS TOTALES	\$	429.650	

b.	FACTOR ALPHA		PRECIO TERRENO		PRECIO x m ²	
		11%	\$	47.261	\$	85
		12%	\$	51.558	\$	93
		13%	\$	55.854	\$	101

ANÁLISIS DE MARGEN DE CONSTRUCCIÓN

COSTO DIRECTO		\$	355	/ m ²
MULTIPLICADOR INDIRECTOS	15%	\$	53	/ m ²
COSTO TOTAL		\$	408	/ m ²

COSTO TOTAL DE OBRA		\$	272.588
MARGEN OPERACIONAL (VV-CT)		\$	157.062
UTILIDAD ESPERADA (% VV)	24%	\$	103.116

c.	UTILIDAD REAL (MO - TERRENO alpha 12%)	\$	105.504
----	---	----	----------------

CUADRO 4.2.3 PRECIO DEL TERRENO

Fuente: L Estrella, Mayo 2008



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

El valor total de obra civil se obtuvo considerando un estimado de costo por metro cuadrado para el nivel económico medio en el sector de Cumbayá y a la fecha en 320 dólares. A partir de este supuesto se aplicó un factor de costo de acuerdo al tipo de acabados de las diferentes áreas. Si analizamos el porcentaje de incidencia de cada una en el total vemos que los parqueaderos abarcan el 16% del costo, enfatizando la necesidad de optimizar el diseño arquitectónico al máximo en esta área.

2

OBRA CIVIL

DATOS

VIVIENDA	NUMERO DE UNIDADES DE VIVIENDA	6,0	U
	AREA PROMEDIO / UNIDAD VIVIENDA	91,9	m ²
TERRAZAS	NUMERO DE TERRAZAS/VIVIENDA	1,0	U
	AREA DE TERRAZA/U	7,8	m ²
PARQUEADEROS	NUMERO DE PARQUEADEROS/VIVIENDA	1,3	U
	AREA DE PARQUEADEROS	21,3	m ²
CIRCULACIONES	AREA DE CIRCULACIONES	65,6	m ²

ÁREA CONSTRUIDA	AREA TOTAL VIVIENDA	551,6	m ²
	AREA TOTAL TERRAZAS	46,6	m ²
	AREA TOTAL PARQUEADEROS	170,3	m ²
	AREA TOTAL CIRCULACIONES	65,6	m ²

SUPUESTOS	COSTO OBRA CIVIL UNIDADES DE VIVIENDA / M2	\$ 320,00	m ²
	COSTO OBRA CIVIL TERRAZAS / M2	\$ 160,00	m ²
	COSTO OBRA CIVIL PARQUEADEROS / M2	\$ 224,00	m ²
	COSTO OBRA CIVIL CIRCULACIONES / M2	\$ 224,00	m ²

FACTOR DE COSTO	1,0
	0,5
	0,7
	0,7

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
2.1	COSTO OBRA CIVIL UNIDADES DE VIVIENDA	\$ 176.505,60	75%
2.2	COSTO OBRA CIVIL TERRAZAS	\$ 7.452,80	3%
2.3	COSTO OBRA CIVIL PARQUEADEROS	\$ 38.147,20	16%
2.4	COSTO OBRA CIVIL CIRCULACIONES	\$ 14.694,40	6%
	COSTO TOTAL DE OBRA CIVIL	\$ 236.800,00	100%

C. DIRECTO DE OBRA CIVIL POR m ² DE ÁREA ÚTIL	\$ 429,31
--	-----------

CUADRO 4.2.4 COSTOS DE OBRA CIVIL

Fuente - Elaboración: L Estrella, Mayo 2008

COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN			
ITEM	RUBRO	VALOR	%
1	OBRAS PRELIMINARES	\$ 407	0,2%
2	SEVICIOS PROVISIONALES	\$ 1.144	0,5%
3	MOVIMIENTO DE TIERRAS	\$ 4.679	2,0%
4	ESTRUCTURA	\$ 80.917	34,2%
5	MAMPOSTERÍA	\$ 17.775	7,5%
6	ENLUCIDOS	\$ 23.929	10,1%
7	PISOS	\$ 15.766	6,7%
8	CARPINTERÍA METAL / MADERA	\$ 39.772	16,8%
9	PINTURA Y RECUBRIMIENTOS	\$ 17.902	7,6%
10	INSTALACIONES DE AGUA POTABLE	\$ 7.832	3,3%
11	INSTALACIONES DE AGUAS SERVIDAS	\$ 1.653	0,7%
12	APARATOS SANITARIOS	\$ 9.790	4,1%
13	INSTALACIONES ELÉCTRICAS	\$ 10.986	4,6%
14	INSTALACIONES TELEFÓNICAS	\$ 966	0,4%
15	OBRAS EXTERIORES	\$ 966	0,4%
16	VARIOS	\$ 2.314	1,0%
TOTAL		\$ 236.800	100,0%

CUADRO 4.2.5 COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN

Fuente - Elaboración: L Estrella, Mayo 2008

En el análisis del costo directo de construcción el rubro que tiene más incidencia es la estructura con el 34.2%. La consideración de este rubro es especial no solo por su alta incidencia y afectación al flujo de caja, sino por la constante subida de precios del acero que todavía no encuentra estabilidad. Por esta razón, es indispensable conocer la tendencia de los precios en el mercado para establecer un colchón que permita prever futuros incrementos de precios.

INCIDENCIA DEL ACERO EN EL COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN			
ITEM	RUBRO	VALOR	% CD
4	ESTRUCTURA	\$ 80.917	34,2%
4.1	ACERO (INCLUYE SOLO MATERIAL)	\$ 38.030	16,1%
4.2	OTROS MATERIALES, MANO DE OBRA, EQUIPO	\$ 42.887	18,1%

CUADRO 4.2.6 INCIDENCIA DEL ACERO EN EL COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCIÓN

Fuente: L Estrella



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

Elaborado: L Estrella, Mayo 2008

El precio del kilo de la varilla de hierro a finales del 2007 era de \$0.91, mientras que al 14 de junio del 2008 llega a \$1.54. Esta diferencia de precios representa un incremento del 69% en seis meses. Las proyecciones indican que el acero podría subir hasta un 43% a partir de julio del 2008.

INCIDENCIA DEL INCREMENTO DEL ACERO EN EL CD DE CONSTRUCCIÓN			
		PRECIO / KILO	VALOR
PRECIO VARILLA 12 mm 14 JULIO 2008	100%	\$ 1,54	\$ 38.030
PROYECCIÓN MÁXIMA PRECIO VARILLA 12 mm	143%	\$ 2,20	\$ 54.329
INCREMENTO POR SUBIDA DE PRECIOS DEL ACERO		\$ 0,66	\$ 16.299
CD PRESUPUESTO ACTUAL		\$ 236.800	100,0%
CD PRESUPUESTO CON INCREMENTO		\$ 253.099	106,9%

CUADRO 4.2.7 INCIDENCIA DEL INCREMENTO DEL ACERO EN EL CD DE CONSTRUCCIÓN

Fuente: L Estrella

Elaborado: L Estrella, Mayo 2008

Si estas proyecciones se cumplen, será necesario prever un desembolso de 16.000 dólares extras solo para hierro. Este monto significa un incremento del 6.9% del costo directo de construcción.

Po otra parte, el segundo rubro con impacto más alto es la carpintería en madera o metal con el 16,8%. Esto se debe a la concepción arquitectónica de espacios relacionados con el exterior. Es importante analizar la incidencia de este ítem en el flujo de caja porque tendrá un alto impacto en la fase de acabados donde de por sí se incrementa el monto de desembolso de dinero.

Existen otros rubros que tienen menor incidencia y enumerados en orden de importancia son: enlucidos, pintura y recubrimientos, mampostería y pisos. Organizándolos por fase de ejecución: obra muerta o acabados, vemos que enlucidos y mampostería abarcan 17.6% del total mientras que pintura, recubrimientos y pisos suman el 14.3%.

4.2.3 COSTOS INDIRECTOS



Los costos indirectos del proyecto se clasifican en consultoría, marketing (promoción y ventas) y tasas e impuestos. Los servicios de consultoría son los que inciden en mayor proporción 68%, seguidos de los de marketing 23%. Los gastos de impuestos y pagos tienen menor incidencia con el 9%.

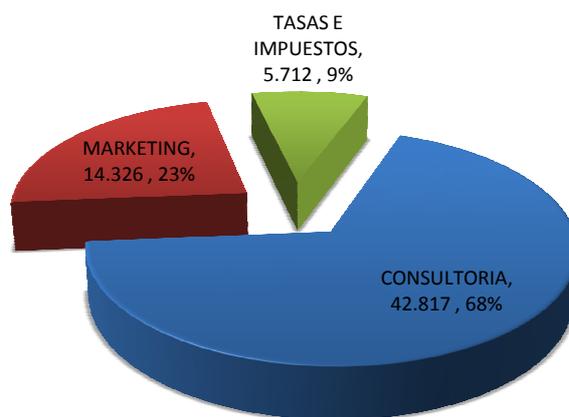


GRÁFICO 4.2.2 COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS INDIRECTOS

Fuente: L Estrella

Analizando específicamente el presupuesto de consultoría se observa que los ítems que mayor participación tienen sobre el total están dentro de la fase de ejecución. La dirección técnica y arquitectónica alcanza el 33%, mientras que la administración de la construcción y gerencia tiene el 28% del total del presupuesto de consultoría. A pesar de este hecho, no se convierte en un pago fuerte porque se lo hace proporcionalmente durante el tiempo de ejecución de la obra.

Sin embargo, como es necesario reducir los costos se sugiere revisar el monto invertido en ejecución porque de todos los indirectos es el que tiene mayor incidencia (7.9%) sobre el costo total.

Es necesario considerar los estudios de la fase de pre inversión, pues es un desembolso en corto tiempo que abarca el 30% del total del presupuesto de consultoría. Específicamente el diseño arquitectónico y todos los estudios técnicos necesarios alcanzan el 20% de esta fase. Por esta



razón, los desembolsos más fuertes dentro de esta categoría de inversión: diseño arquitectónico (12%) y estudio de mercado (6%) se negociarán para solventarlos durante el tiempo de ejecución del proyecto.

PRESUPUESTO DE CONSULTORIA

%	COSTO CONSULTORIA PREINVERSION/COSTO OBRA	5,4%
	COSTO CONSULTORIA EJECUCION/COSTO OBRA	11,6%
	COSTO CONSULTORIA FASE ENTREGA/COSTO OBRA	1,1%

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
1	FASE DE PREINVERSION	12.768,8	30%
	ESTUDIO DE MERCADO	2.537,0	6%
	LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO	134,4	0%
	ESTUDIO DE SUELOS	386,4	1%
	DISEÑO ARQUITECTONICO	5.004,4	12%
	DISEÑO ESTRUCTURAL	1.501,3	4%
	DISEÑO HIDROSANITARIO - ELÉCTRICO	521,3	1%
	PROGRAMACION Y PRESUPUESTOS	1.184,0	3%
	ASESORIA FINANCIERA	750,0	2%
	ASESORIA JURIDICA	750,0	2%
2	FASE DE EJECUCION	27.548,0	64%
	ADMINISTRACIÓN CONSTRUCCIÓN GERENCIA (5% COSTOS OBRA)	11.840,0	28%
	DIRECCION TECNICA - ARQUITECTÓNICA (6% COSTO OBRA)	14.208,0	33%
	GASTOS GENERALES	1.500,0	4%
3	FASE DE ENTREGA	2.500,0	6%
	DECLARATORIA DE PROPIEDAD HORIZONTAL	1.500,0	4%
	ESCRITURACION	1.000,0	2%
TOTAL		42.816,8	100%

CUADRO 4.2.8 PRESUPUESTO DE CONSULTORÍA

Fuente: L Estrella

Elaborado: L Estrella, Mayo 2008

GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS

SUPUESTO	PLAN DE MARKETING/PRECIO (VENTAS TOTALES)	3,2%
----------	---	------



FACTOR COSTO/PRECIO	1,3
---------------------	-----

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
	PLAN DE MARKETING	14.326,4	100%
	VALLAS	500,0	3%
	MAQUETA	800,0	6%
	FOLLETOS	1.000,0	7%
	COMISIÓN POR VENTAS	12.026,4	84%
TOTAL		14.326,4	100%

CUADRO 4.2.9 GASTOS DE PROMOCIÓN Y VENTAS

Fuente - Elaboración: L Estrella, Mayo 2008

Dentro de los gastos de promoción y ventas el ítem que más peso tiene es la comisión por ventas con el 84% del total. Es más si consideramos todos los costos indirectos está a continuación de los gastos de ejecución con el 4.1% sobre los costos totales. Este hecho tiene su lógica porque hay que considerar que la velocidad de ventas es la que determina el flujo del proyecto. Sin embargo, como esta comisión se paga durante su ejecución y de acuerdo a las ventas, en la práctica no tendrá una incidencia fuerte dentro del flujo del proyecto.

