



Universidad
San Francisco
de Quito

**UNIVERSIDAD
SAN FRANCISCO DE QUITO
y
UNIVERSIDAD POLITECNICA DE
MADRID
COLEGIO DE POSTRADOS**

**PLAN DE NEGOCIOS
PROYECTO PONTEVEDRA**



Condominio Privado
Pontevedra

ALEJANDRA GALARZA.

Maestría en Dirección de Empresas Constructoras e

Inmobiliarias,

Quito, octubre 2010



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

APROBACION DE TESIS

PLAN DE NEGOCIOS PROYECTO INMOBILIARIO PONTEVEDRA

ING. ALEJANDRA GALARZA VARGAS

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, octubre del 2010



Condominio Privado
Pontevedra

PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

**© Derechos de autor
Ing. Alejandra Galarza
Quito, octubre del 2010**



RESUMEN

La Constructora Romero & Pazmiño, tiene 9 años de experiencia en el sector inmobiliario.

Hoy presentan un nuevo emprendimiento: Conjunto Privado Pontevedra, el mismo que ponemos a su consideración en el presente Plan de Negocios.

El Conjunto Privado Pontevedra se ubica en el Valle de los Chillos, sector La Armenia. El proyecto comprende la construcción de 31 casas con un área de 135 m²

El proyecto está enfocado a un nivel socioeconómico medio típico con ingresos mensuales entre \$ 2.100 y \$ 3.000 mensuales.

El valor del metro cuadrado es de \$ 635, precio muy atractivo dentro de la competencia.

El proyecto se construye en 18 meses. Desde el punto de vista financiero El Conjunto Privado Pontevedra ha sido concebido para generar la mayor rentabilidad y maximizar las ganancias de los promotores, generando un margen de utilidad del 20% en el flujo de caja puro y el 17% cuando en proyecto se apalanca con crédito bancario. El análisis financiero arroja un VAN puro de \$ 198,745.22 y un VAN apalancado de \$232,198.72

De los análisis de sensibilidad se concluye que el proyecto no es altamente sensible ante un incremento en los costos o una disminución en el precio de venta. Los costos pueden incrementar hasta un 20%, el precio de venta puede disminuir hasta un 14%.

Con los análisis antes expuestos se recomienda **aceptar y desarrollar el proyecto ya que genera rentabilidad para los promotores e inversionistas.**



ABSTRACT

Romero's Construction & Pazmino, has 9 years experience in real estate. Today presented a new venture: set private Pontevedra, it put its consideration in the present business plan. Pontevedra is located in the Valley of the Chillos, sector La Armenia. The project includes construction of 31 houses with an area of 135 m². The project focuses on a typical medium-income status with monthly incomes between \$ 2,100 and \$ 3,000 a month.

The value per square meter is \$ 635, very attractive in price competition. The project is built in 18 months. From a financial standpoint Pontevedra the Private Joint is designed to generate higher returns and maximize profits for developers, generating a profit margin of 20% in pure cash flow and 17% when the project is leveraged with bank credit. The financial analysis shows a pure VAN \$198,745.22 and VAN \$232,198.72 leveraged. In the sensitivity analysis concludes that the project is not highly sensitive to an increase in costs or a decrease in price. Costs may increase up to 20%, the price may decrease to 14%. With the foregoing analysis is recommended to accept and develop the project as it generates profits for developers and investors.



Contenido

CAPÍTULO 1	14
1 RESUMEN EJECUTIVO	15
1.1 ANTECEDENTES	15
1.2 UBICACIÓN:	15
1.3 CARACTERÍSTICAS	15
1.4 MERCADO Y ESTRATEGIA COMERCIAL	16
1.5 RESUMEN ECONÓMICO FINANCIERO	18
CAPÍTULO 2	20
2 ENTORNO MACROECONÓMICO GENERAL	21
2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	21
2.2 TENDENCIAS DEL SECTOR.	23
2.3 VARIABLES MACROECONÓMICAS	25
2.3.1 PARTICIPACIÓN EN EL PORCENTAJE DEL PIB	26
2.3.2 PIB CONSTRUCCIÓN	30
2.3.3 INFLACIÓN:	34
2.3.4 DESEMPLEO	43
2.3.5 ingresos corrientes-remesas.....	46
2.4 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS MACROECONÓMICO	48
CAPÍTULO 3	50
ESTUDIO DE MERCADO	50
3 ESTUDIO DE MERCADO	51
3.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE VIVIENDA.....	51
3.2 METODOLOGÍA	51
3.2.1 INTENCIÓN DE COMPRA DE VIVIENDA	52
3.2.2 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA ACTUAL	52
3.2.3 USO DE LA NUEVA VIVIENDA.....	54
3.2.4 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA LA NUEVA VIVIENDA (VALLE DE LOS CHILLOS).	55
3.2.5 PREFERENCIA DEL TIPO DE VIVIENDA A ADQUIRIR (casa)	56
3.2.6 TAMAÑO DE LA VIVIENDA	57
3.2.7 NÚMERO DE DORMITORIOS PROMEDIO	58
3.2.8 NÚMERO DE BAÑOS PROMEDIO	58
3.2.9 NÚMERO DE ESTACIONAMIENTOS PROMEDIO.....	59
3.2.10 PREFERENCIA DE ADQUIRIR UNA VIVIENDA CON PATIO.....	59
3.2.11 PRECIOS	59
3.3 CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA DE VIVIENDA.....	61



3.4	ANÁLISIS DE INVENTARIO DE PROYECTOS EN LA OFERTA ACTUAL SECTOR LA ARMENIA	71
	INVENTARIO DE PROYECTOS	74
	INVENTARIO DE PROYECTOS	75
	INVENTARIO DE PROYECTOS	76
3.5	COMPETENCIA SECTOR:	79
3.5.1	Análisis comparativo precios totales de la competencia	80
3.5.2	Análisis Comparativo unidades vendidas vs unidades disponibles	81
3.5.3	Análisis Comparativo Unidades Totales VS Unidades Vendidas	82
3.5.4	Análisis Comparativo ÁREAS PROMEDIO DE VIVIENDAS	83
3.5.5	ANÁLISIS COMPARATIVO PRECIOS PROMEDIO POR M2 DE VIVIENDA	84
3.5.6	ANÁLISIS COMPARATIVO NIVEL DE ABSORCIÓN	85
3.6	ANÁLISIS FODA	86
3.7	Fortalezas:	86
	Oportunidades:	86
	Debilidades	86
	Amenazas 86	
3.8	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	87
3.8.1	Generales:	87
3.8.2	PERFIL DEL CLIENTE	90
CAPÍTULO 4	91
4	PLANTEAMIENTO ARQUITECTÓNICO.....	92
4.1	UBICACIÓN DEL PROYECTO	92
	CUADRO 4-1 ZONIFICACIÓN URBANA (IRM)	94
4.2	ANÁLISIS DEL ENTORNO	94
4.2.1	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA PROPIEDAD.	94
4.2.2	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO	95
4.3	USOS DEL SUELO	97
4.3.1	Zona Residencial:	98
4.3.2	Zona Comercial:	98
4.3.3	Zonas verdes recreativas:	99
4.4	CARACTERÍSTICAS DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL SECTOR	101
4.4.1	DEMOGRAFÍA DE LA ZONA	102
4.4.2	MALLA VÍAL.....	102
4.4.3	Servicios Culturales y Educativos:.....	103
4.4.4	Servicios de Salud	105
4.4.5	Servicios Religiosos	106
4.4.6	Servicios Públicos.....	107



4.4.7	Transporte público:	107
4.5	ESTRATIFICACIÓN SOCIECONÒMICA PARA EL PROYECTO	108
4.6	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SECTOR Y DEL PROYECTO.	108
4.7	PROYECTO ARQUITECTÓNICO.....	109
4.7.1	EL PROYECTO.	109
4.7.2	IMPLANTACIÒN DEL PROYECTO.	111
4.8	DESCRIPCIÒN DEL COMPONENTE DE INGENIERIA.....	112
4.8.1	Sistema Estructural:.....	112
4.8.2	Instalaciones Eléctricas y telefónicas.....	113
4.8.3	INSTALACIONES HIDROSANITARIAS.....	113
4.9	COMPONENTES ARQUITECTÒNICOS DEL PROYECTO	113
4.9.1	EL TERRENO:	113
4.9.2	CONCEPTO Y CARÁCTER DEL PROYECTO.	114
4.9.3	EL DISEÑO	115
4.10	TIPOLOGÌA DE LAS CASAS.....	115
CUADRO 4-3	CUADRO DE ÁREAS:	118
ESTILO DEL DISEÑO	121
4.11	Análisis de Factibilidad en función de Áreas y Costos.....	122
CUADRO 4-5	ANÁLISIS FACTIBILIDAD	122
4.12	COSTOS DEL PROYECTO	123
CUADRO 4-7	COSTOS INDIRECTOS.....	124
4.13	ANÁLISIS MÉTODO RESIDUAL DEL TERRENO	126
CUADRO 4-9	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA- PRECIO PONDERADO	126
4.14	CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÒN DEL PROYECTO	128
4.15	CONCLUSIONES PLANTEAMIENTO ARQUITECTÓNICO:	129
CAPÍTULO 5	133
5	ESTRATEGIA COMERCIAL.....	134
5.1	ESTRATEGIA DE PRECIOS.....	134
5.2	PREVENTA	137
5.3	VENTA:	138
5.4	CIERRE	139
5.5	CANALES DE DISTRIBUCIÒN.....	139
5.5.1	SEGURIDAD PARA EL CLIENTE.....	139
5.6	MARCA Y LOGOTIPO.....	140
5.6.1	POSICIONAMIENTO	140
5.7	ESTRATEGIA DE MARKETING:.....	141
5.8	PLAN DE ACCIÒN:.....	143
5.9	HERRAMIENTAS DE VENTA	145
5.10	LANZAMIENTO E INAUGURACIÒN	146
5.11	CONCLUSIONES DE LA ESTRATEGIA DE VENTAS	146
CAPÍTULO 6	148