TASAS E IMPUESTOS

SUPUESTO	TASA DE IMPUESTOS/COSTO OBRA	0,9%
-----------------	------------------------------	------

ITEM	DESCRIPCION	VALOR	%
	COLEGIO DE ARQUITECTOS (0.1% COSTOS DE OBRA)	236,8	4%
	PAGO LICENCIA PLANOS ARQ (0.1% COSTOS DE OBRA)	236,8	4%
	FONDO DE GARANTIA	4428,4	78%
	PAGO LICENCIA DE CONSTRUCCION (0.1% COSTOS DE OBRA)	236,8	4%
	PERMISO CUERPO DE BOMBEROS (0.1% COSTOS DE OBRA)	236,8	4%
	IMPUESTO PREDIAL	100,0	2%
	COLEGIO DE INGENIEROS (0.1% COSTOS DE OBRA)	236,8	4%

IMPUESTOS Y PAGOS		2.081,1	100%
--------------------------	--	----------------	-------------

CUADRO 4.2.10 TASAS E IMPUESTOS

Fuente - Elaboración: L Estrella, Mayo 2008



En lo referente a tasas e impuestos, el costo financiero del fondo de garantía es el que mayor incidencia tiene sobre el total. Hay que considerar que es necesario desembolsarlo antes de iniciar la obra. Por esta razón es un ítem que sí influye en el flujo del proyecto de manera significativa.

RESUMEN DE COSTOS			
ITEM	CATEGORIA INVERSION	VALOR \$	%
1	TERRENO	50.319	14,4%
2	OBRA CIVIL	236.800	67,7%
2.1	PRELIMINARES	6.230	1,8%
2.2	ESTRUCTURA	80.917	23,1%
2.3	OBRA MUERTA	41.705	11,9%
2.4	ACABADOS	107.948	30,8%
3	CONSULTORIA	42.817	12,2%
3.1	FASE DE PREINVERSION	12.769	3,6%
3.2	FASE DE EJECUCION	27.548	7,9%
3.3	FASE DE ENTREGA	2.500	0,7%
4	MARKETING	14.326	4,1%
5	TASAS E IMPUESTOS	5.712	1,6%
TOTAL		349.975	100%

CUADRO 4.2.11 RESUMEN DE COSTOS

Fuente: L Estrella

Elaborado: L Estrella, Mayo 2008

Las categorías de inversión en orden de incidencia sobre el costo total son: acabados (31%), estructura (23%), terreno (14%), obra muerta (12%) y el costo indirecto de ejecución de obra (8%). Por lo tanto, es importante considerar el monto de inversión en acabados porque hace que el flujo de egresos llegue a su punto más alto. De igual forma es necesario planificar la compra del acero para la estructura y ajustarlo al costo real del momento de compra.

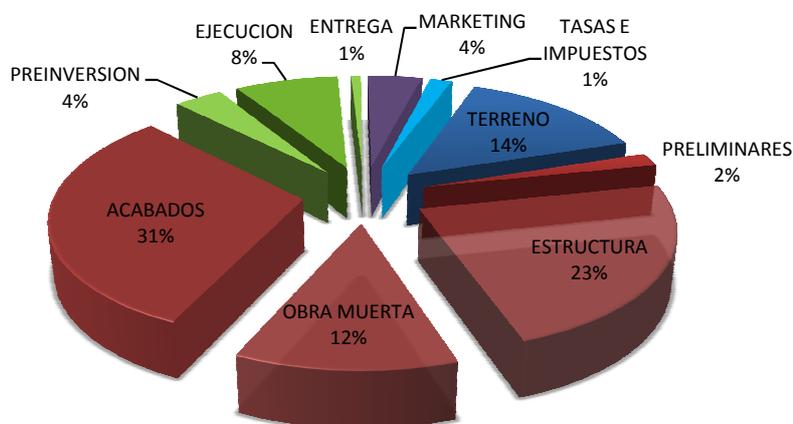


GRAFICO 4.2.3 COMPOSICIÓN DE LOS COSTOS TOTALES DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

Considerando que el mayor porcentaje se invierte en costos directos, es indispensable ser eficiente tanto en el proceso constructivo como en la planificación de adquisiciones y desembolsos para lo cual se analiza el cronograma valorado del proyecto.

4.2.3 FACTOR COSTO / PRECIO

COSTOS Y PRECIO POR m ² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO				
ITEM	CATEGORIA DE INVERSION	%	VALOR US \$	COSTO POR m ² ÁREA ÚTIL
				551,6 m ²
1	COSTO DIRECTO: TERRENO	14,4%	\$ 50.319	\$ 91
2	COSTO DIRECTO: CONSTRUCCIÓN	67,7%	\$ 236.800	\$ 429
3	COSTOS INDIRECTOS	18,0%	\$ 62.855	\$ 114
COSTO TOTAL		100%	\$ 349.975	\$ 634
FACTOR COSTO / PRECIO		130%	\$ 454.926	\$ 825

CUADRO 4.2.12 COSTOS Y PRECIO POR m² DE ÁREA ÚTIL DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

Elaborado: L Estrella, Mayo 2008



En el cuadro precedente, se evidencia la incidencia de las diferentes categorías de inversión en el costo por m² de área útil del proyecto. La baja densidad de la zona influye en el impacto del terreno en el costo total por m², teniendo un impacto del 15% de los costos equivalente a 91 dólares por m² de área útil.

Por otro lado, los costos indirectos del proyecto superan el impacto del terreno, alcanzando el 18% de los costos totales que representan 114 dólares por m² de área útil.

Este análisis nos arroja un costo por m² de área vendible de 634 dólares. Mientras el estimado de precio de venta por unidad de vivienda nos arroja un factor costo / precio de 130% para llegar a un precio final de venta por m² de aproximadamente 825 dólares. Si bien este precio está sobre el estándar de la zona, cabe mencionar que éste incluye terrazas, jardines y parqueaderos que en el caso del precio estándar de venta de departamentos es cobrado aparte.

4.3 PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO



CUADRO 4.3.1 CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

El proyecto está concebido para cumplirse en 16 meses. Se inicia con cuatro meses de planificación donde se realizan todas las inversiones necesarias para arrancar con la obra en el mes 5.



Sin embargo, para iniciar la construcción es necesario contar con un porcentaje de preventas, por esta razón, el plan de marketing y ventas así como los ingresos por cobranzas se inician en el mes 3 y finalizan en el mes 16 con el cierre del proyecto. De esta forma, el período de ventas es de 14 meses para adjudicar las 6 unidades de vivienda. Esto significa que la meta de comercialización es vender un departamento cada 2.3 meses.

Con esta meta de ventas, el tiempo mínimo para construir los 835 m² del proyecto es de 10 meses. Así, se obtiene el plazo óptimo de recuperación de la inversión.

4.3.1 CRONOGRAMA VALORADO DEL PROYECTO

En el siguiente gráfico se muestra el cronograma valorado de los costos totales del proyecto (CD + CI). Los valores más altos corresponden al costo del terreno en el primer mes con 50.000 dólares y a los egresos del mes 11 y 12 que corresponden al traslape de ejecución entre obra muerta y acabados.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008



El cronograma valorado es la base para determinar los egresos mensuales y los egresos acumulados.

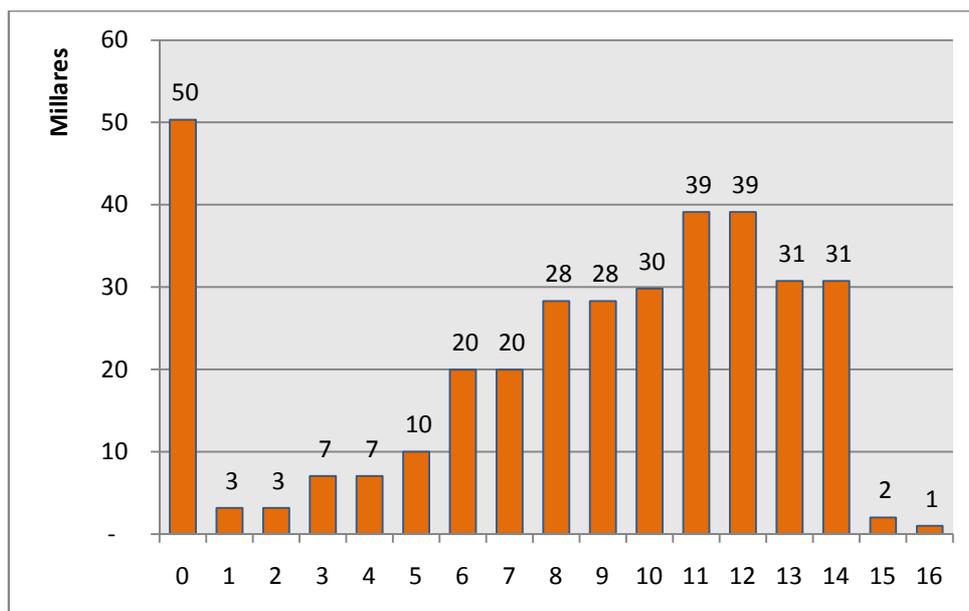


GRAFICO 4.3.1 EGRESOS MENSUALES

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

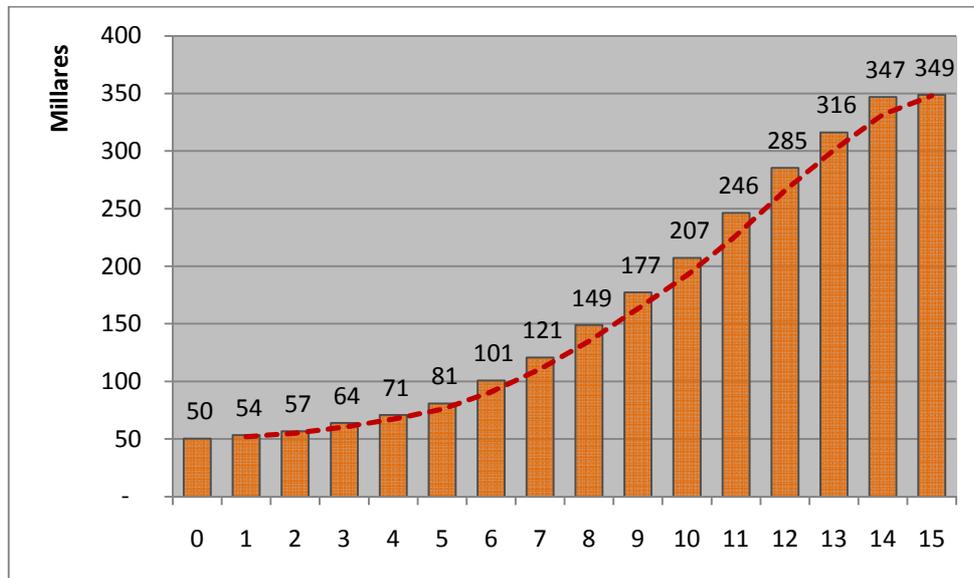


GRAFICO 4.3.2 EGRESOS MENSUALES ACUMULADOS

Fuente: L Estrella, Mayo 2008

5. COMERCIALIZACIÓN

El presente capítulo abordará los mecanismos de comercialización que se implementarán para el proyecto Paisaje Ilaló. Se fijan los precios y sus políticas en relación a las etapas del proyecto. Además, se establecen estrategias de promoción, difusión, ventas (metas), el esquema del crédito y las consideraciones por el incremento de precios.

5.1. ESTRATEGIA DE PRECIOS

El siguiente cuadro muestra el valor por metro cuadrado de los proyectos inmobiliarios de departamentos de la zona 3.



PRECIO / m ² EN LA ZONA 3			
DEPARTAMENTOS USD / m ²			
	3 DORM	2 DORM	1 DORM
I. Cáceres	\$ 612		
M. Merino	\$ 575		
Alguer	\$ 714	\$ 670	\$ 784
Villa Magna	\$ 834	\$ 753	
BRITANIA	\$ 765		\$ 850
Los ceibos	\$ 921	\$ 776	
Akarí		\$ 1.025	\$ 990
PRECIO PROMEDIO	\$ 737	\$ 806	\$ 875
PAISAJE ILALÓ			
	m ² ÁREA ÚTIL	\$	791
	m ² TERRAZAS Y JARDINES	\$	104
	PRECIO PROMEDIO	\$	825

CUADRO 5.1.1 PRECIO POR m² EN LA ZONA 3

Elaboración: L Estrella

En el cuadro precedente se exponen los precios por metro cuadrado de la competencia en la ZONA 3. Para el siguiente análisis se toma el precio promedio como referencia, considerando las características de cada proyecto descritas anteriormente (Estudio de Mercado: Competencia en la ZONA 3).

El precio por metro cuadrado promedio en departamentos de tres dormitorios es de \$ 737. Este valor en departamentos de 3 dormitorios es inferior al de 2 dormitorios, porque éstos tienen que competir (en programa) con las casas que son preferidas por la demanda en este valle.

Los departamentos de 2 y 1 dormitorio tienen un precio promedio de \$ 806 y \$ 875 por m² respectivamente. Esto se debe a que existe menor oferta de departamentos de 2 y 1 dormitorios, por lo que el mercado permite que su precio sea mayor. Además como las áreas son menores (de 50 y 100 m²), el precio final es accesible, aunque el precio por metro cuadrado sea mayor.

	PROGRAMA		ÁREA ÚTIL m ²	PRECIO 791	TERRAZA m ²	PRECIO 104	JARDÍN m ²	PRECIO 104	TOTAL USD
	DORM	PARQU							
1	DUPLEX 1	2	1	91,1	72.030	9,3	967	0	72.996
2	DUPLEX 2	3	2	110,9	87.733	10,5	1.099	0	88.832



3	SIMPLE 1	2	1	82,8	65.503	8,1	840	42,4	4.423	70.767
4	SIMPLE 2	2	1	83,0	65.661	9,4	978		0	66.640
5	DUPLEX 3	2	1	85,1	67.354	3,8	400	44,6	4.654	72.408
6	DUPLEX 4	3	2	98,7	78.050	5,5	578	44,6	4.654	83.282
TOTAL		8		551,6	436.331	46,58	4.863	131,5	13.732	454.926

CUADRO 5.1.2 PROGRAMA Y PRECIOS DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

Con estas consideraciones, se establece un precio de venta de 791 dólares el metro cuadrado¹¹. Este precio toma como referente los precios de los proyectos “Los Ceibos” (\$ 776 m²) y “Villa Magna” (\$ 753 m²), en departamentos de 2 dormitorios. En vista de que la ventaja competitiva del proyecto son las terrazas y jardines que ofrece este valor se cobra aparte y se ha determinado en \$ 104 m². Estableciéndose así el valor comercial de cada departamento de acuerdo al cuadro 5.1.2.

De esta forma se trabaja con rangos de precios de \$ 83.000 a \$ 88.000 para departamentos de tres dormitorios con áreas de 100 y 110 m² respectivamente. En los departamentos de 2 dormitorios los precios oscilan entre \$ 66.000 y \$ 73.000 con áreas entre 83 y 90 m².

	PROGRAMA			PRECIO m ² USD	INCLUYE
	DORM	PARQU			
1	DUPLEX 1	2	1	802	TERRAZA
2	DUPLEX 2	3	2	801	TERRAZA
3	SIMPLE 1	2	1	855	JARDÍN
4	SIMPLE 2	2	1	803	TERRAZA
5	DUPLEX 3	2	1	850	JARDÍN
6	DUPLEX 4	3	2	844	JARDÍN
TOTAL			8	825	PROMEDIO

CUADRO 5.1.3 PAISAJE ILALÓ: PRECIO POR m² TOTAL

Elaboración: L Estrella

Finalmente el hecho de que las unidades tengan jardín o terraza es lo que determina el precio por metro cuadrado de los departamentos. De esta forma, el precio promedio para las unidades que

¹¹ Este precio está estipulado para el área útil e incluye parqueaderos. El precio de terrazas y jardines es cobrado aparte de acuerdo a las características de cada unidad.



tienen solo terraza es de \$ 802 por m², mientras que los que sí tienen jardín tienen un valor promedio de \$ 850 por m². En definitiva, el precio promedio por m² del proyecto es de \$825 por m².

5.2 POLÍTICA DE PRECIOS

La política de precios establecida para la venta del proyecto está planteada de acuerdo al tiempo en que se adquiere el inmueble y al riesgo que comparten el comprador y el promotor inmobiliario. De esta forma, para aquellos compradores que adquieren el inmueble en planos ofrecemos un descuento del 3% del precio anteriormente fijado. Luego, se incrementa cada 3 meses un 2% hasta la entrega del inmueble.



DURACIÓN FASE VENTAS			PROYECCIÓN DE VENTAS															
14 meses		MODELO																
10% INICIO		20% EN CUOTAS HASTA ENTREGA																
70% FINAL + 60 DIAS		70% FINAL + 60 DIAS																
POLÍTICA DE PRECIOS	VENTA TOTAL	% DE VENTA	MES DE VENTA	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTAL
DESCUENTO 3%	441.278	12%	3	5.295	963	963	963	963	963	963	963	963	963	963	963	963	37.067	52.953
PRECIO FIJO	454.926	12%	4	5.295	5.295	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	1.059	37.067	52.953
INCREMENTO 2%	464.024	6%	5	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	19.107	27.296
INCREMENTO 2%	473.123	6%	6	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	2.730	19.107	27.296
INCREMENTO 2%	482.221	16%	7	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	19.107	27.296
			8	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	19.489	27.841
			9	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	19.489	27.841
			10	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	2.784	19.489	27.841
			11	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			12	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			13	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			14	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			15	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			16	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	2.839	19.871	28.387
			TOTAL	5.295	6.258	4.751	5.358	6.040	6.875	7.803	8.917	10.363	12.256	15.094	26.449	23.147	323.416	462.023

CUADRO 5.2.1 POLÍTICA DE PRECIOS, VENTAS ESTIMADAS Y PROYECCIÓN DE VENTAS



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

5.3 ANALISIS DE LAS METAS DE LAS VENTAS

Después de una indagación sobre el perfil del cliente de la zona se conoce que los posibles compradores prefieren adquirir los inmuebles cuando ya están construidos. Por este motivo, nuestra política de ventas privilegia a los clientes que compran en planos o durante la construcción.

Con los porcentajes de ventas proyectados se determina que la meta de ventas es colocar 2 unidades en preventas (mes 3 – 4) y 1 departamento cada tres meses hasta el cierre del proyecto.

ESCENARIO PROBABLE DE VENTAS DEL PROYECTO						
	PRECIO TOTAL	MES 3 - 4	MES 5 - 7	MES 8 - 10	MES 11 - 14	MES 15 +
		DESCUENTO 3%	PRECIO FIJO	INCREMENTO 2%	INCREMENTO 4%	INCREMENTO 6%
1 DUPLEX 1	72.996	70.807	72.996	74.456	74.456	77.376
2 DUPLEX 2	88.832	86.167	88.832	90.609	92.386	94.162
3 SIMPLE 1	70.767	68.644	70.767	72.182	73.598	75.013
4 SIMPLE 2	66.640	64.640	66.640	67.972	69.305	70.638
5 DUPLEX 3	72.408	70.236	72.408	73.856	75.305	76.753
6 DUPLEX 4	83.282	80.784	83.282	84.948	86.614	88.279
	454.926	441.278	454.926	464.024	471.663	482.221

CUADRO 5.3.1 ESCENARIO PROBABLE DE VENTAS DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

Sin embargo, ésta es una meta ambiciosa si consideramos que el promedio de absorción anual de la ZONA 3 es del 25% anual. Para calcular este porcentaje de absorción se han tomado en consideración los proyectos de I. Cáceres, Alguer, Los Ceibos, Britania, Villa Magna, Tizzona. Proyectos que plantean una programa similar al que plantea Paisaje Ilaló.

Se identifica que el porcentaje de absorción de la zona es bajo. Existen dos razones que explican este fenómeno. La primera es que existen proyectos grandes (hasta 70 unidades) que están planificados para dos años o más, por lo que a pesar de que cumplan sus metas de ventas el porcentaje de absorción anual es bajo. La segunda en cambio tiene que ver con los proyectos



pequeños que a pesar de ser planificados para máximo 18 meses, no consiguen acabar la construcción ni vender su producto en ese tiempo.

Los proyectos que tienen mejor inserción en el mercado se caracterizan por:

- Estar ubicados en zonas más centrales y concurridas
- El trabajo de ventas lo realizan a través de una inmobiliaria o un equipo especializado en ventas que hace seguimiento a sus clientes
- Publicitan en revistas especializadas

Los proyectos que no tienen una rápida acogida en el mercado se caracterizan por:

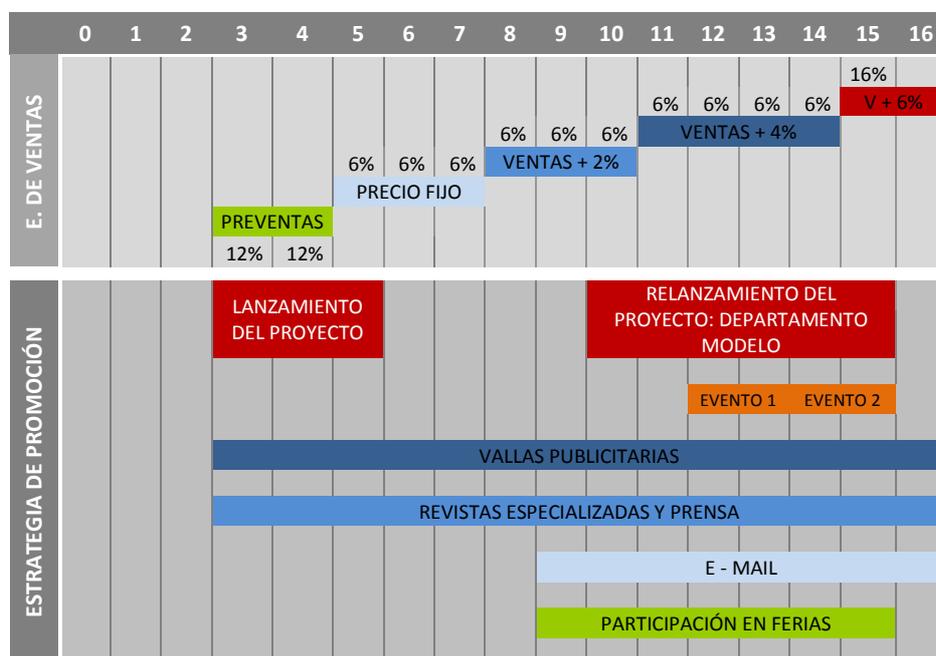
- Estar ubicados en lugares de poca afluencia de tránsito, en espacios más retirados dentro de la misma urbanización
- No existen vallas que permitan dar a conocer el producto en espacios concurridos (por ejemplo en la calle principal)
- Su producto no toma en cuenta los espacios verdes privados
- No existe un plan de ventas
- No existe una persona responsable de promoción y ventas que realice un seguimiento del cliente potencial

A pesar de que el porcentaje de absorción de la zona es bajo, se pueden identificar algunas estrategias de venta y de promoción que pueden ser trabajadas para ubicar nuestro producto a disposición del cliente que lo expondremos en la estrategia de promoción.

5.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008



CUADRO 5.4.1 ESTRATEGIA DE VENTAS Y DE PROMOCIÓN DEL PROYECTO

Elaboración: L Estrella

La estrategia de promoción va dirigida a hogares de 3 a 5 personas por familia, de clase media, que tenga deseo o necesidad de vivir en el valle de Cumbayá.

El estudio de mercado determinó que la preferencia de los compradores de esta zona está en productos terminados o por terminar. Nuestros clientes desean ver la calidad del producto que se está ofreciendo y en vista de que la empresa es nueva, se considera indispensable contar con un departamento modelo en el cual se pueda apreciar las ventajas de nuestro producto.

La estrategia de ventas será continua desde el mes 3 hasta el cierre del proyecto. Sin embargo tendrá dos momentos de mayor énfasis: el lanzamiento del proyecto (al inicio de las preventas) y el relanzamiento del proyecto (desde el momento que se puede realizar la inauguración del departamento modelo).

El lanzamiento del proyecto es la introducción del producto en el mercado. En este momento es importante dar a conocer la ubicación y características del proyecto, la vista que tendrá, las facilidades de pago y el descuento que se ofrece si se compra en planos.



Como nuestro público objetivo serán personas interesadas en adquirir vivienda por la zona se utilizarán vallas publicitarias, publicidad en prensa y en revistas especializadas. El lanzamiento del proyecto se lo realizará durante los meses 3 y 5 del cronograma de ventas del proyecto, que coincide con los meses de preventas, como se evidencia en el cuadro 5.4.1.