ESTRATEGIA FINANCIERA	148
6 ANÁLISIS FINANCIERO	149
6.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO	149
6.2 ANÁLISIS FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS PURO	153
6.2.1 INGRESOS.....	153
6.2.2 EGRESOS	154
6.2.3 UTILIDAD ESTIMADA.....	159
6.2.4 ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO	160
6.3 ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS CON FINANCIAMIENTO	162
6.3.1 INGRESOS.....	162
6.3.2 EGRESOS.	163
6.3.3 UTILIDAD ESTIMADA CON FINANCIAMIENTO.	167
6.3.4 ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO CON FINANCIAMIENTO.	167
6.4 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.	169
6.5 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO	170
6.6 ANÁLISIS DEL VAN	171
6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGOS.	171
6.8 CONCLUSIONES ANÁLISIS FINANCIERO.....	177
CAPÍTULO 7	180
ESTRATEGIA LEGAL.....	180
7 ESTRATEGIA LEGAL.....	181
7.1 PROMOTORES DEL PROYECTO.....	181
7.2 FIDEICOMISO INMOBILIARIO INTEGRAL	182
7.2.1 PARTICIPES DEL FIDEICOMISO	182
7.2.2 CARACTERÍSTICAS.....	183
7.2.3 ETAPAS DEL FIDEICOMISO INMOBILIARIO INTEGRAL.....	183
7.2.4 RESPONSABILIDADES DE LA FIDUCIARIA EN LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO PONTEVEDRA.....	186
7.2.5 VENTAJAS DE DESARROLLAR EL PROYECTO PONTEVEDRA CON FIDEICOMISO	188
7.3 GARANTÍAS.....	188
7.4 CONTRATOS CON PROFESIONALES:	188
7.5 SEGUROS	189
7.6 OTROS REQUISITOS LEGALES:	189
7.7 ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA Y CONTABLE:.....	190
7.8 CONCLUSIONES:.....	190
CAPÍTULO 8	193
8 GERENCIA DEL PROYECTO	194



8.1	ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO.....	194
8.1.1	ANTECEDENTES.....	194
8.1.2	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	195
8.2	GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO.....	196
8.2.1	DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO.....	196
8.2.2	REQUISITOS DEL PROYECTO.....	196
8.2.3	LIMITES DEL PROYECTO.....	197
8.2.4	PRODUCTOS ENTREGABLES DEL PROYECTO.....	198
8.2.5	RESTRICCIONES DEL PROYECTO.....	199
8.2.6	RIESGOS DEL PROYECTO.....	199
8.2.7	ASUNCIONES DEL PROYECTO.....	200
8.2.8	HITOS DEL PROYECTO.....	200
8.2.9	GESTIÓN DE COSTOS DEL PROYECTO.....	201
8.3	ESTRUCTURA DEL DESGLOSE DEL TRABAJO (EDT).....	202
8.4	PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	203
8.4.1	ORGANIGRAMA.....	203
8.5	MATRIZ DE RESPONSABILIDADES.....	204
8.6	PLAN DE GESTIÓN DE CALIDAD, CONTROL DE CAMBIOS Y CONTROL DE RIESGOS.....	205
8.7	CONTROL DE CAMBIOS.....	205
8.8	GESTIÓN DE COMUNICACIONES.....	205
8.9	GESTIÓN DE ADQUISICIONES.....	206
8.10	CONCLUSIONES.....	206
CAPÍTULO 9	207
9	CONCLUSIONES:.....	208
10	BIBLIOGRAFÍA:.....	211
11	ANEXOS.....	214

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1-1	CRONOGRAMA DE VENTAS DEL PROYECTO.....	17
CUADRO 1-2	COSTOS DEL PROYECTO.....	18
CUADRO 1-3	MARGEN DE UTILIDAD.....	18
CUADRO 1-4	COMPARACIÓN DE RESULTADOS.....	19
CUADRO 2-1	PIB PERCÁPITA.....	28
CUADRO 2-2	PROYECCIÓN DEL PIB PARA LOS SIGUIENTES CUATRO AÑOS.....	29
CUADRO 2-3	EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR ZONAS –COMPARATIVO 2008-2009.....	31
CUADRO 2-4	COLOCACIÓN CARTERA.....	38
CUADRO 2-5	VOLUMEN DE CRÉDITO BANCA PRIVADA - ENERO A MARZO 2010.....	41
CUADRO 2-6	TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES.....	42
CUADRO 2-7	EVOLUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERÉS ACTIVAS MÁXIMAS POR TIPO DE CRÉDITO.....	43
CUADRO 3-1	UNIDADES VENDIDAS EN LA ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010.....	64



CUADRO 3-2	PRECIO PROMEDIO TOTAL Y POR M2.....	68
CUADRO 3-3	ANÁLISIS CONSTRUCTIVO.....	68
CUADRO 3-4	RESUMEN DE LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA (INDICES).....	69
CUADRO 3-5	INVENTARIO DE PROYECTOS.....	72
CUADRO 3-6	IMÁGENES PROYECTOS COMPETENCIA.....	77
CUADRO 3-7	RESUMEN ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	88
CUADRO 3-6	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	89
CUADRO 4-1	ZONIFICACIÓN URBANA (IRM).....	94
CUADRO 4-2	PRINCIPALES EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO DE LA ZONA.....	107
CUADRO 4-3	CUADRO DE ÁREAS:.....	118
CUADRO 4-4	CARACTERÍSTICAS Y DISTRIBUCIÓN DE LAS CASAS TIPO.....	120
CUADRO 4-5	ANÁLISIS FACTIBILIDAD.....	122
CUADRO 4-6	COSTOS DEL PROYECTO.....	123
CUADRO 4-7	COSTOS INDIRECTOS.....	124
CUADRO 4-8	RESUMEN COSTOS.....	125
CUADRO 4-9	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA- PRECIO PONDERADO.....	126
CUADRO 4-10	ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA.....	129
CUADRO 4-11	ANÁLISIS PROPUESTA ARQUITECTÓNICA.....	131
CUADRO 4-12	ANÁLISIS AVANCE DE OBRA.....	132
CUADRO 5-1	PRECIOS.....	135
CUADRO 5-2	ESQUEMA DE PAGO Y CRÉDITO.....	135
CUADRO 5-3	FINANCIAMIENTO HIPOTECARIO.....	136
CUADRO 5-4	CRONOGRAMA DE VENTAS DELPROYECTO.....	138
CUADRO 5-5	ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS.....	146
CUADRO 5-6	ESTRATEGIAS DE DESARROLLO.....	147
CUADRO 6-1	ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.....	149
CUADRO 6-2	ANÁLISIS ESTÁTICO DE INGRESOS Y EGRESOS SIN FINANCIAMIENTO.....	150
CUADRO 6-3	CRONOGRAMA DE VENTAS DELPROYECTO.....	152
CUADRO 6-4	EGRESOS ESTIMADOS.....	154
CUADRO 6-5	COSTOS INICIALES.....	155
CUADRO 6-6	UTILIDAD ESTIMADA.....	159
CUADRO 6-7	COSTOS ESTIMADOS CON FINANCIAMIENTO.....	163
CUADRO 6-8	UTILIDAD ESTIMADA CON FINANCIAMIENTO.....	167
CUADRO 6-9	PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO.....	169
CUADRO 6-10	CÁLCULO TASA DE DESCUENTO.....	170
CUADRO 6-11	ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	171
CUADRO 6-12	SENSIBILIDAD DE PRECIOS.....	172
CUADRO 6-13	SENSIBILIDAD DE COSTOS DIRECTOS.....	174
CUADRO 6-14	SENSIBILIDAD VELOCIDAD DE VENTAS.....	175
CUADRO 6-15	EXTRACTO ANÁLISIS FINANCIERO.....	177
CUADRO 7-1	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	191
CUADRO 8-1	HITOS DELPROYECTO.....	200
CUADRO 8-2	COSTOS DELPROYECTO.....	201



ÍNDICES DE GRÁFICOS

GRÁFICO 2-1.DEMANDA DE VIVIENDA DE ACUERDO A LOS PRECIOS: Años 2007-2008 Y 2009.....	24
GRÁFICO 2-2 PIB ECUADOR	26
GRÁFICO 2-3 PIB POR INDUSTRIA	27
GRÁFICO 2-4PROYECCIÓN PIB	29
GRÁFICO 2-5 EVOLUCIÓN DE PROYECTOS NUEVOS, COMPARATIVOS 2008- 2009 Y 2010.....	30
GRÁFICO 2-6 VARIACIÓN ANUAL DELTOTAL DE UNIDADES NUEVAS	32
GRÁFICO 2-7 PIB –SECTOR CONSTRUCCIÓN.	33
GRÁFICO 2-8 VARIACIÓN PORCENTUAL PIB – SECTOR CONSTRUCCIÓN.....	34
GRÁFICO 2-9 INFLACIÓN MENSUAL Y ACUMULADA –AÑOS 2007-2008 Y 2009.	35
GRÁFICO 2-10 INFLACIÓN MENSUAL – COMPARATIVO 2009-2010.....	37
GRÁFICO 2-11 VARIACIÓN ANUAL CARTERA DE VIVIENDA.	39
GRÁFICO 2-12 CARTERA ORIGINADA DE VIVIENDA NUEVA	40
GRÁFICO 2-13 TASA DE PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE OCIPADOS URBANO AÑO 2009.(Por rama de actividad económica)	44
GRÁFICO 2-14 TASA DE PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE OCUPADOS URBANO AÑO 2010. (Por rama de actividad económica).	44
GRÁFICO 2-15 DESEMPLEO – COMPARATIVO 2009 y 2010	45
GRÁFICO 2-16 SUBEMPLEO- COMPARATIVO 2009 y 2010.....	46
GRÁFICO 2-17 EVOLUCIÓN DE REMESAS RECIBIDAS- COMPARATIVO DESDE ELAÑO 2006 HASTA EL 2009.	47
GRÁFICO 3-1 INTENCIÓN DE COMPRA DEVIVIENDA	52
GRÁFICO 3-2 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA ACTUAL.....	53
GRÁFICO 3-3 USO DE LAVIVIENDA NUEVA.....	54
GRÁFICO 3-4 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA LA NUEVA VIVIENDA (VALLE DE LOS CHILLOS)	55
GRÁFICO 3-5 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA EL NSE MEDIO TÍPICO.....	56
GRÁFICO 3-6 PREFERENCIA DEL TIPO DE VIVIENDA.	56
GRÁFICO 3-7.TAMAÑO DE VIVIENDA.	57
GRÁFICO 3-8 PRECIOS	60
GRÁFICO 3-9 OFERTA ACTUAL DE PROYECTOS A ABRIL DEL 2010	61
GRÁFICO 3-10 EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS POR MEDICIÓN 2008-2010	62
GRÁFICO 3-11 EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS NUEVOS.....	63
GRÁFICO 3-12 NÚMERO DE UNIDADES CREADAS EN CADA ZONA	63
GRÁFICO 3-13 UNIDADES VENDIDAS ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010.	64
GRÁFICO 3-14 TOTAL UNIDADES VENDIDAS 2008- 2009	65
GRÁFICO 3-15 PROMEDIO UNIDADES VENDIDAS POR MES.....	66
GRÁFICO 3-16 TOTAL UNIDADES VENDIDAS POR RANGO DE PRECIOS.....	67
GRÁFICO 3-17 CAMBIOS EN LA ABSORCIÓN POR ZONA.	70
GRÁFICO 3-18 Precios Totales de los Proyectos.	80
GRÁFICO 3-19 UNIDADES TOTALES VS UNIDADES DISPONIBLES.	81
GRÁFICO 3-20 Unidades Totales VS Unidades Vendidas	82
GRÁFICO 3-21 ÁREAS PROMEDIO DE VIVIENDAS	83
GRÁFICO 3-22 PRECIOS PROMEDIO POR M2 DE VIVIENDA.....	84
GRÁFICO 3-23 NIVEL DE ABSORCIÓN.....	85
GRÁFICO 4-1 UBICACIÓN DEL PROYECTO	92
GRÁFICO 4-2 UBICACIÒN DEL PROYECTO EN LA CIUDAD DE QUITO	93
GRÁFICO 4-3 VALLE DELOS CHILLOS.....	95