Una estrategia de promoción interesante si se está ubicado en la vía de acceso a proyectos más grandes es aprovechar el aparato de difusión de dichos proyectos (por ejemplo, Alguer lo hace con el proyecto La Hondonada de Mutualista Pichincha). Entonces, es importante la ubicación correcta de vallas publicitarias para dar a conocer a más personas nuestro proyecto.

El segundo momento importante será el relanzamiento de proyecto. Esta fase de la promoción iniciará con la inauguración del departamento modelo y la presentación del proyecto completo. Para esto se ofrecerá una reunión entre el equipo encargado de la ejecución del proyecto, los compradores en preventas, vecinos/as del proyecto, periodistas especializados y otras personas interesadas en la compra. Se han planificado dos eventos más que buscan concentrar clientes objetivos para que puedan conocer el departamento modelo, las ventajas del producto y además algunos consejos y asesoría al momento de comprar vivienda.

Esta fase de relanzamiento se realizará desde el mes 10 en adelante. Se trabajará una promoción más agresiva que durará hasta el cierre del proyecto o hasta que todo esté vendido. Así promocionaremos en prensa escrita y revistas especializadas, asistiendo a ferias y eventos relacionados en los cuales se pueda dar a conocer el proyecto, y haciendo publicidad mediante correos electrónicos a bases de datos o volantes publicitarios.

Es importante participar en las ferias de la vivienda y construcción que se realizan en Quito con un stand para mostrar a nuestros clientes las ventajas de Paisaje Ilaló. El objetivo principal de participar en dichas ferias es dar a conocer la empresa inmobiliaria/constructora y el producto en cuestión, además de conformar una base de datos de posibles interesados en adquirir vivienda. Después de la feria el equipo de ventas debe realizar un trabajo de seguimiento a los posibles compradores para ofrecer el producto, de acuerdo a las necesidades de cada cliente. Es importante llevar que los clientes visiten el proyecto para asegurar las ventas.



La estrategia de ventas y promoción requiere del trabajo de un equipo especializado que da seguimiento al cliente desde la promoción hasta la concreción de las ventas. Esto se hace indispensable en este proyecto ya que el porcentaje de absorción de la zona es bajo, y requerimos transformar este escenario para un mejor rendimiento del negocio en el tiempo.



6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO DE RESULTADOS DEL PROYECTO			
	INGRESOS	VENTAS	
UNIDADES		6	
ÁREA PROMEDIO m ²		92	
PRECIO PROMEDIO	\$	77.004	
TOTAL INGRESOS	\$	462.023	
	EGRESOS	COSTOS	
COSTOS DIRECTOS	\$	287.119	
COSTOS INDIRECTOS	\$	62.855	
TOTAL EGRESOS	\$	349.975	
UTILIDAD	\$	112.048	
MARGEN =		24%	16 MESES
UTILIDAD / VENTAS		18%	12 MESES
RENTABILIDAD =		32%	16 MESES
UTILIDAD / INVERSIÓN		24%	12 MESES

CUADRO 6.1.1 CUADRO DE RESULTADOS

Fuente: L Estrella

El proyecto Paisaje Ilaló tiene un costo total de 350.000 dólares. Los ingresos proyectados por ventas ascienden a 460.000 dólares, obteniendo una utilidad de 112.000 dólares.



La eficiencia operativa del proyecto está medida por el margen: el porcentaje de la utilidad sobre las ventas. Los proyectos inmobiliarios estiman un margen mínimo del 20%, por lo que el 24% supera estas expectativas.

La rentabilidad del proyecto es el porcentaje de la utilidad sobre el costo o la inversión total, que en este caso llega al 32%.

6.2 ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS

FLUJO DE FONDOS																	
EN MILES DE DÓLARES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
INGRESOS				5	6	5	5	6	7	8	9	10	12	15	26	23	323
EGRESOS	50	3	3	7	7	10	20	20	28	28	30	39	39	31	31	2	1
SALDO	50	3	3	2	1	5	15	14	21	20	21	29	27	16	4	21	322
ACUMULADO	50	54	57	58	59	65	79	93	115	135	156	185	211	227	231	210	112

CUADRO 6.2.1 FLUJO DE FONDOS

Fuente: L Estrella

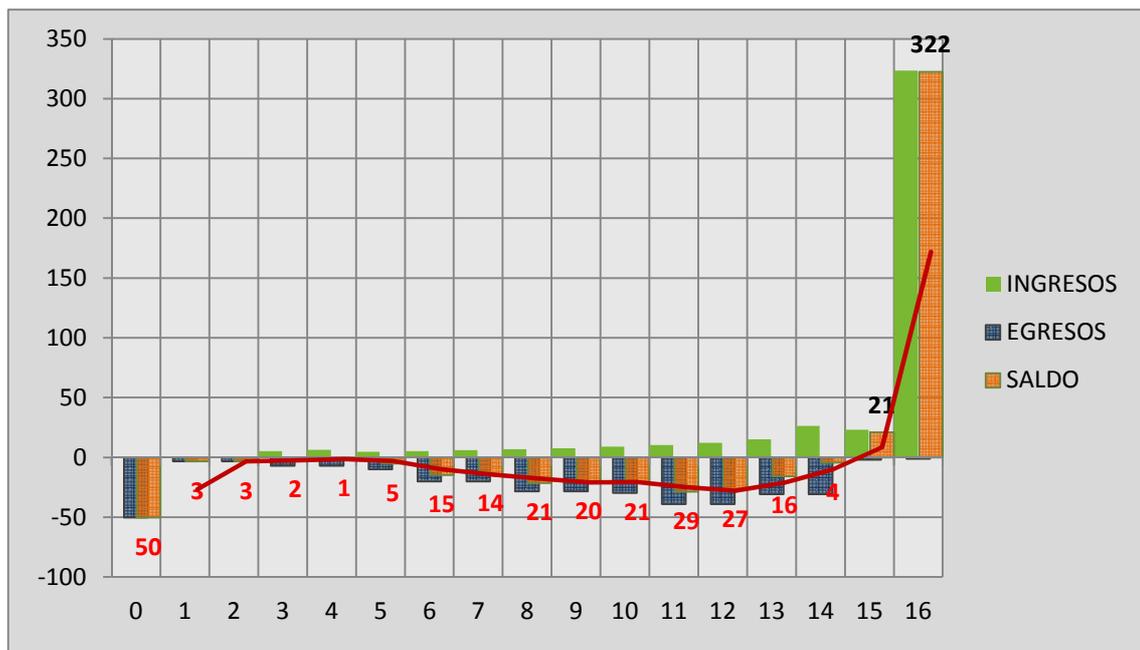


GRAFICO 6.2.1 PERFIL DE INGRESOS, EGRESOS Y FLUJO NETO (en miles de USD)



Fuente: L Estrella

Como se analizó en el capítulo 4, los egresos del proyecto están planificados en función de alcanzar un plazo eficiente de recuperación de la inversión. Además, el capítulo 5 describe las expectativas de venta del proyecto. Allí se estipula un plan de ventas óptimo de 14 meses que finaliza dos meses después de terminar la obra civil.

Al integrar la información del cronograma valorado de costos del proyecto con la proyección de ventas se obtiene el flujo de fondos del proyecto.

6.3 JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

TASA DE DESCUENTO CON EL MÉTODO CAPM			
Capital Asset Pricing Model			
1	Tasa de interés LIBRE DE RIESGO del país de referencia (Bonos EEUU)	r^o	3,03%
2	Rendimiento del MERCADO : empresas constructoras en EEUU	rc	10,96%
3	COEFICIENTE DE RIESGO de la industria de la construcción de casas en EEUU	β	1,86
4	RIESGO DEL ACTIVO $\rightarrow RE = r^o + (rc - r^o) \times \beta$	Ra	17,78%
5	Tasa asociada al riesgo del Ecuador (RIESGO PAIS)	Rp	5,56%
TASA DE DESCUENTO $RE = r^o + rp + (rc - r^o) \times \beta$		RE	23,34%

CUADRO 6.3.1 TASA DE DESCUENTO CON EL MÉTODO CAPM

Fuente: L Estrella

En el Ecuador no existe la información técnica necesaria para determinar la tasa de descuento del sector inmobiliario. Por esta razón, se emplea el método CAPM (Capital Asset Pricing Model) que utiliza valores referenciales del mercado de Estados Unidos e incluye la tasa de riesgo país del Ecuador. Este método a junio del 2008 arroja una tasa de descuento del 23.34%.



No obstante, esta tasa se considera referencial, pues no refleja la realidad del mercado local. Entonces, la determinación de la tasa de descuento está justificada por la tendencia actual del mercado inmobiliario del Ecuador que fluctúa entre el 20% y 25%. Para el proyecto Paisaje Ilaló, se trabajará con el 25%, pues es el rendimiento mínimo que esperan los inversionistas.

6.4 EL VAN Y LA TIR EN EL ESCENARIO PROBABLE

TASA DE DESCUENTO		TIR	VAN
ANUAL	25,00%	68,47%	\$ 52.684
MENSUAL	1,88%	4,44%	

CUADRO 6.4.1 TASA DE DESCUENTO, TIR Y VAN

Fuente: L Estrella

Bajo las condiciones descritas en los incisos anteriores el proyecto arroja un VAN positivo de \$ 52.684, lo que implica una tasa interna de retorno del 68.5%.

6.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

Una vez establecido el Valor Actual Neto (VAN) en el escenario probable, es necesario hacer un análisis de sensibilidad que considere las siguientes variables: incremento de costos, disminución del precio de ventas y variación de la duración de la fase de ventas.



6.5.1 VARIACIÓN PORCENTUAL DE LOS COSTOS

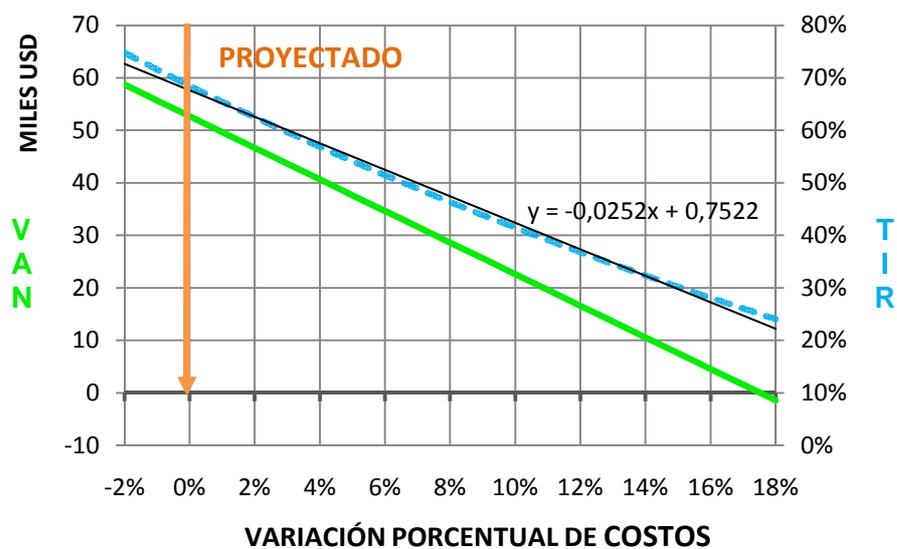


GRAFICO 6.5.1 VARIACIÓN PORCENTUAL DE COSTOS

Fuente: L Estrella

Para recibir un rendimiento del 25% sobre la inversión, los costos pueden subir hasta un máximo de 17,5%. Pues por cada punto porcentual de incremento de costos, el VAN se reduce en \$ 3.007 y el TIR en 2,5%.

INCREMENTO COSTOS	REDUCCIÓN VAN	REDUCCIÓN ≈ TIR	INCREMENTO COSTOS → VAN = 0
+ 1%	\$ -3.007	-2,5%	17,5%

CUADRO 6.5.1 RESULTADOS DE VARIACIÓN PORCENTUAL DE COSTOS

Fuente: L Estrella



6.5.2 VARIACIÓN PORCENTUAL DE LOS PRECIOS

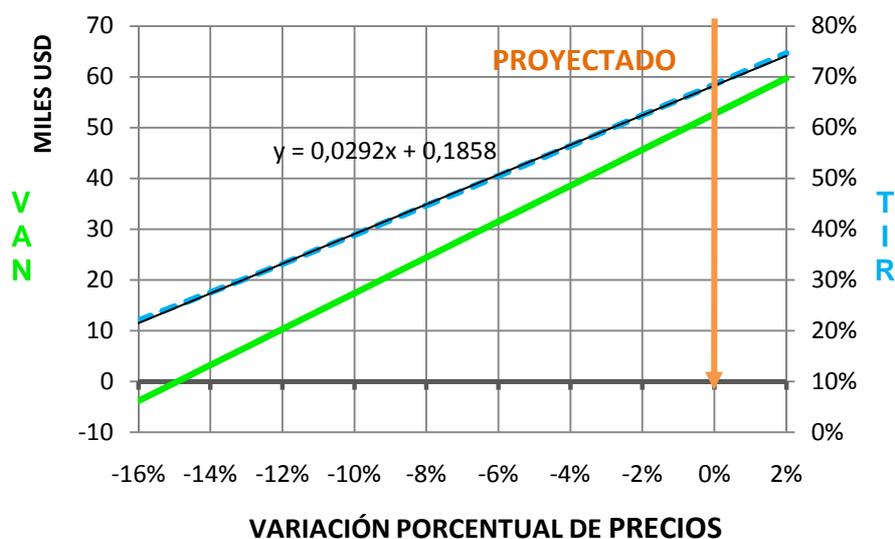


GRAFICO 6.5.2 VARIACIÓN PORCENTUAL DE PRECIOS

Fuente: L Estrella

Con respecto a la variación porcentual de los precios, el proyecto soporta una reducción del importe de venta de hasta el 14,9% para mantener la tasa de descuento del 25% sobre la inversión. Esto significa que por cada punto porcentual de rebaja en los precios de venta, el VAN se reduce en \$ 3.534 y el TIR en 2,9%.