GRÁFICO 4-4	USOS DE SUELO	97
GRÁFICO 4-5	ÁREAS VERDES VALLE DE LOS CHILLOS	101
GRÁFICO 4-6	VÍAS DE ACCESO	103
GRÁFICO 4-7	PLANO IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO.....	111
GRÁFICO 4-8	DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	125
GRÁFICO 4-9	ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA	130
GRÁFICO 4-10	ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA	131
GRÁFICO 4-11	AVANCE DE OBRA VS VENTAS.....	132
GRÁFICO 5-1	VENTAS -PRINCIPALES CONSTRUCTORAS	141
GRÁFICO 6-1	INGRESOS MENSUALES.....	153
GRÁFICO 6-2	INGRESOS ACUMULADOS	154
GRÁFICO 6-3	EGRESOS MENSUALES.....	157
GRÁFICO 6-4	EGRESOS ACUMULADOS	157
GRÁFICO 6-5	INGRESOS MENSUALES VS EGRESOS MENSUALES	158
GRÁFICO 6-6	FLUJO DE CAJA MENSUAL	160
GRÁFICO 6-7	FLUJO DE CAJA ACUMULADO	161
GRÁFICO 6-8	INGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO	162
GRÁFICO 6-9	INGRESOS MENSUALES ACUMULADOS CON FINANCIAMIENTO	163
GRÁFICO 6-10	EGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO	164
GRÁFICO 6-11	EGRESOS ACUMULADOS CON FINANCIAMIENTO.....	165
GRÁFICO 6-12	INGRESOS MENSUALES VS EGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO	166
GRÁFICO 6-13	FLUJO DE CAJA MENSUAL DEL PROYECTO	168
GRÁFICO 6-14	FLUJO DE CAJA ACUMULADO CON FINANCIAMIENTO	168
GRÁFICO 6-15	VARIACIÓN VAN CON SENSIBILIDAD DE PRECIOS DE VENTA	173
GRÁFICO 6-16	VARIACIÓN VAN CON SENSIBILIDAD DE COSTOS.....	174
GRÁFICO 6-17	VARIACIÓN VAN CON AUMENTO EN EL PLAZO DE RECUPERACIÓN DE VENTAS	176



CAPÍTULO 1

RESUMEN EJECUTIVO



1 RESUMEN EJECUTIVO

1.1 ANTECEDENTES

La constructora Romero & Pazmiño, tiene 9 años de experiencia en el sector inmobiliario en las áreas de promoción, gerencia, construcción y ventas.

La constructora ha tenido más de 425 unidades de vivienda construidas, entre sus proyectos se destacan: Alcázar de Miraloma, Conjunto residencial Avignon, Génova, Edificio La Cumbre, Burdeos, Verona, Conjunto privado Sevres I y II, Alcazar de Toledo, Versailles, entre otros.

Además es la única compañía constructora inmobiliaria local con sistemas de gestión de calidad certificados bajo la Norma ISO 9001:2000.

Hoy presentan un nuevo emprendimiento: Conjunto Privado Pontevedra, el mismo que ponemos a su consideración en el presente Plan de Negocios.

1.2 UBICACIÓN:

El Conjunto Privado Pontevedra Se ubica en la calle Jorge Icaza (Transversal 4A) N 10-551 e Ismael Solís. Lotización "La Armenia", lote No. 135.Parroquia Conocoto.

1.3 CARACTERÍSTICAS

El proyecto comprende la construcción de 31 unidades de vivienda con un área de 135 m² , el proyecto está dotado de amplias áreas verdes y áreas comunales. La construcción del proyecto se desarrollará por etapas: La primera etapa comprenden 12 casas , la segunda etapa 9 y la tercera 10 unidades de vivienda.



1.4 MERCADO Y ESTRATEGIA COMERCIAL.

El proyecto está enmarcado dentro de los requerimientos del mercado de acuerdo a los Estudios de Oferta y Demanda realizados. El proyecto está enfocado a un nivel socioeconómico medio típico con ingresos mensuales entre \$ 2.100 y \$ 3.000 mensuales.

La meta comercial del proyecto es alcanzar el punto de equilibrio en ventas en el mes seis, se planea vender todas las unidades de vivienda en 19 meses.

Se planifica tener en el mes cero un nivel de ventas mínimo del 20% y realizar ventas de una y dos unidades mensuales dando prioridad en un inicio a las ventas de la primera y segunda etapa.

En el cuadro 1.1 se puede observar el cronograma de ventas del proyecto.



PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

CUADRO 1-1CRONOGRAMA DE VENTAS DEL PROYECTO

MESES		Anteproyecto	oct-2009	nov-2009	dic-2009	ene-2010	feb-2010	mar-2010	abr-2010	May-2010	jun-2010	jul-2010	ago-2010	sep-2010	oct-2010	nov-2010	dic-2010	ene-2011	feb-2011	mar-2011	
VIVIENDAS		-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
PLAN DE VENTAS	<i>U</i>			Inicio I			Inicio II			Inicio III					Fin I			Fin II			
Preventas primera y segunda Etapa	7																				
Disponibles	24																				
Primera Subetapa(12 Casas)	6	0	1	2	1	1	1														
Segunda Subetapa (9 Casas)	8	0						2	1	2	1	1	1								
Tercera Subetapa (10 Casas)	10	0											2	1	1	1	1	1	1	2	
Total	31	0	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	
Total Acumulado		7	8	10	11	12	13	15	16	18	19	20	23	24	25	26	27	28	29	31	

Elaborado por: Alejandra Galarza

Durante todos los meses se vende entre una y dos unidades, se considera un comportamiento realista y conservador.

1.5 RESUMEN ECONÓMICO FINANCIERO

Desde el punto de vista financiero El Conjunto Privado Pontevedra ha sido concebido para generar la mayor rentabilidad y maximizar las ganancias de los promotores.

CUADRO 1-2 COSTOS DEL PROYECTO

PONTEVEDRA COSTOS TOTALES		
Costo	Valor	%
TERRENO	\$ 265,000.00	12%
COSTO DIRECTO	\$ 1,394,860.50	63%
COSTO INDIRECTO	\$ 555,628.00	25%
Total	\$ 2,215,488.50	100%

Elaborado por: Alejandra Galarza

CUADRO 1-3 MARGEN DE UTILIDAD

PONTEVEDRA Costos Estimados												
TERRENO	265,000.00	12%										
COSTO DIRECTO	1,394,860.50	63%										
COSTO INDIRECTO	555,628	25%										
	2,215,489.00	100%										
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">PONTEVEDRA UTILIDAD ESTIMADA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>VENTAS TOTALES</td> <td>2,657,475</td> </tr> <tr> <td>COSTO TOTAL</td> <td>2,215,489</td> </tr> <tr> <td>UTILIDAD ESTIMADA</td> <td>441,986</td> </tr> <tr> <td>MARGEN</td> <td>20%</td> </tr> </tbody> </table>			PONTEVEDRA UTILIDAD ESTIMADA		VENTAS TOTALES	2,657,475	COSTO TOTAL	2,215,489	UTILIDAD ESTIMADA	441,986	MARGEN	20%
PONTEVEDRA UTILIDAD ESTIMADA												
VENTAS TOTALES	2,657,475											
COSTO TOTAL	2,215,489											
UTILIDAD ESTIMADA	441,986											
MARGEN	20%											

Elaborado por: Alejandra Galarza



Los resultados son muy atractivos, desde el punto de vista contable se tiene una utilidad de de \$ 441.986, lo que genera un margen (Utilidad sobre los Costos) del 20%.

Con el apalancamiento financiero se obtienen mejores indicadores financieros, esto es porque la tasa del crédito es mucho más baja que la tasa de descuento.

Con la línea de crédito la utilidad se reduce a \$ 382.584 generando un margen del 17%.

CUADRO 1-4 COMPARACIÓN DE RESULTADOS

PONTEVEDRA		
Comparativo de Resultados Económicos		
Descripción	Sin Crédito	Con Crédito
Utilidad	441,986	382,584
Margen	20%	17%
VAN	198,745.22	232,198.72

Elaborado por: Alejandra Galarza

Para el análisis se considero una tasa de descuento del 25% que ha sido sugerida por el promotor de acuerdo a los rendimientos obtenidos en proyectos similares.

Con el análisis de sensibilidad se puede concluir que el proyecto no es rentable si:

- Los costos incrementan en un 20%
- Los precios disminuyen en un 14%
- El período de ventas sobrepasa 37 meses

El proyecto es poco sensible ante cualquier variación de los factores anteriormente mencionados, sin embargo se debe realizar un monitoreo constante tanto de los costos y ventas para evitar inconvenientes que afecten a la rentabilidad del proyecto.