En conclusión el proyecto es más sensible a la reducción de precios de venta que al incremento de costos.

REDUCCIÓN PRECIO DE VENTA	REDUCCIÓN VAN	REDUCCIÓN ≈ TIR	REDUCCIÓN PRECIO DE VENTA → VAN = 0
- 1%	\$ - 3.534	-2,9%	14,9%



CUADRO 6.5.2 RESULTADOS DE VARIACIÓN PORCENTUAL DE PRECIOS

Fuente: L Estrella



6.5.3 VARIACIÓN DE LA DURACIÓN DE LA FASE DE VENTAS

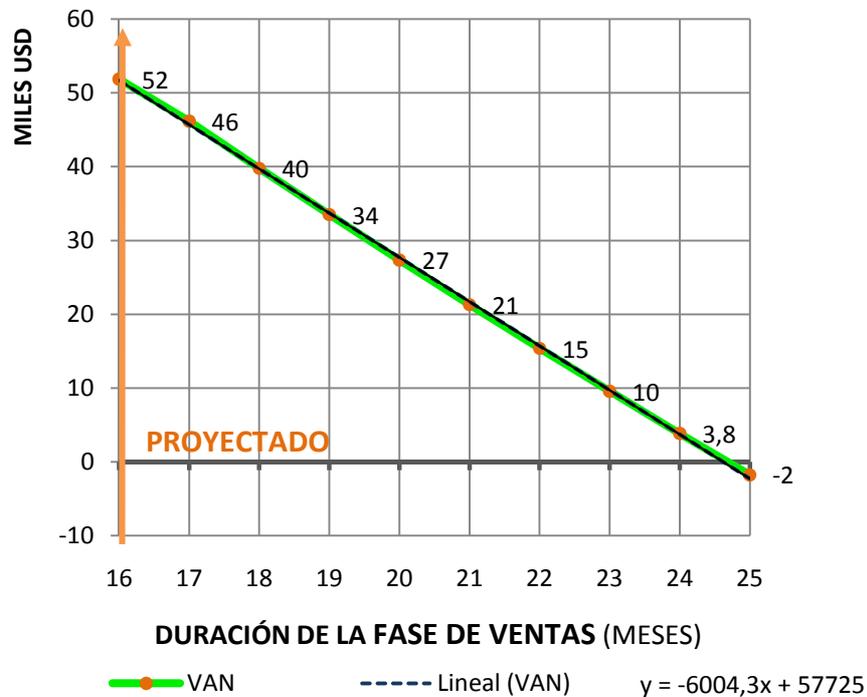


GRAFICO 6.5.3 VARIACIÓN DE LA DURACIÓN DE LA FASE DE VENTAS

Fuente: L Estrella

El escenario meta de comercialización considera un período de ventas de 14 meses, que va desde el mes 3 al mes 16. El análisis de sensibilidad se lo realizó hasta el mes 25 momento en el cual el VAN empieza a ser negativo considerando una tasa de descuento del 25%.

DILATACIÓN TIEMPO DE VENTA	REDUCCIÓN ≈ VAN	DILATACIÓN TIEMPO DE VENTA → VAN = 0
+ 1 MES	\$ 6.004	+ 8 MESES

CUADRO 6.5.3 RESULTADOS DE VARIACIÓN DE LA DURACIÓN DE LA FASE DE VENTAS

Fuente: L Estrella



El resultado de este análisis indica que el período de ventas puede extenderse 8 meses (hasta el mes 24) a partir del mes de cierre del proyecto (mes 16) para mantener la rentabilidad mínima deseada.

Como el análisis precedente se realizó considerando el escenario probable el proyecto es poco sensible a las variables. Esto significa que si no se logra este escenario el proyecto tiene un amplio margen. Este hecho permite determinar que existen altas probabilidades de alcanzar el rendimiento mínimo esperado.

Finalmente, el proyecto Paisaje Ilaló es más sensible a la velocidad que al precio de ventas y es menos sensible al incremento de costos.

6.6 ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS ACUMULADOS

FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS																	
EN MILES DE DÓLARES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
INGRESOS	-	-	-	5	12	16	22	28	35	42	51	62	74	89	115	139	462
EGRESOS	50	54	57	64	71	81	101	121	149	177	207	246	285	316	347	349	350
SALDO	50	54	57	58	59	65	79	93	115	135	156	185	211	227	231	210	112

CUADRO 6.6.1 FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS

Fuente: L Estrella

El análisis de ingresos y egresos acumulados nos permite determinar el monto y período del valor máximo de la inversión requerida. En este caso esto sucede en el mes 14, donde encontramos el saldo acumulado más alto con \$231.000.



INGRESOS - EGRESOS ACUMULADOS

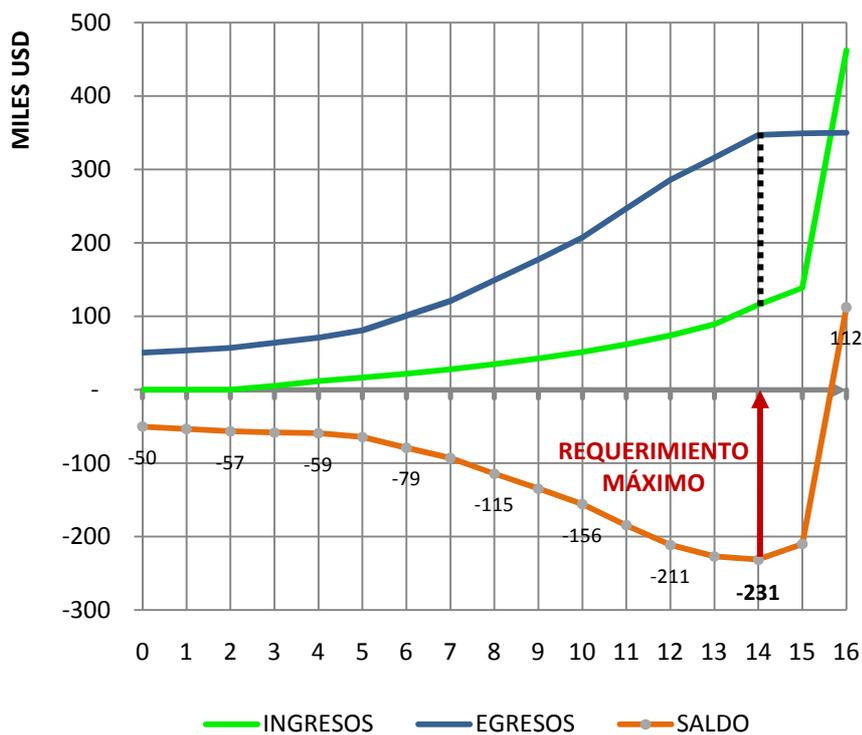


GRÁFICO 6.6.1 INGRESOS - EGRESOS ACUMULADOS VS. SALDO MENSUAL

Fuente: L Estrella

6.7 ANÁLISIS FINANCIERO CON APALANCAMIENTO

PARTICIPACIÓN % DE LOS RECURSOS					
	APORTE	USD	%	USD	%
INVERSIONISTAS	1 TERRENO	\$ 50.319	21%	\$ 147.152	62%
	2 CAPITAL	\$ 96.833	41%		



CRÉDITO BANCARIO	CAPITAL	\$ 90.000	38%	\$ 90.000	38%
INVERSIÓN MÁXIMA			100%	\$ 237.152	100%

CUADRO 6.7.1 PARTICIPACIÓN % DE LOS RECURSOS

Fuente: L Estrella

El monto de crédito para el apalancamiento está definido en función de la disponibilidad de capital de los inversionistas y del monto requerimiento máximo del proyecto apalancado que se ubica en el mes 13 con \$ 147.000.

El primer inversionista es el dueño del terreno con un aporte de \$ 50.319 y representa el 21% de la inversión máxima. El segundo inversionista dispone de \$ 96.833 que corresponden al 41%. El 38% restante es financiado mediante crédito bancario.

CONDICIONES DEL CRÉDITO					
MONTO A FINANCIAR		\$	90.000		
TASA ANUAL			9,00%		
TASA MENSUAL			0,72%		
PERÍODO			10	meses	
DESEMBOLSO	9 PAGOS	\$	10.000	MES 6 - 14	
AMORTIZACIÓN	1 PAGO	\$	93.979	MES 16	
CAPITAL		\$	90.000	MES 16	
INTERESES		\$	3.979	MES 16	

CUADRO 6.7.2 CONDICIONES DEL CRÉDITO

Fuente: L Estrella



El crédito bancario de \$ 90.000 será financiado al 9% anual por un período de 10 meses, desembolsado en 9 cuotas de \$ 10.000 cada una y cancelado dos meses después del último desembolso.

Este plan de crédito responde al monto de la inversión necesaria para cada período, principalmente determinado por el avance de la obra civil. Por esta razón el primer desembolso se lo hace en el mes 6, (segundo mes de construcción: inicio estructura) y el último en el mes 14 cuando termina la obra.

FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS CON APALANCAMIENTO																	
EN MILES DE DÓLARES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
INGRESOS	-	-	-	5	12	16	22	28	35	42	51	62	74	89	115	139	462
EGRESOS	50	54	57	64	71	81	91	101	119	137	157	186	215	236	257	259	354
SALDO	50	54	57	58	59	65	69	73	85	95	106	125	141	147	141	120	108

CUADRO 6.7.3 FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS CON APALANCAMIENTO

Fuente: L Estrella

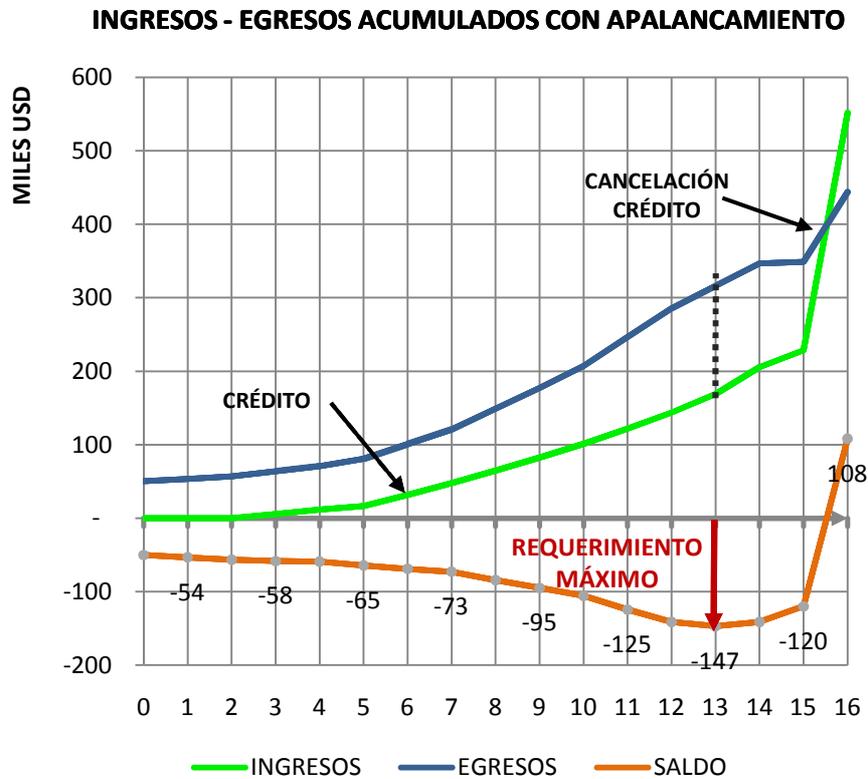


GRÁFICO 6.7.1 FLUJO DE FONDOS ACUMULADOS CON APALANCAMIENTO

Fuente: L Estrella

En el siguiente cuadro de flujo de fondos con apalancamiento se evidencia la forma de desembolso del crédito y su cancelación al final del proyecto.