Con los análisis antes expuestos se recomienda **aceptar y desarrollar el proyecto ya que genera rentabilidad para los promotores e inversionistas.**



CAPÍTULO 2

ENTORNO MACROECONÓMICO GENERAL



2 ENTORNO MACROECONÓMICO GENERAL

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Es indudable que el sector de la construcción es un pilar importante en el desarrollo de la economía no solo a nivel del Ecuador sino también en el ámbito internacional ya que está orientado al cumplimiento de ciertas necesidades básicas del ser humano, entre las que se puede mencionar la vivienda y el empleo. Hoy por hoy el sector de la construcción ha crecido notablemente debido a que la tierra urbana siempre se valoriza, es decir crece por encima de la inflación.

Es la resultante de las leyes de oferta y demanda. La demanda está dada por: a) el crecimiento económico de la ciudad, industria, comercio, servicios, etc. y b) el aumento poblacional, vegetativo y migratorio. La oferta de tierra es escasa ya que ésta no se reproduce y la única manera de incrementarla es aumentar los perímetros de las ciudades. Como consecuencia ante una demanda creciente y una oferta escasa los precios suben en términos reales, es decir por encima de la inflación. Lo cual da como resultado la valorización continua de los terrenos urbanos¹.

¹ DR BORRERO OSCAR. (2008) *Seminario Internacional Avalúos Urbano*. Ecuador. IEFIVI



Este panorama no es el mismo para todos los países, tal es el caso de la recesión que sufrió la economía de los Estados Unidos a partir del 2005, una de las principales causas ha sido la presencia de sobreoferta en el sector, así como los tipos de financiamiento , el mercado secundario , entre otros, lo que hoy en día reflejan que el crecimiento, el desarrollo y la riqueza a costa de la especulación inmobiliaria no es positivo ya que se requiere de un conocimiento claro y amplio del mercado, para así alcanzar grandes resultados en esta industria rentable de la construcción.

Es indiscutible que el Ecuador es uno de los países que mantiene menor crecimiento en la región, además de la existencia de un clima de corrupción y falta de estabilidad que genera incertidumbre en los inversionistas y en los sectores que se encuentran ligados a la actividad constructiva. Para lograr un crecimiento importante en el sector de la construcción se requiere condiciones concretas y un apoyo incondicional del gobierno para fomentar la inversión e incluso culminar algunos proyectos inmobiliarios que se encuentran en ejecución.

El sector de la construcción a partir del segundo semestre del 2008 empezó a decrecer debido a la crisis mundial, a principios del 2009 este sector sufrió una recesión importante provocando paralización de algunos proyectos y muy poca inversión, es un sector que se mueve por medio del financiamiento, estas fuentes estaban cerradas debido al clima de incertidumbre que existía.

Actualmente se encuentra en un estado de recuperación, sobre todo proyectos enfocados a un estrato socioeconómico medio, medio-bajo que es el que está apoyado por el gobierno con algunas alternativas de financiamiento (IESS, Pacífico, Miduvi, BED)

Existe la presencia de inversión continua, rotación de edificaciones, la rentabilidad que alcanza es atractiva, no cabe duda que se requiere de un manejo eficiente, existen puntos en los que se debe reforzar el control y la optimización de recursos.



2.2 TENDENCIAS DEL SECTOR.

El dinamismo del sector de la construcción ha contribuido al crecimiento y desarrollo de grandes proyectos inmobiliarios; logrando satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano que es la vivienda.

La vivienda nueva continuará en el mediano plazo, como el mercado más atractivo por su tamaño (m²) y por su tasa de crecimiento sostenido. Para las otras categorías inmobiliarias de oficinas, locales comerciales y proyectos de urbanizaciones, las tasas de crecimiento se mantienen también positivas, aunque los tamaños de mercado difieren, marcando atractivos diferentes para cada una de ellas.

El aprovechamiento de estos mercados por parte de los promotores y constructores, ha variado por períodos de tiempo y en ciclos específicos. A finales de los años 90's existían solamente 2 mercados muy dinámicos: 1º. Concentración de proyectos orientados a vivienda en 2 frentes: departamentos en el casco de la ciudad y penetración de vivienda unifamiliar en los 4 valles aledaños y, 2º.- Venta de terrenos en urbanizaciones, principalmente en los Valles de Tumbado, Pomasqui, Los Chillos y el Sur de la ciudad.”²

Desde la dolarización de la economía (año 2000) existió una baja en los niveles de inflación , una disminución en las tasas de interés , además una mayor apertura de la banca para otorgar créditos hipotecarios , entre otros , estos fueron factores que impulsaron un crecimiento en la oferta inmobiliaria y un crecimiento de la demanda , dado de igual manera por las condiciones atractivas que ofrecía el mercado , logrando que el comprador alcanzara una

² <http://ernestogamboa.com/tendenciasjulio07.pdf>

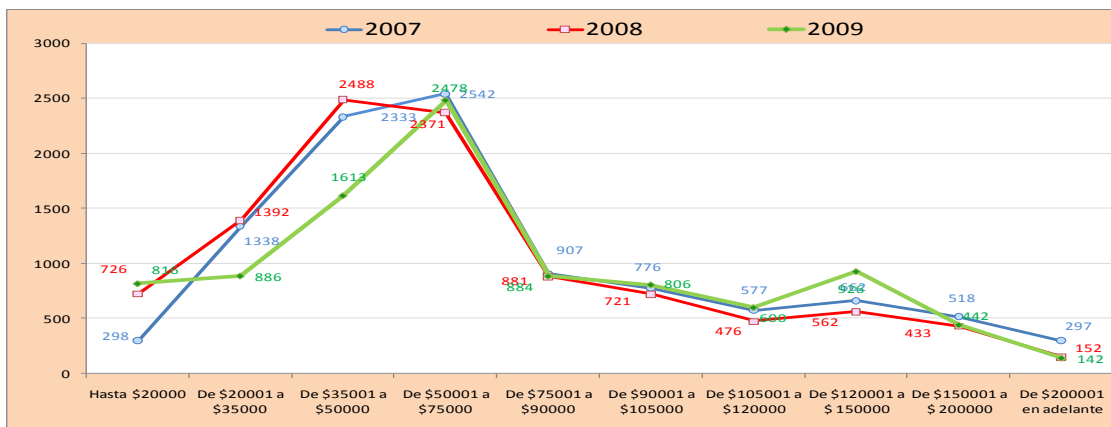


mayor capacidad de compra ; recuperando las pérdidas y la incertidumbre que existió con el cambio a la dolarización.

El mercado empezó a ofrecer viviendas de mayor valor, lo que llevó a desplazamientos positivos de la demanda hacia viviendas de mayores precios.

El mercado inmobiliario presentó un desarrollo y crecimiento hacia los Valles lo cual contribuyó para que los compradores dispongan de algunas alternativas al momento de escoger su vivienda y poder acceder a una mejor calidad de vida.

GRÁFICO 2-1.DEMANDA DE VIVIENDA DE ACUERDO A LOS PRECIOS: Años 2007-2008 Y 2009.



Fuente: Market Watch

En el cuadro obviamente se evidencia las unidades vendidas pero sobre lo que se oferta en el mercado, es decir se verifica que en el mercado no existe una oferta de proyectos destinados al segmento medio bajo, es decir que representa una oportunidad para los inversionistas y promotores, quienes deben crear estrategias y mecanismos que permitan satisfacer a esta demanda insatisfecha.



2.3 VARIABLES MACROECONÓMICAS

La industria de la construcción es una de las más importantes al momento de dinamizar la economía, lo que se explica por los fuertes encadenamientos que tiene con otras industrias como: minas y petróleo, intermediación financiera, alquiler de vivienda, administración pública y defensa, madera tratada, corcho y otros materiales, productos de minerales no metálicos, productos metálicos elaborados, entre otros. A través de estos nexos el sector de la construcción consume insumos domésticos y alguna afectación en estos sectores perjudica al desarrollo de la construcción, una recesión en la economía, afecta a este sector.

La tensión de los mercados internacionales debido a la crisis mundial tuvo un impacto moderado en la economía ecuatoriana y latinoamericana, durante el 2008 y primer semestre del 2009.

A partir del segundo semestre del 2009 existe una recuperación en la economía debido al paulatino crecimiento del precio del petróleo, a julio del 2009, 59.69 USD.

El entorno en el que se mueven los precios del petróleo , caracterizado por su alta volatilidad deben ser entendidas con cautela y precaución en el corto y mediano plazos , es necesario el fortalecimiento de la economía no petrolera , a través de nuevas políticas comerciales , productivas , de inversión y de gasto , así como un mayor fortalecimiento de las políticas fiscales.

A continuación se presenta ciertas variables que son importantes conocer acerca del comportamiento del sector de la construcción a lo largo de los años para poder apreciar de mejor manera su incidencia y comportamiento en la economía ecuatoriana.

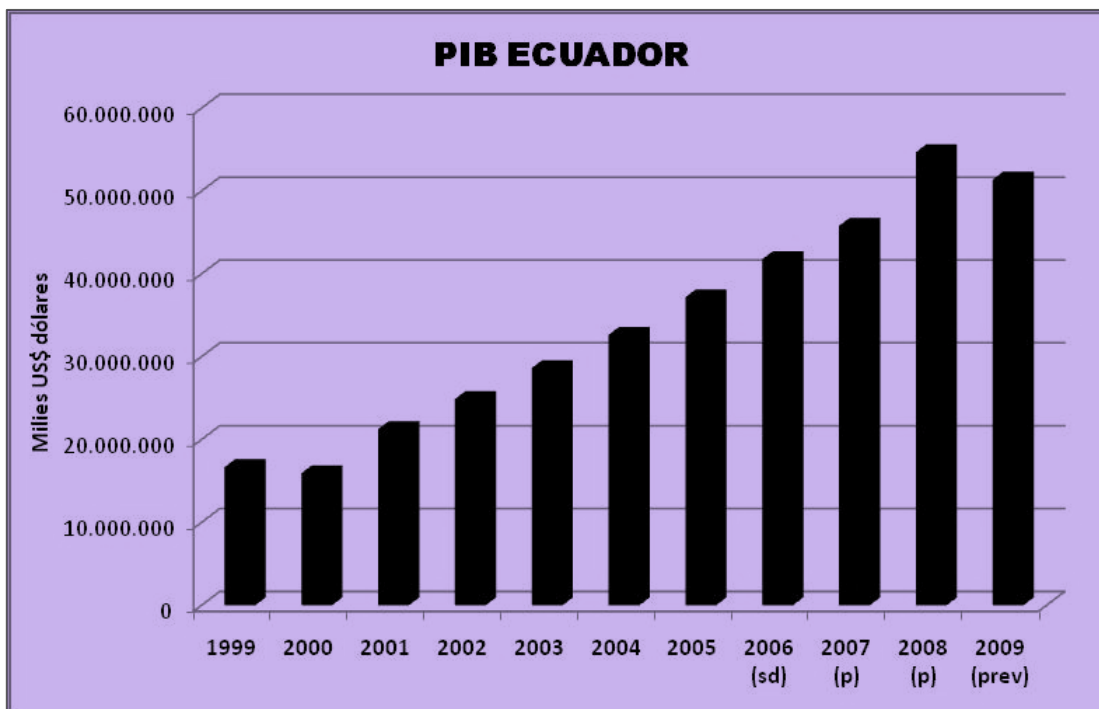


2.3.1 PARTICIPACIÓN EN EL PORCENTAJE DEL PIB

Según los estudios del Banco Central del Ecuador (BCE), el crecimiento de de la Economía del Ecuador alcanzó en el año 2009 el 0.98%, es decir que con respecto al 2008 existió una contracción.

El tamaño de la economía en cifras al 2009 se ubicó en US\$ 23.760.134 miles de dólares y en términos corrientes es del US\$ 51.385.55 miles de dólares.

GRÁFICO 2-2 PIB ECUADOR



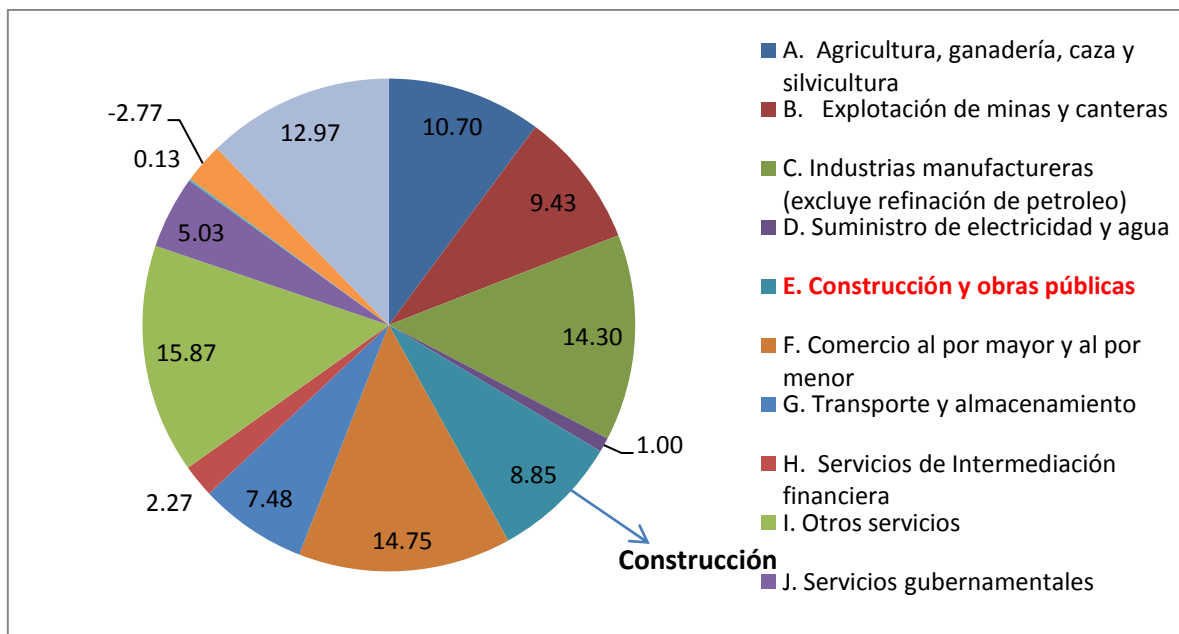
Fuente: Banco Central del Ecuador



Existen seis sectores de la economía que se destacan, en primer lugar: Otros servicios (15.87%) Comercio al por mayor y menor (14,75%), Industrias Manufactureras (14.30%), Agricultura, caza, silvicultura y pesca (10,70%), Explotación de minas y petróleos (9.43%) y el sector de la construcción con (8,85%).

Según estadísticas de organismos internacionales, señalan que el crecimiento del Ecuador para el 2010 es del 3%.³

GRÁFICO 2-3 PIB POR INDUSTRIA



Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Alejandra Galarza

De acuerdo a estadísticas del BCE, el PIB per cápita del Ecuador en dólares corrientes es de US\$ 3.669, y por otro lado el PIB per cápita en dólares del 2000 es de US\$ 1.696. Cuadro.

³ Estadísticas de la Semana CAN: Previsiones económicas 2010, 11 de Marzo del 2010 con fuente CEPAL



CUADRO 2-1 PIB PERCÁPITA

VARIABLES AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009
Miles de dólares					
Producto interno bruto	2.814	3.115	3.366	3.961	3.669
Consumo final de hogares	1.858	2.007	2.142	2.41	2.491
Formación bruta de capital fijo	619	694	744	943	896
Exportaciones	869	1.06	1.182	1.497	1.062
Importaciones	895	1.025	1.152	1.495	1.267
Dólares del 2000					
Producto interno bruto	1.57	1.607	1.624	1.704	1.696
Consumo final de hogares	1.038	1.08	1.101	1.161	1.165
Formación bruta de capital fijo	421	431	435	498	466
Exportaciones	608	653	658	670	610
Importaciones	661	713	753	818	758
Tasas de variación en dólares del 2000					
Producto interno bruto	4,5	2,4	1,0	5,0	-0,5
Consumo final de hogares	5,8	4,0	2,0	5,5	0,3
Formación bruta de capital fijo	9,3	2,3	1,0	14,4	-6,4
Exportaciones	7,4	7,3	0,7	1,8	-9,0
Importaciones	12,1	7,8	5,7	8,6	-7,4
Población miles de habitantes (*)	13,215	13,408	13,605	13,805	14,005

Fuente: Banco Central del Ecuador

Realizado por: Alejandra Galarza



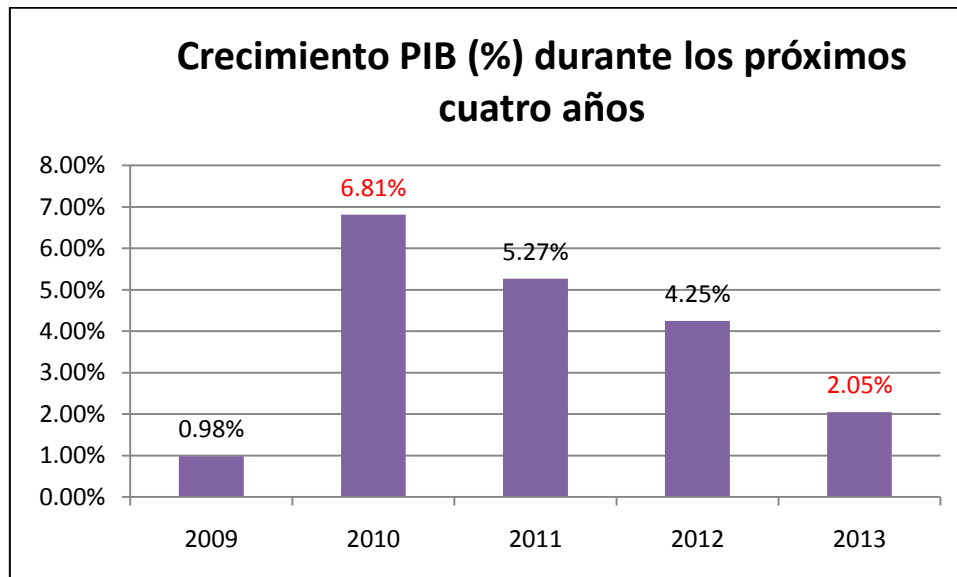
CUADRO 2-2PROYECCIÓN DEL PIB PARA LOS SIGUIENTES CUATRO AÑOS

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

Fuente: Mind Marketing

Realizado por: Alejandra Galarza

GRÁFICO 2-4PROYECCIÓN PIB



Fuente: Mind Marketing

Realizado por: Alejandra Galarza



De acuerdo a un análisis realizado por Mind Marketing se prevé un crecimiento del PIB para el año 2010 del 6.81%, para el 2013 un crecimiento del 2.05%.

2.3.2 PIB CONSTRUCCIÓN

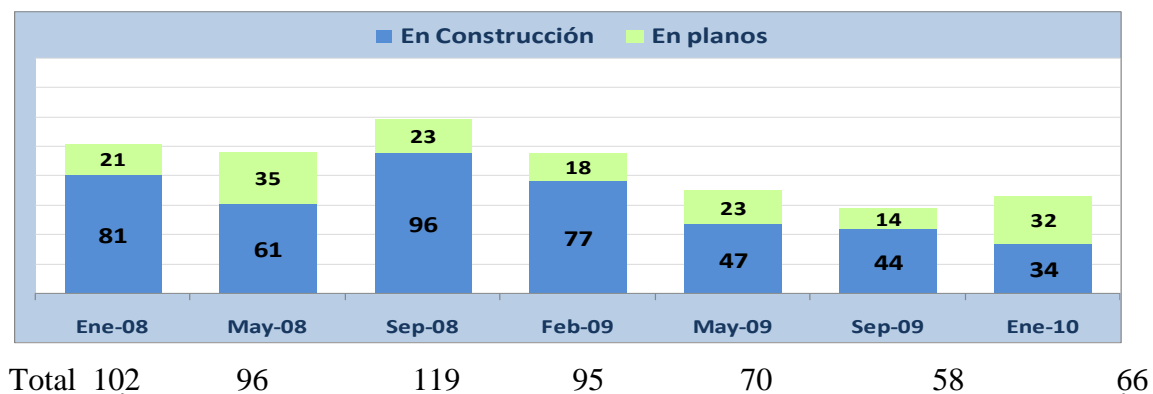
A partir del último trimestre del 2008 empieza un decrecimiento en el sector de la construcción afectado indudablemente por la crisis económica a nivel mundial que tuvo repercusión sobre la economía ecuatoriana.