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO																	
EN MILES DE DÓLARES																	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
VENTAS	-	-	-	5	6	5	5	6	7	8	9	10	12	15	26	23	323
CRÉDITO	-	-	-	-	-	-	10	10	10	10	10	10	10	10	10	-	-
INGRESOS	0	0	0	5	6	5	15	16	17	18	19	20	22	25	36	23	323
PROYECTO	50	3	3	7	7	10	20	20	28	28	30	39	39	31	31	2	1
PAGO CRÉDITO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94
EGRESOS	50	3	3	7	7	10	20	20	28	28	30	39	39	31	31	2	95
SALDO	50	3	3	2	1	5	5	4	11	10	11	19	17	6	6	21	228

CUADRO 6.7.4 FLUJO DE FONDOS CON APALANCAMIENTO

Fuente: L Estrella

El análisis precedente nos permite calcular el VAN del proyecto financiado que asciende a \$ 57.704 y la tasa interna de retorno que corresponde al 87% anual.

TASA DE DESCUENTO		TIR	VAN
ANUAL	25,00%	86,99%	\$ 57.704
MENSUAL	1,88%	5,35%	

CUADRO 6.7.5 TIR Y VAN CON APALANCAMIENTO

Fuente: L Estrella

6.8 PROYECTO PURO VS. PROYECTO CON APALANCAMIENTO

Para finalizar la evaluación financiera es necesario hacer una comparación de los resultados del proyecto puro y del proyecto financiado. Como el monto de la inversión en el caso de usar apalancamiento es sustancialmente menor que en el proyecto puro la tasa interna de retorno anual del proyecto financiado es 19 puntos porcentuales mayor.



De igual forma la rentabilidad (en los 16 meses del proyecto) expresada como la utilidad sobre la inversión es un 25% mayor en el proyecto financiado que en el proyecto puro. Sin embargo la diferencia del VAN no es sustancial pues se incrementa en \$ 5.000 en el proyecto con crédito.

VARIACIONES DE INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS				
	PROYECTO PURO		PROYECTO CON CRÉDITO	
INVERSIÓN	\$	231.468	\$	147.152
UTILIDAD	\$	112.048	\$	108.069
VAN	\$	52.684	\$	57.704
TIR ANUAL		68%		87%
RENTABILIDAD 16 MESES:				
UTILIDAD		48%		73%
INVERSIÓN				
RENTABILIDAD 12 MESES:				
UTILIDAD		36%		55%
INVERSIÓN				

CUADRO 6.8.1 VARIACIONES DE INDICADORES ECONÓMICO FINANCIEROS

Fuente: L Estrella

En conclusión, es mucho más rentable desarrollar un proyecto con apalancamiento porque la utilidad es prácticamente igual teniendo un monto de inversión sustancialmente menor.

7. ESTRATEGIA LEGAL

Paisaje Ilaló está en fase de factibilidad por lo que este capítulo sugerirá una estrategia legal para la constitución de la sociedad que realizará el proyecto, los requerimientos solicitados para la construcción, comercialización y tributación.

7.1 LA SOCIEDAD DE LOS INVERSIONISTAS

Para la realización de este proyecto se asocian varios inversionistas que necesitan establecer lineamientos legales claros. Después de consultar a un especialista en el tema, se recomienda realizar un convenio de cuentas en participación. En este documento se determinan los derechos y obligaciones de los inversionistas capitalistas y del dueño del terreno. En este caso, la participación será proporcional al monto invertido por cada participante, por lo que es indispensable acordar por escrito el valor del terreno, los aportes que realizarán los inversionistas y tener definido el proyecto en su aspecto técnico - arquitectónico, financiero, de comercialización y gestión. Finalmente, para determinar responsabilidades es necesario nombrar un representante legal y un contador.

Este convenio será de carácter privado y tendrá como objeto específico la edificación y comercialización de los departamentos del proyecto Paisaje Ilaló.

Para la realización de este convenio se requiere tener registrados los planos en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y la declaratoria de propiedad horizontal.

7.2 DE LA CONSTRUCCIÓN DEL PROYECTO



A continuación se enumeran los requisitos necesarios para que el proyecto cumpla los requerimientos municipales que se enmarcan dentro de la reglamentación del Distrito Metropolitano de Quito:

Registro de los planos

Declaratoria de propiedad horizontal

Permiso de construcción

Permiso de habitabilidad

7.3 DEL PROCESO DE COMPRA Y VENTA

Tanto el comprador como el vendedor necesitan asegurar el proceso de compra-venta del inmueble. La figura legal más acertada es la promesa de compra-venta en la que se estipula el valor y las características tanto del departamento como del edificio en general. Además se determinan las responsabilidades a las que se sujetan el comprador y el vendedor en caso de realizarse o no la transacción.

Para firmar la promesa de compra-venta, el comprador deberá entregar el 10% del valor total del inmueble, de esta forma el vendedor queda obligado a congelar el precio y a entregarlo en los plazos establecidos. Además el comprador queda obligado a cancelar el 30% del valor del inmueble hasta la entrega del mismo, y el 70% contra entrega del departamento. En ese momento se realiza la firma de las escrituras, para lo cual será necesaria la firma de un acta de entrega recepción del inmueble, y la cancelación del 70% restante (pago total del inmueble).

Por lo general, este 70% se lo obtiene a través de créditos hipotecarios realizados por el cliente en instituciones bancarias, para lo cual el inmueble no debe tener prohibición de enajenar.

7.4 DEL FINANCIAMIENTO AL CONSTRUCTOR



Los constructores que requieren de capital para realizar sus proyectos pueden optar por un crédito bancario y declarar una hipoteca abierta sobre el terreno en el cual se va a construir. Con esta figura queda hipotecado tanto el terreno como lo que se construirá sobre el mismo. Si el terreno tiene derecho de usufructo, es necesario levantarlo para poder proceder a realizar la hipoteca abierta.

Este aspecto debe ser considerado y acordado entre los inversionistas y tiene que constar por escrito en el convenio privado de cuentas de participación, de tal forma que a pesar de que el crédito queda a nombre del dueño del terreno, esté claro que la sociedad es la que está ejecutando el proyecto.

El momento de la firma de las promesas de compra venta se debe incluir una cláusula en la que se explica el estado del terreno (hipotecado de ser el caso) y las estrategias legales que se utilizarán para el levantamiento de la prohibición de enajenar.

En dicho caso, la figura que se utiliza es el levantamiento parcial de la hipoteca. Una vez terminada la construcción del inmueble el valor del mismo supera el porcentaje de cobertura que cada banco establece como su respaldo por el crédito (en el caso de la CFN es el 125%). Además como ya está hecha la declaratoria de propiedad horizontal es posible hacer un levantamiento parcial de la hipoteca de cada departamento, para proceder a su venta. De esta forma se puede vender las unidades e ir pagando el crédito del constructor de acuerdo al plan de pagos propuesto.

7.5 ASPECTOS TRIBUTARIOS

El Servicio de Rentas Internas (SRI) reconoce como contribuyente a los contratos de cuentas en participación. Por esta razón, una vez constituida la sociedad es necesario solicitar el Registro Único de Contribuyentes (RUC) a nombre de ésta, donde se registra al representante legal y al contador. Además, estos nombres deben aparecer en el convenio de cuentas en participación, legalmente registrado en Notaría Pública. De esta manera, esta sociedad y sus representantes legales quedan en la obligación de declarar:

Retenciones del IVA

Retenciones en la fuente



Pago de impuesto a la renta

Anexos transaccionales

Para el proceso de compra - venta de bienes inmuebles, junto con las escrituras la sociedad debe entregar una factura por los correspondientes valores del bien incluido el IVA específico por tipo de producto. Éste podrá ser descontado al hacer el cruce con las retenciones del IVA realizadas en el proceso de ejecución del proyecto.

GERENCIA DEL PROYECTO

Para que el proyecto Paisaje Ilaló se lleve a cabo con éxito es necesario tener claro el alcance, la organización de la entidad ejecutante y el plan de gestión. El alcance del proyecto está descrito en los capítulos precedentes de este documento. En el presente capítulo se describirá el organigrama detallado del equipo del proyecto y la Estructura de Desgloce de Trabajo (EDT).

8.1 ORGANIGRAMA DEL EQUIPO DEL PROYECTO

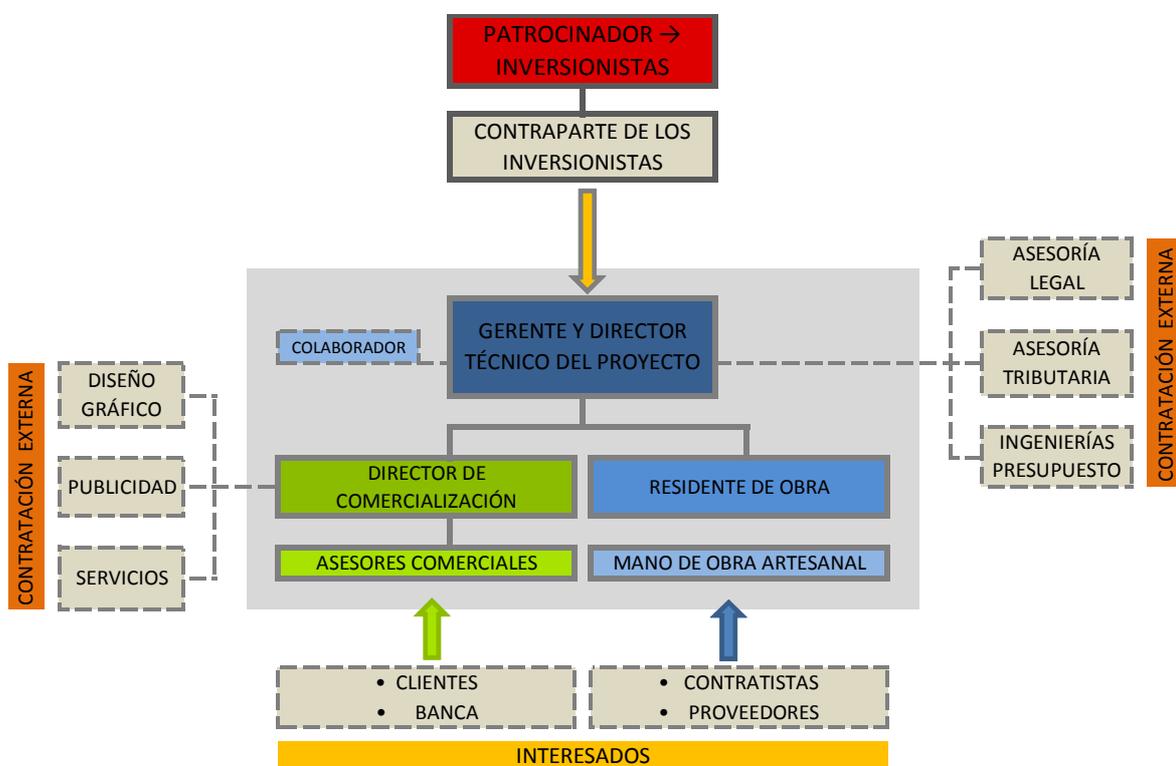
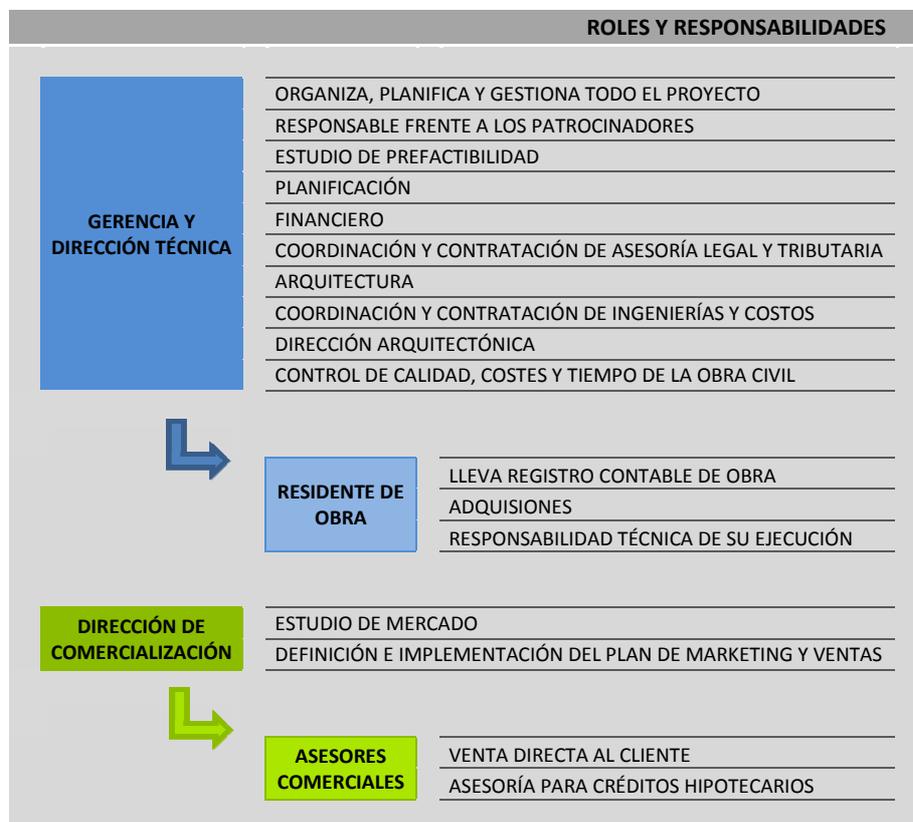


GRÁFICO 8.1.1 ORGANIGRAMA DEL EQUIPO DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

Como este emprendimiento es de mediana escala el equipo de proyecto es lo más compacto posible. Por esta razón, se fusionaron las actividades correspondientes a gerencia y dirección técnica del proyecto. De esta manera, las únicas acciones que se delegan dentro de la organización corresponden a comercialización y residencia de obra por necesitar de un tratamiento especial dentro de un proyecto inmobiliario.

En el siguiente cuadro se especifican los roles y responsabilidades de cada persona dentro de la organización.



CUADRO 8.1.1 ROLES Y RESPONSABILIDADES DEL EQUIPO DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

Para actividades que corresponden a otras áreas de estudio se contratarán profesionales externos a la organización. Éstos incluyen la asesoría legal y tributaria, las ingenierías y presupuesto de obra y finalmente el diseño gráfico y la publicidad.



En vista de que el proyecto es patrocinado por un grupo de inversionistas, el gerente de proyecto estará directamente en contacto con la persona designada como contraparte de los financistas. Existiendo reuniones con todos los capitalistas solo en momentos claves dentro del proyecto.

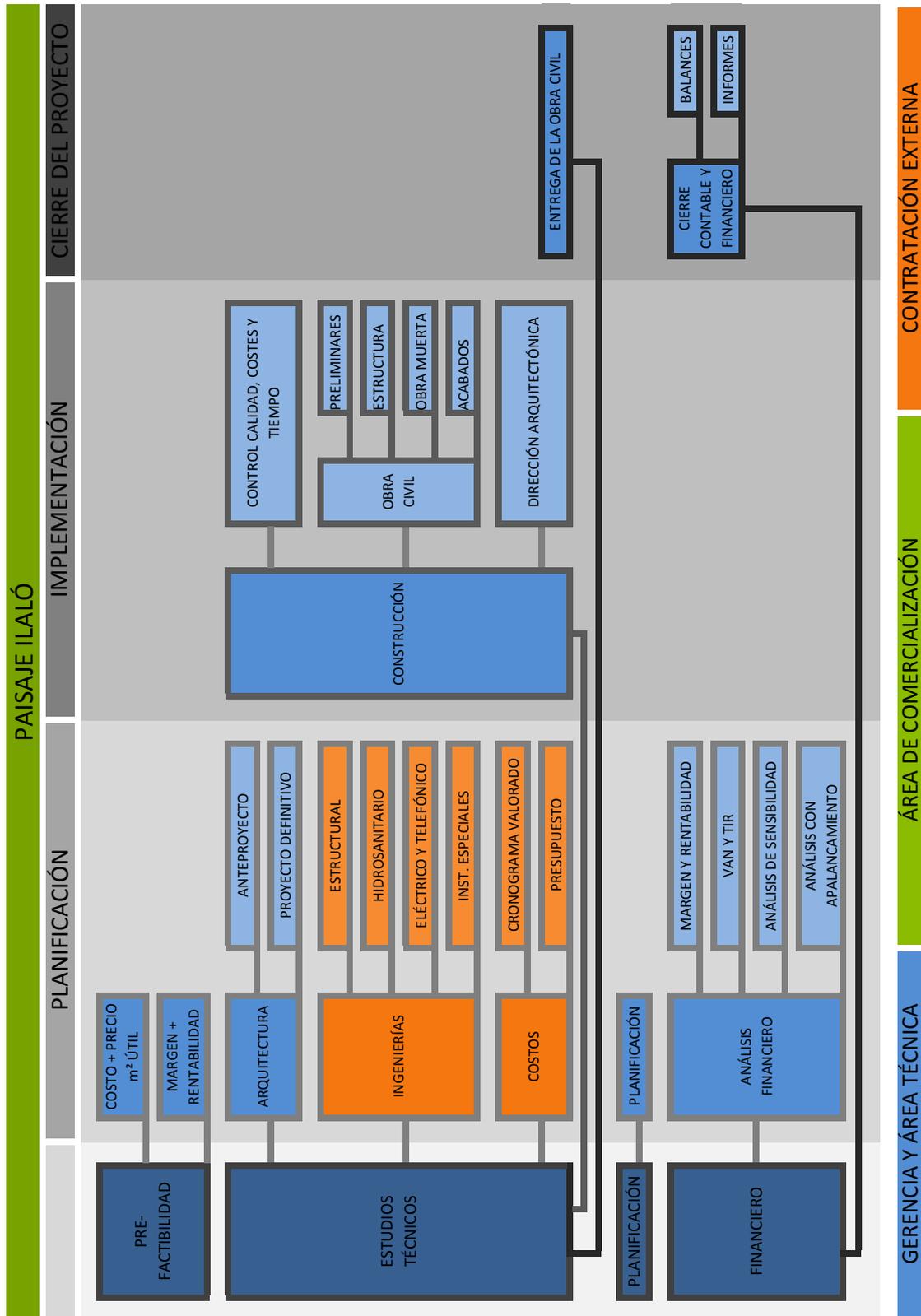
Finalmente, se definen los interesados en el proyecto. Relacionados con el área de comercialización están los clientes (posibles compradores) y la banca (crédito hipotecario), mientras que con la construcción de la obra civil tenemos a los contratistas y proveedores.

8.2 PLAN DE GESTIÓN DEL PROYECTO

Los cuadros que se muestran a continuación explican cómo se va a realizar el proyecto. Esta estructura de desglose del trabajo está organizada en 3 fases: planificación, implementación y cierre. Dentro de cada fase se identifican los productos a entregar y los paquetes de trabajo clasificados de acuerdo al área a la que pertenecen:

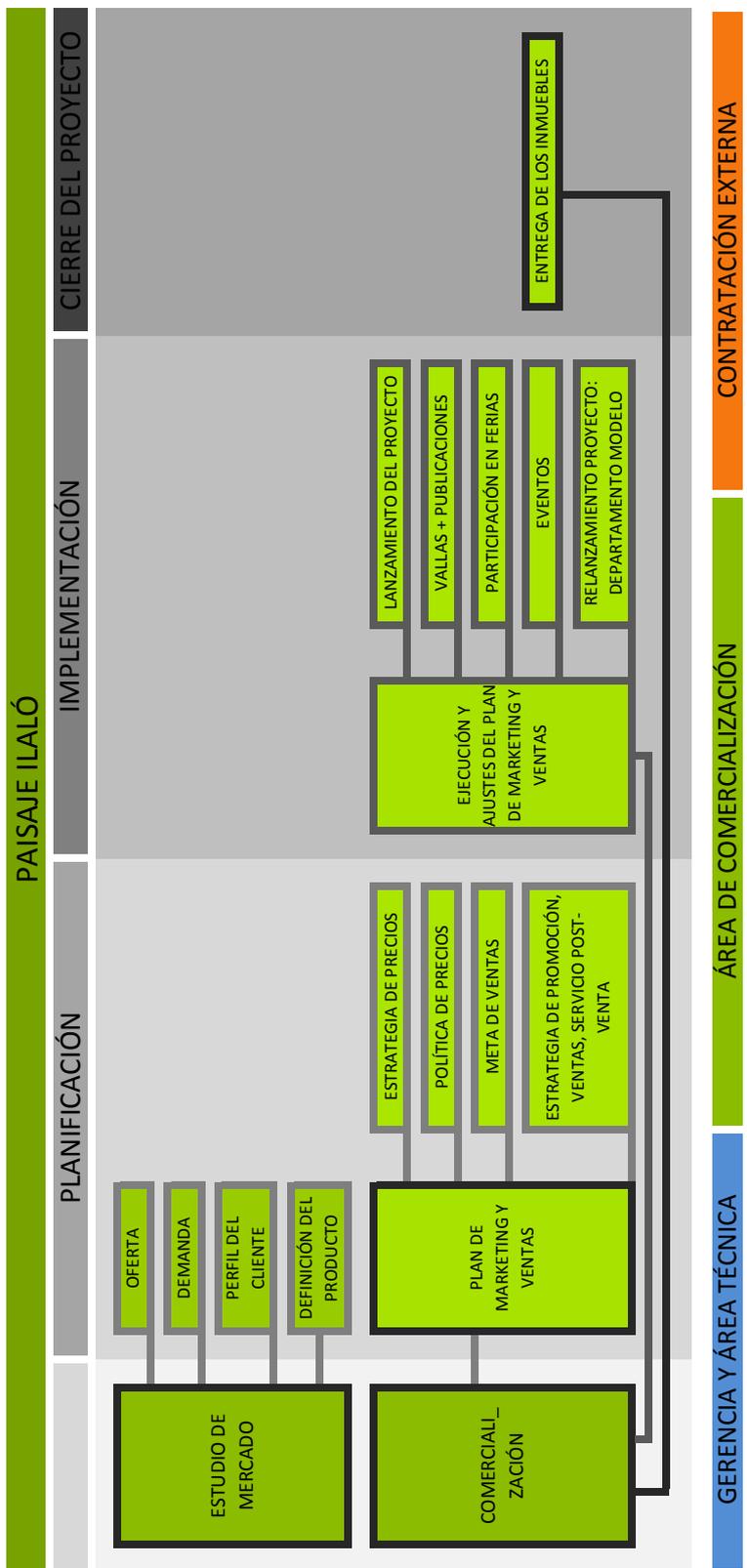
- Gerencia y Área Técnica
- Comercialización
- Asesoría Legal y Tributaria

Cabe recalcar que esta clasificación no es rigurosa, pues existen actividades relacionadas con los estudios técnicos que forman parte del aspecto legal del proyecto. Por ejemplo las licencias y permisos municipales están a cargo del Área Técnica siendo en esencia un aspecto legal.