Indudablemente el sector de la construcción, se vio duramente afectado en el año 2009. Dos años atrás el segmento creció 10% y en 2008 tuvo un despunte del 13%.

Sin embargo, en el primer semestre del año 2009 las cifras no fueron alentadoras, ya que mostró una reducción del 6,5% en el 2009.

Por ejemplo en la ciudad de Quito se evidencia que después de un crecimiento constante y sostenido de la creación de proyectos nuevos de vivienda desde enero del 2008 hasta enero del 2010; se empieza a detectar un decrecimiento, comparando los dos periodos existe una reducción del 36%. Comparando septiembre del 2009 con enero del 2010 se observa un crecimiento paulatino

GRÁFICO 2-5 EVOLUCIÓN DE PROYECTOS NUEVOS, COMPARATIVOS 2008-2009 Y 2010



Fuente: Market Watch

Elaborado por: Alejandra Galarza

-36%



La oferta disponible de proyectos inmobiliarios en el año 2008 fue de 14.162 unidades, unidades nuevas 13.714 ,en el año 2009 existieron 14.183 unidades totales en la oferta de las cuales 5550 unidades fueron nuevas , es decir existió menos inversión , una reducción del 60%

CUADRO 2-3 EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR ZONAS –COMPARATIVO 2008-2009.

2008

Zona	Unidades Disponibles (Stock Inicial)	Unidades Nuevas	Unidades Vendidas
Norte	3239	2461	2805
Centro Norte	3013	3618	2589
Centro	74	43	53
Sur	2765	1968	1735
Valle Cumbayá	944	482	720
Valle los Chillos	1974	2458	1736
Valle Calderón	1295	1766	1323
Valle Pomasqui	858	918	981
TOTAL	14162	13714	11942

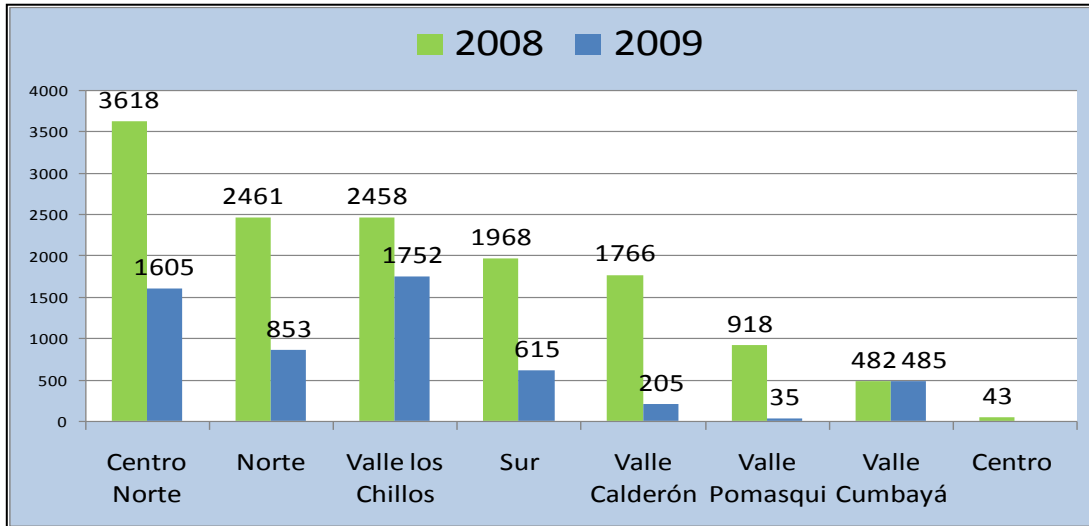
2009

Zona	Unidades Disponibles (Stock Inicial)	Unidades Nuevas	Unidades Vendidas
Norte	2753	853	1533
Centro Norte	3383	1605	2858
Centro	64	0	20
Sur	2379	615	1358
Valle Cumbayá	546	485	451
Valle los Chillos	2650	1752	2603
Valle Calderón	1680	205	872
Valle Pomasqui	728	35	368
TOTAL	14183	5550	10063

Fuente: Market Watch



GRÁFICO 2-6 VARIACIÓN ANUAL DEL TOTAL DE UNIDADES NUEVAS



Variación anual (Unidades)	Centro Norte	Norte	Valle los Chillos	Sur	Valle Calderón	Valle Pomasqui	Valle Cumbayá	Centro
(Unidades)	-2013	-1608	-706	-1353	-1561	-883	3	-43
(%)	-56%	-65%	-29%	-69%	-88%	-96%	1%	-100%

Fuente: Market Watch

Elaborado por: Alejandra Galarza

En todos los sectores de la ciudad de Quito se observa que existe una disminución en la oferta, comprando con el año 2008. El único sector que prácticamente se ha mantenido es el Valle de Cumbayá.

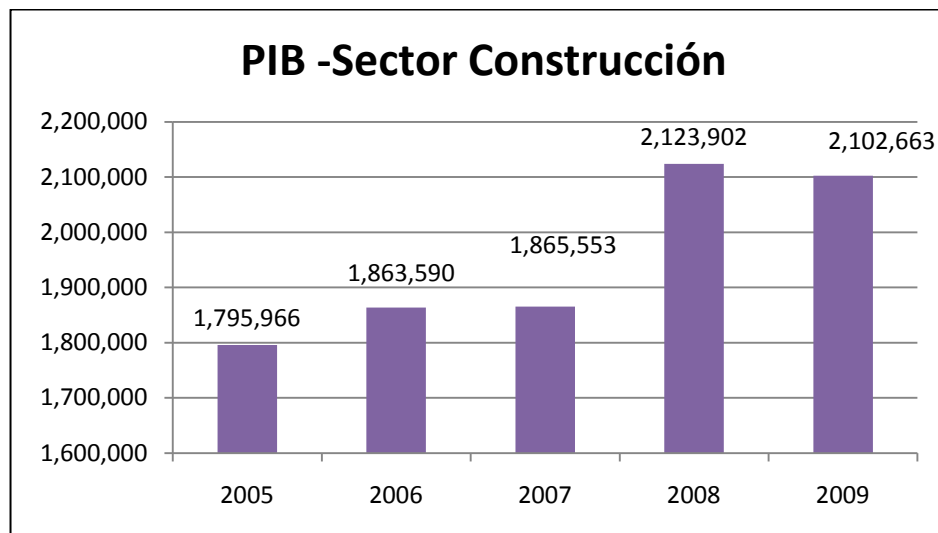
Es importante señalar que en mercado existe una sobreoferta de proyectos y muchos de estos no están destinados a satisfacer la demanda, por esta razón no se venden.

Para este año el sector de la Construcción se está dinamizando y se prevé un crecimiento, esto gracias al aporte por parte del Gobierno con varias alternativas de financiamiento como con el IESS, MIDUVI, Banco del Pacífico, así mismo con infraestructura por parte del sector público como privado.



Este sector de la construcción tiene barreras de entrada, dando lugar a que el mercado sea prácticamente oligopólico, este sector produce bienes durables y así como dinamiza la economía también en una recesión es el primer sector afectado, de igual forma depende de las regulaciones por parte del Gobierno.

GRÁFICO 2-7 PIB –SECTOR CONSTRUCCIÓN.



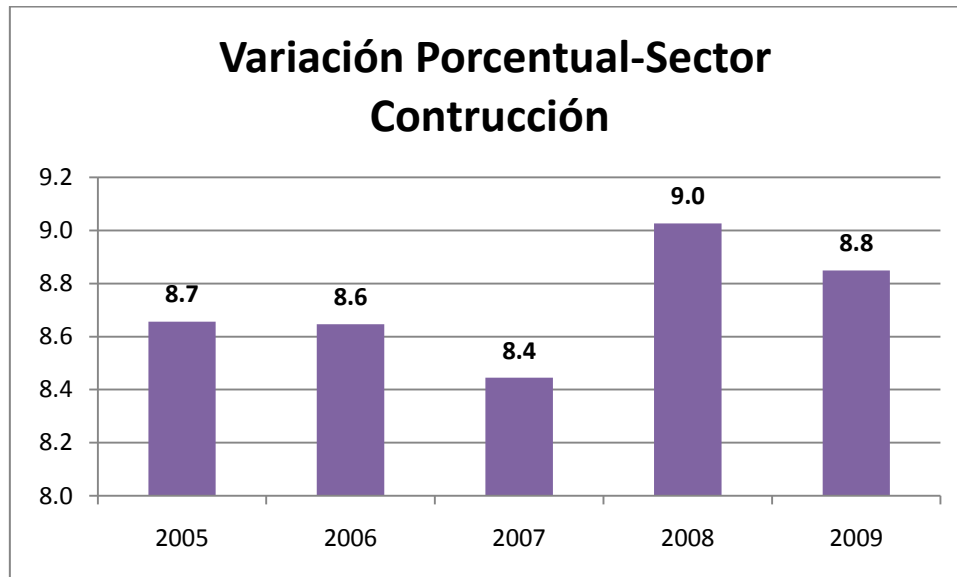
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

Durante el período 2005-2009, la actividad de Construcción representa en promedio 8,32% del PIB, es decir cerca del US\$ 1.643,640 millones a precios 2000. Para el año 2009 el PIB de la Construcción fue de US\$ 2.102,663 miles de dólares 2000.



GRÁFICO 2-8 VARIACIÓN PORCENTUAL PIB – SECTOR CONSTRUCCIÓN.



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

De acuerdo a la estructura porcentual a precios del 2000, el sector de la construcción en el año 2008 tuvo un crecimiento con respecto a los otros sectores de la economía del 9%, mientras que en el 2009 fue del 8.8%.

2.3.3 INFLACIÓN:

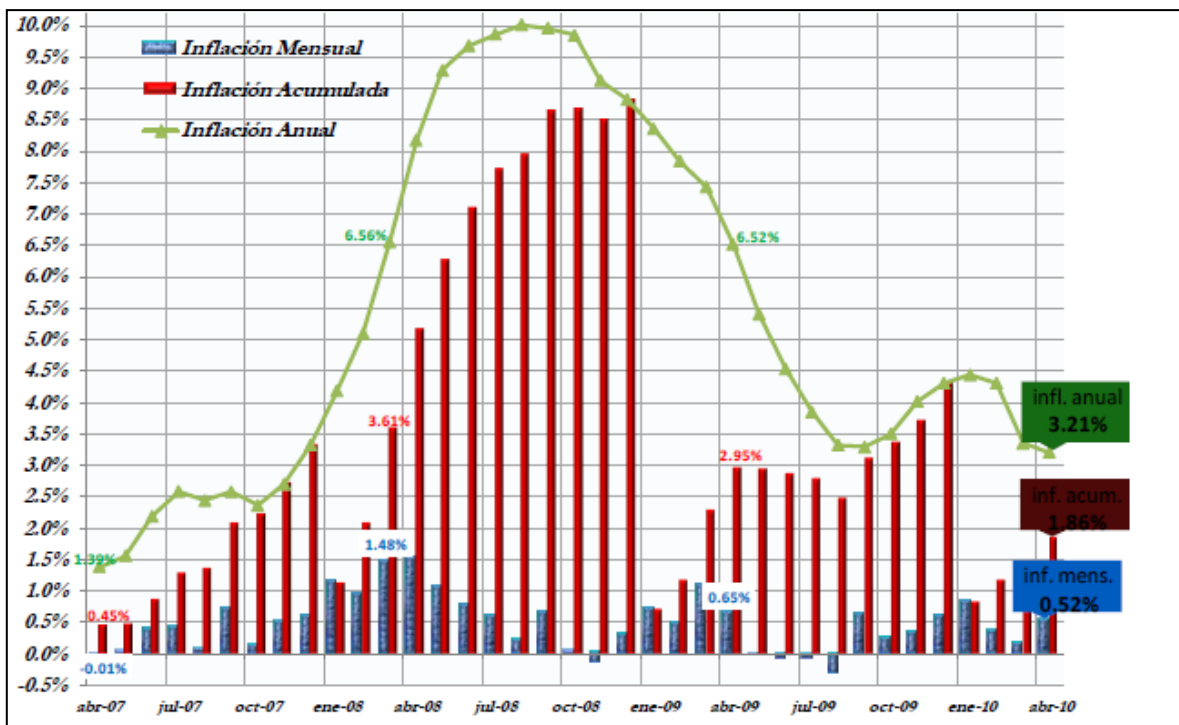
En el Ecuador las tasas de inflación se comportan en forma fluctuante. Durante el 2008, se observa una alza hasta llegar al 9.80%. Las tasas de inflación han ido disminuyendo y es así que para abril del 2009, cayó al 2.95%.

En abril del 2010, se registró una inflación mensual 0,52%, debido al incremento de los precios de la canasta de bienes y servicios, en especial de los alimentos y bebidas alcohólicas. La inflación anual se situó en 3.21% es decir con una reducción por tercer mes consecutivo y



la inflación acumulada para abril del 2010 es de 1,86%., comparado con el mismo periodo del 2009 existe una reducción.

GRÁFICO 2-9 INFLACIÓN MENSUAL Y ACUMULADA –AÑOS 2007-2008 Y 2009.



Fuente: Banco Central del Ecuador

El aumento en los precios de los productos y servicios durante el año 2008 afectaron a todos los sectores productivos del país de manera directa o indirecta, y el sector de la construcción no es la excepción. Según estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la inflación aproximada a finales del 2008 se situó en 9.80% %, ante lo que el aumento real de los precios de productos de la construcción fue de alrededor del 14%, lo que demuestra el encarecimiento en cuanto a insumos y materia prima

Son muchos los factores que provocaron esta situación, entre los que se pueden mencionar el incremento del precio del petróleo a nivel internacional que produjo una elevación en el valor



de los fletes en la importación de materiales y acabados y en varios derivados del petróleo como lo son el PVC y el plástico. La apreciación de la moneda de la Comunidad Europea como es el euro en relación al dólar ha traído consigo un aumento en los productos importados de Europa, así como el cambio de las políticas arancelarias ha encarecido los productos chinos.

Las regulaciones que se han dado en el país en aspectos laborales, de contratación y de tributación también han afectado el precio final de los productos.

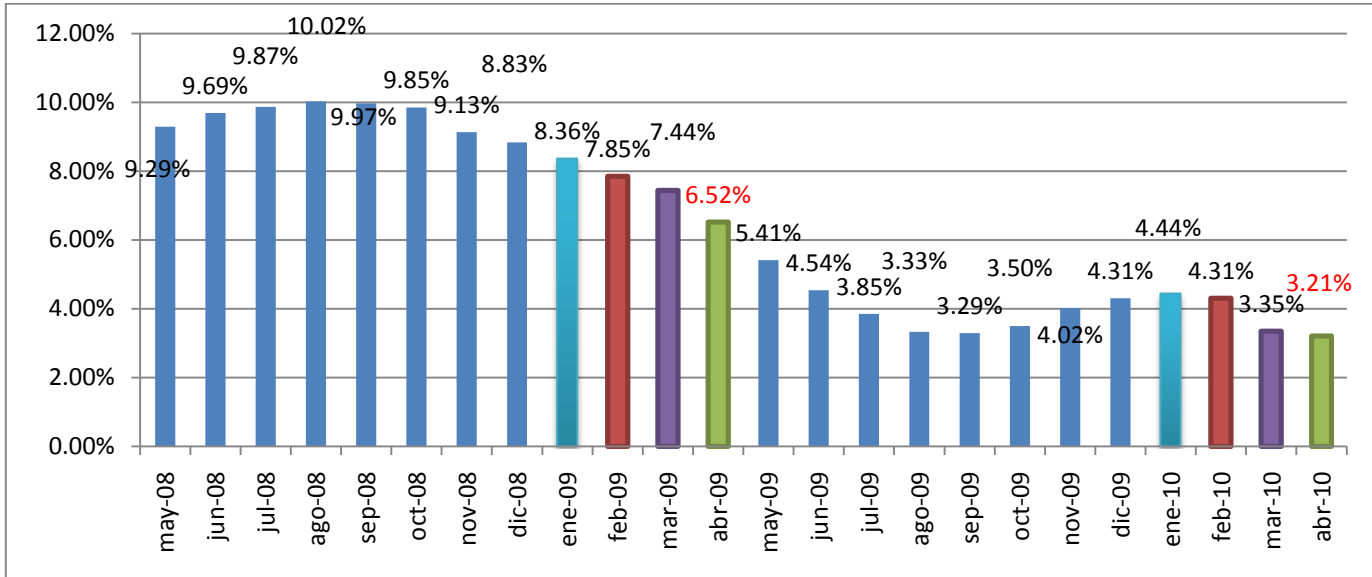
En el 2009 el precio del hierro y de algunos metales (cobre, usado en los cables eléctricos y tuberías de agua, el aluminio utilizado en las ventanas) bajó comparando con el año 2008, es decir que los precios se estabilizaron. Como la mayor parte del hierro es importado, los precios en el Ecuador reflejan los internacionales. Estos han bajado primero, debido a una menor demanda en China, que en el 2007- 2008 fue el gran importador que impulsó la subida del hierro, de otros metales y del petróleo. Segundo la crisis internacional que ha contraído la demanda del hierro a nivel mundial.

Los acabados y tubería de cobre en los proyectos inmobiliarios destinados a un sector socioeconómico alto por lo general son importados y con la restricción de las importaciones impuesto por parte del Gobierno provoca un incremento en el costo total de un proyecto, cabe recalcar que hay maquinaria obligatoriamente importada como son ascensores, generadores, etc. El incremento de los costos provoca un aumento en el precio de venta de las viviendas por lo que en la actualidad los proyectos enfocados a este segmento son los que se encuentran detenidos ya que se complica la comercialización.

Los proyectos enfocados a los sectores socioeconómicos medios y medios bajos prácticamente no utilizan insumos importados más bien consumen materiales ecuatorianos, lo que contribuye a la economía y adicionalmente los costos disminuyen y por ende los precios de venta lo cual facilita la comercialización del proyecto en el mercado, aunque es importante mencionar que en el mercado existe poca oferta de proyectos enfocados al segmento socioeconómico medio y medio bajo.



GRÁFICO 2-10 INFLACIÓN MENSUAL – COMPARATIVO 2009-2010



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

La inflación en abril del 2010 es del 3.21% si se compara con el mismo período del año anterior, existe una reducción.

2.3.4 INFLACIÓN:

La construcción es un sector que puede ser muy atractivo pero depende de la estabilidad económica del país y de la disponibilidad de crédito; en lo que se refiere al financiamiento por consecuencia de la crisis internacional la Banca disminuyó sus depósitos y por tal razón restringió los créditos para la construcción y de igual forma el crédito hipotecario durante el primer semestre del año 2009.



El portafolio de crédito bancario al 2008 presenta un crecimiento de 25,2%, para el año 2009 existió un decrecimiento del -0.7%.

La cartera de créditos para microempresas es el que más crecimiento ha tenido seguido de la cartera de vivienda que en el año 2008 creció 21.20% , en el 2009 un decrecimiento de -0.9%,esto debido a que en el año 2009 hubo restricción de los créditos hipotecarios , se disminuyeron los plazos (de 20 a 7 años), porcentajes de financiamiento (del 70% al 60%).