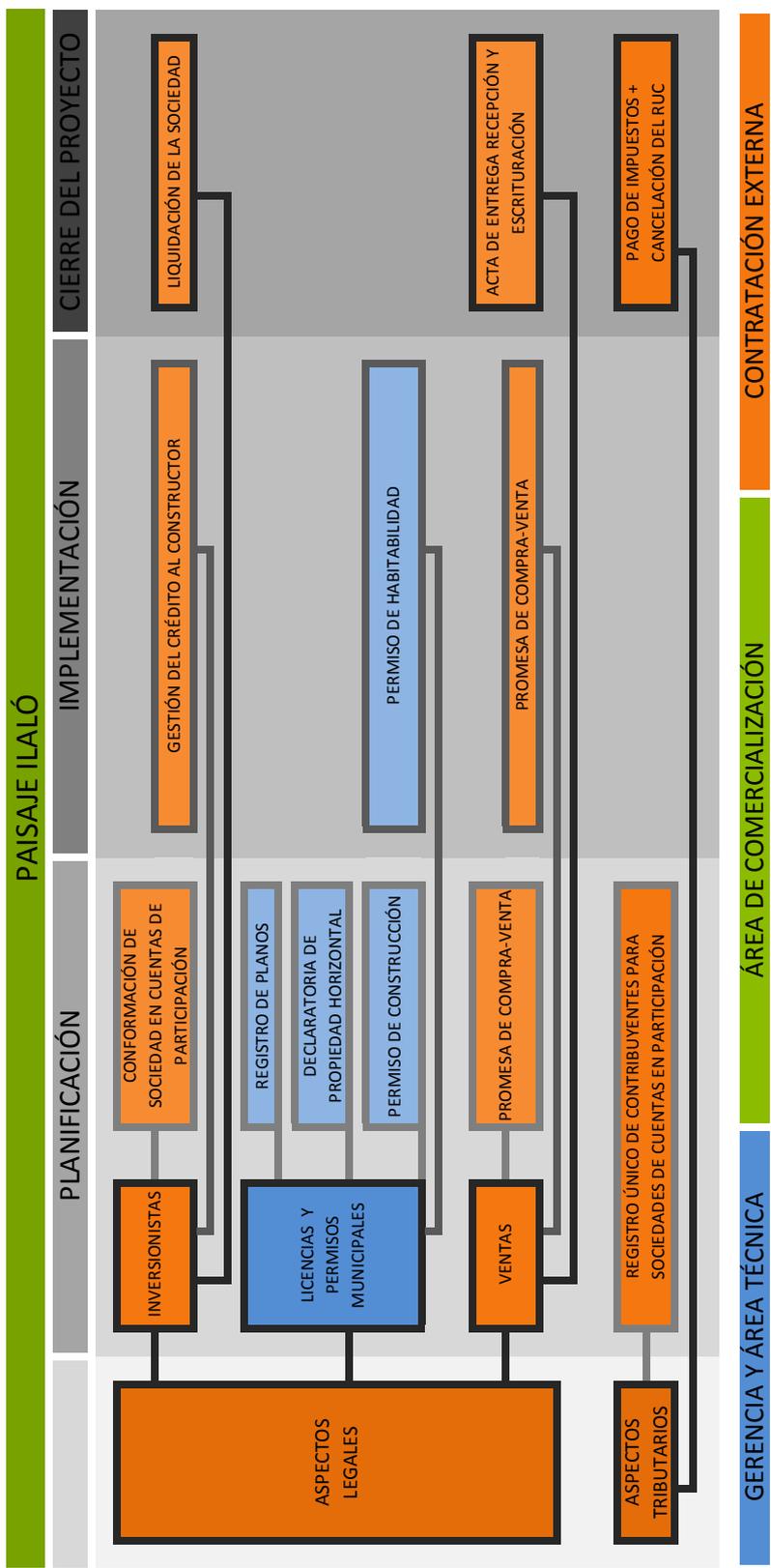
CUADRO 8.2.1 EDT: PREFACTIBILIDAD, ESTUDIOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

Fuente: L Estrella



CUADRO 8.2.2 EDT: ESTUDIO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

Fuente: L Estrella



CUADRO 8.2.2 EDT: ASPECTOS LEGALES Y TRIBUTARIOS



Fuente: L Estrella

8.3 CRONOGRAMAS E HITOS DEL PROYECTO



GRÁFICO 8.3.1 CRONOGRAMA E HITOS DEL PROYECTO

Fuente: L Estrella

El proyecto tiene una duración total de 16 meses con una etapa de planificación de 4 meses que tiene un traslape de 2 meses con la etapa de implementación porque en el mes 3 se inicia la estrategia de comercialización con el lanzamiento del proyecto y las preventas. A partir del mes 5 se inicia la construcción de la obra civil que dura 10 meses. Finalmente el cierre del proyecto se traslapa un mes con la fase de implementación y tiene una duración de 3 meses.



9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El Ecuador y el mundo vive un proceso inflacionario al alza, lo que genera incertidumbre. Para enfrentar este escenario se sugiere buscar formas de disponer del capital necesario para comprar los materiales que tienen un acelerado incremento de precios (como el hierro, cobre). Así, se asegura que el valor invertido en materiales tenga correspondencia con el presupuesto.
- El nuevo escenario político del Ecuador marca incertidumbre en cuanto a las nuevas formas de tributación, de participación y rendición de cuentas. Sin embargo, al mismo tiempo debido a que el déficit habitacional es grande en el país se da un impulso al sector, tanto para promotores como para consumidores. Sin embargo, la focalización de créditos hipotecarios para vivienda se centran en el nivel económico bajo.
- Es importante revisar constantemente la relación entre los costos del proyecto y el precio de venta en el mercado. En un escenario incierto, con una fuerte inflación, el análisis de la competencia nos permite definir cuál es la estrategia que el mercado está asumiendo: si al incrementarse los costos sube el precio de venta sin perder su rentabilidad, o si este sector asume parte de la inflación.
- Monitorear constantemente a la competencia nos ayuda el momento de implementar la política de precios. Así podremos proponer precios acordes a la capacidad adquisitiva de nuestro potencial comprador y coherentes con el mercado.
- Las etapas planificadas son adecuadas para el funcionamiento del proyecto. Cumplir con estos tiempos asegurará tener un eficiente retorno del capital y, por lo tanto, una rentabilidad adecuada. Para lograr este propósito es indispensable cumplir con las metas de ventas, entonces, se vuelve indispensable una eficaz estrategia de comercialización



PAISAJE ILALÓ Lisseth Estrella Cobo, 2008

- Un objetivo del proyecto es bajar los costos cuidando la calidad del producto. Lo que nos permitirá subir el porcentaje de descuento en preventas, de esta forma podremos ofrecer un precio de introducción al mercado muy atractivo para nuestros clientes.
- Algunas de las estrategias para bajar los costos de producción pueden ser: uso de tecnologías que aceleren los procesos, eficiencia en el uso de materiales, convenios con proveedores y contratistas (trueques), trabajo cooperativo con el capital del cliente, buscando acuerdos en los que todos ganen y de esta forma asegurar la viabilidad negocio inmobiliario.
- Entrar a competir con un estilo propio fortalecerá enormemente al proyecto y al equipo encargado del mismo. Al buscar la diferencia nos arriesgamos a proponer elementos novedosos que llamarán la atención de nuestros clientes potenciales. Para que la idea de diferenciación impacte en el cliente, es importante trabajarla como un eje que atraviesa todos los ámbitos del proyecto.

		VIABILIDAD				
		+				-
		5	4	3	2	1
MACROECONÓMICO						
MERCADO	CLIENTE					
	COMPETENCIA					
COMPONENTE ARQUITECTÓNICO – TÉCNICO	UBICACIÓN					
	PROYECTO ARQ.					
	COSTOS					
	PLANIFICACIÓN					



FUENTES DE CONSULTA

INTERNET

www.proinmobiliaria.com, Proinmobiliaria, mayo 2008

www.lacoruña.com, Inmobiliaria La Coruña, mayo 2008

www.bce.fin.ec, Banco Central del Ecuador, 15 de febrero 2008, 16 de agosto 2008

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie200807.pdf>, Banco Central del Ecuador: Cifras Económicas del Ecuador, Enero 2008

http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion, Banco Central del Ecuador: Previsiones de Inflación 2007-2008, Julio 2008

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/Remesas/ere200802.pdf> Evolución de las Remesas: II Trimestre 2008, Agosto 2008

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf200807.pdf> Informe Mensual de Inflación, Julio 2008

www.superban.gov.ec, Superintendencia de Bancos, 20 de febrero 2008

http://w4.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/totalbeta.html, Total Betas by Sector, 16 de junio de 2008

http://w4.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/roe.html, Return on Equity by Sector, 16 de junio 2008

www.usfq.com, Universidad San Francisco de Quito, 10 de mayo 2008

www.quito.gov.ec, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 25 de abril 2008

www.iess.gov.ec, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 15 agosto 2008



<https://www.iess.gov.ec/ph-web/main.jsf>, Información de Créditos Hipotecarios IESS, 15 agosto 2008

<http://es.wikipedia.org/wiki/Loft>, WIKIPEDIA: Definición del concepto de loft, mayo 2008

http://es.wikipedia.org/wiki/Terraced_house, WIKIPEDIA definición del concepto de townhouse, mayo 2008

MATERIAL UTILIZADO EN CLASE USFQ 2007-2008

Thomas Gura, Nicolás Vásconez, material utilizado en clase de Dirección Comercial, Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Eco. Ernesto Gamboa, Ernesto Gambo O, material utilizado en clase de Estrategia para el Mercado Inmobiliario, Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Christian Betancur, material utilizado en el seminario "Necesitamos vendedores halcones", mayo 2008

Federico Eliscovich, material utilizado en clase de Valuación de Proyectos Inmobiliarios, Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Hipólito Serrano Fernández, material utilizado en clases de Evaluación de Proyectos de Inversión Inmobiliaria, Activo Inmobiliario S.C. G-83.531.866, Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Fernando Shutte, material utilizado para clase de Marketing Inmobiliario, Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Ernesto Gamboa; material utilizado en clases de Dirección Comercial, Maestría en Dirección de empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Franklin Manguashca, material utilizado en clases de Análisis Económico Maestría en Dirección de Empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Roberto Salem, material utilizado en clase de Dirección Financiera, Maestría en Dirección de empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008



Enrique Ledesma, material utilizado en clase de Dirección de Proyectos, Maestría en Dirección de empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Felipe Menal, material utilizado en clase de Desarrollo Inmobiliario, Maestría en Dirección de empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

Alberto Hardessen material utilizado en clase de Análisis de Proyectos, Maestría en Dirección de empresas Inmobiliarias, USFQ 2007-2008

PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

Revista Gestión # 150, María de la Paz Vega. “En 2008: frenazo al crecimiento y a la inversión, Proyecciones de Multiplica”, Dinediciones diciembre 2007

Revista Gestión # 162, María de la Paz Vela, Vivienda Nueva: ¿dónde, cuándo y cómo? Dinediciones Diciembre 2007

Diario El Comercio, Giovanni Astudillo, El hierro escasea y su precio no tiene freno Sección revista, página 5, 14 de junio del 2008, Quito

Revista El portal Inmobiliario, Directorio inmobiliario # 25 NACIONAL, Julio-Octubre 2007

Revista Inmobilia.com, The Real Estate Magazine, # 12, año 2, Diciembre 2007-Enero 2008, Quito

Revista Inmobilia.com, The Real Estate Magazine # 14, año 2, Mayo-Junio 2008, Quito

GRIDCON Inteligencia Inmobiliarias, “Análisis de Demanda de Vivienda 2007, Ciudad de Quito”, Mayo, 2007



DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Informe de Regulación Metropolitana, Mayo 2008

BIBLIOGRAFÍA

FRANCISCO MOCHÓN, Principios de economía, McGraw-Hill/ Interamericana d España, S.A.U. 2006, Madrid España

PROYECT MANAGEMENT INSTITUTE, INC. Guía de los fundamentos de la dirección de Proyectos (Guía PMBOK), Proyect Management Institute, tercera edición, 2004, EEUU

NAPOLEÓN SALGOS G., LOLA VÁZQUEZ S. Ecuador: su realidad, Fundación de Investigación y Promoción Social José Peralta, 15ta. Edición, Septiembre 2007, Quito Ecuador

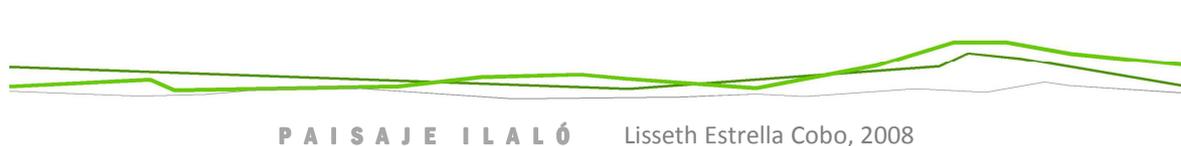
ENTREVISTAS CON ESPECIALISTAS

Entrevistas a promotores inmobiliarios y visitas a los proyectos: Alguer, Tizzona, Villa Magna, Britania, Los Ceibos, Tizzona, Nuala, Prados del Ilaló, Canova, Mayo - Julio 2008

Entrevistas telefónicas a encargados de ventas de proyectos Splendor, M. Merino, I. Cáceres, Akarí, Tizzona, Alguer, Britania, Nuala, Prados del Ilaló, Canova, Sevres, Mayo – Julio 2008

Visitas a proyectos de inmobiliaria Coruña, Mayo 2008

Información suministrada por promotores inmobiliarios y asesores comerciales en la Feria de la Construcción 2008 de los proyectos: Los Ceibos, Angra, Prados del



PAISAJE ILALÓ Liseth Estrella Cobo, 2008

Ilaló, Canova, Calabria, Akarí, Soa, Índigo Gardens, Portal Santa Catalina, Junio 2008

Entrevistas con asesor financiero de la CFN para créditos para la construcción, capital de trabajo, Julio 2008

Entrevista realizada con asesores tributarios del SRI, Agosto 2008

Entrevista Adriana Insuasti asesor comercial, proyecto Los Ceibos, Junio 2008

Entrevistas a Ing. Fabián Villacrés, Ing. Reinaldo Díaz sobre el tema de costos de construcción, Junio 2008

Asesoría para la evaluación del proyecto arquitectónico y planificación, Arq. Hernán Burbano y Arq. Francisco Ursúa Cocke, Julio 2008

Asesoría legal para el proyecto, Abogada Patricia Estrella, Agosto 2008