CUADRO 2-4 COLOCACIÓN CARTERA

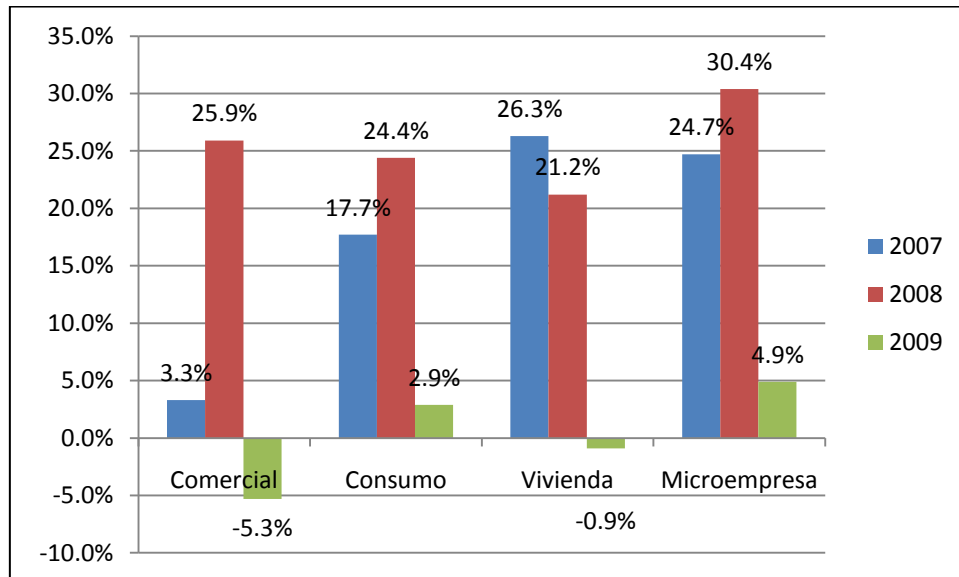
DATOS	CARTERA EN MILLONES DE DÓLARES			VARIACIÓN ANUAL		
	dic-07	dic-08	dic-09	2007	2008	2009
Comercial	3,815,238	4,801,529	4,454,398	3.3%	25.9%	-5.3%
Consumo	3,304,859	4,110,495	4,229,886	17.7%	24.4%	2.9%
Vivienda	1,336,623	1,619,441	1,604,263	26.3%	21.2%	-0.9%
Microempresa	1,084,687	1,414,055	1,483,304	24.7%	30.4%	4.9%
Total Cartera	9,541,687	11,945,520	1,483,304	13.2%	25.2%	-0.7%

Fuente: Market Watch

Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 2-11 VARIACIÓN ANUAL CARTERA DE VIVIENDA.



Fuente: Market Watch

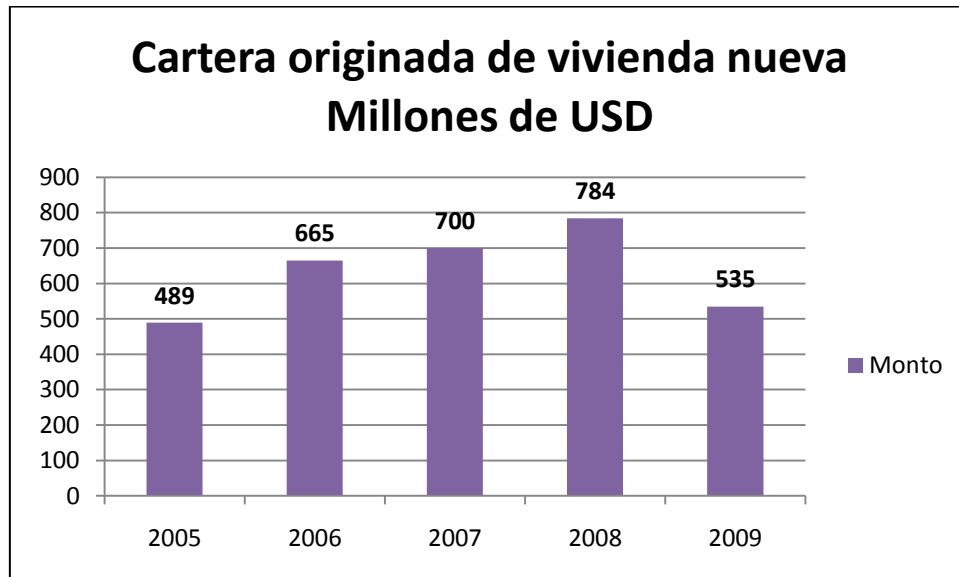
Elaborado por: Alejandra Galarza

El total de cartera originada por el sistema financiero en el 2008 fue de \$ 784 millones, mientras que en septiembre del 2008 se originó \$ 74 millones en créditos hipotecarios, en mayo del 2009 la cifra fue apenas de \$ 34 millones, una reducción mayor al 50%. El fuerte decrecimiento se dio en el primer semestre del 2009 para luego recuperarse desde agosto 2009, sin llegar a los niveles máximos del 2008.

Para compararlos nuevos créditos desembolsados durante los últimos cinco años originados por vivienda nueva se presenta el siguiente cuadro, cabe destacar que no se ha considerado los créditos otorgados por el IESS ya que no reportan a la Superintendencia de Bancos.



GRÁFICO 2-12 CARTERA ORIGINADA DE VIVIENDA NUEVA



Fuente: Market Watch

Elaborado por: Alejandra Galarza

En el 2009 el IESS desembolsó \$330 millones, adicionalmente el sistema financiero vendió al IESS \$125 millones en cartera hipotecaria y otros \$140 millones fueron titularizados. De esta forma el IESS tiene un 38% de participación en el mercado, cabe destacar que el 60% de los créditos concedidos por el IESS se destinaron a la compra de vivienda usada, mientras que el sistema financiero el 62% es concedido para vivienda nueva. Las condiciones de financiamiento que ofrece el IESS (plazo hasta 25 años, financiamiento del 100% de la vivienda)

Los principales participantes que concentran el 65% del crédito originado en vivienda son el Banco Pichincha (31%), Mutualista Pichincha (15.6%), Banco de Guayaquil (8.3%), Banco Internacional (7%) y Procubano (5.1%).

Actualmente las estrategias del Estado pretenden dinamizar el sector de la construcción y apoyar sobre todo a los estratos socioeconómicos medios, medios bajos y bajos.



Para el 2010, existen \$800 millones asignados al sector por parte del gobierno a través del Banco del Pacífico , Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) , Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda(MIDIVI) e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Esta cifra está disponible tanto para créditos para el constructor como para el comprador de vivienda. El plan comprende además del bono gratuito de 5 mil dólares, un crédito hipotecario del Banco del Pacífico hasta 60.000 USD a un plazo de 12 años y con una tasa del 5%, inferior a la tasa de interés que ofrece la Banca privada 10% en promedio

Si se suma a este valor \$ 535 millones que origine el sector privado, se puede avizorar un buen año para el sector con \$1.335 millones.

Sin embargo según datos del Banco Central durante el I trimestre de 2010, el volumen de crédito se incrementó en todos los sectores, excepto en el sector vivienda que se mantuvo en los mismos niveles, con respecto a igual período del año anterior.

CUADRO 2-5 VOLUMEN DE CRÉDITO BANCA PRIVADA - ENERO A MARZO 2010

Tipo de crédito	Millones USD		Variaciones	
	Ene-Mar 2009	Ene-Mar 2010	Absoluta 2009	Relativa 2010
Comercial	2,058	2,237	279	13.60%
Consumo	277	364	87	31.30%
Microcrédito	154	243	89	0.5%
Vivienda	95	95	-1	17.60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

Para que exista un mercado de la construcción activo no solamente se requiere que exista una demanda potencial, sino efectiva (financiada) que posibilite la producción de una oferta



adecuada a esta demanda. El sector de la construcción de vivienda tiene un principio general “Si existe la demanda financiada, la oferta aparece, se adecúa y se financia sola”

Con respecto a las tasas de interés para el sector de la construcción actualmente la tasa activa referencial es del 10.74% y la tasa efectiva máxima es del 11.33%, esta tasa ha tendido a la baja durante los últimos años.

CUADRO 2-6 TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES.

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial		Tasa Activa Efectiva Máxima	
	% anual		% anual
Vivienda	10.74	Vivienda	11.33

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

En el año 2007 la tasa máxima de interés activa del crédito de vivienda era de 14.9% es decir ha bajado casi tres puntos porcentuales comparando a mayo del 2010



CUADRO 2-7 EVOLUCIÓN DE LAS TASAS DE INTERÉS ACTIVAS MÁXIMAS POR TIPO DE CRÉDITO.

En porcentajes

Tipo	sep-07	may-10	Variación
Vivienda	14.9	11.3	-3.6

Fuente: Banco Central del Ecuador

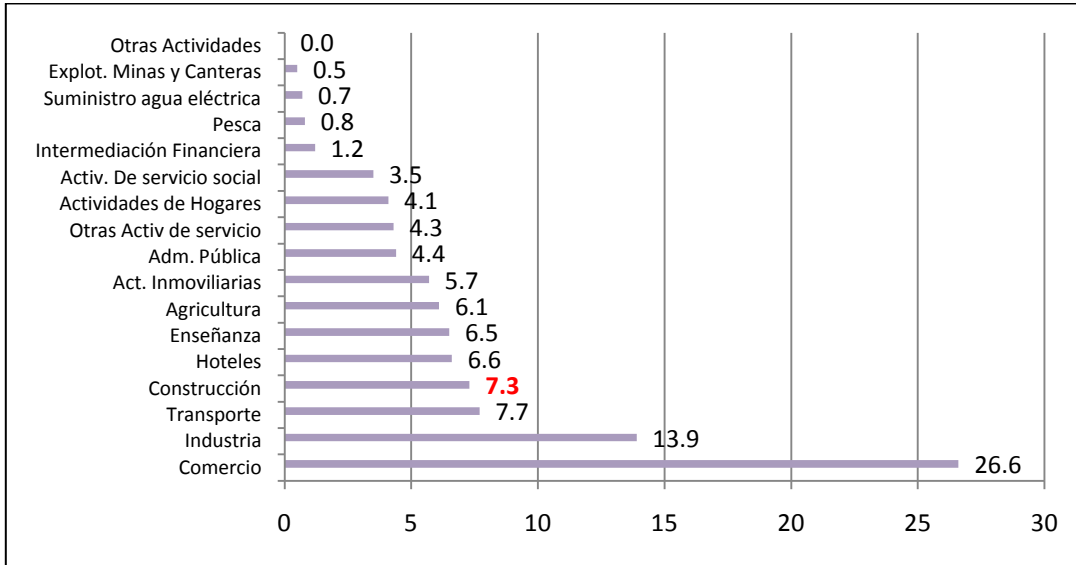
Elaborado por: Alejandra Galarza

2.3.5 DESEMPLEO

El sector de la construcción genera empleo para aproximadamente el 7.3% de la población económicamente activa del país en el año 2009, de forma similar en el año 2010. Se encuentra en cuarto lugar entre los sectores de la economía que más generan empleo. La tasa de desempleo anual en el Ecuador para el año 2009 fue del 7.93%.



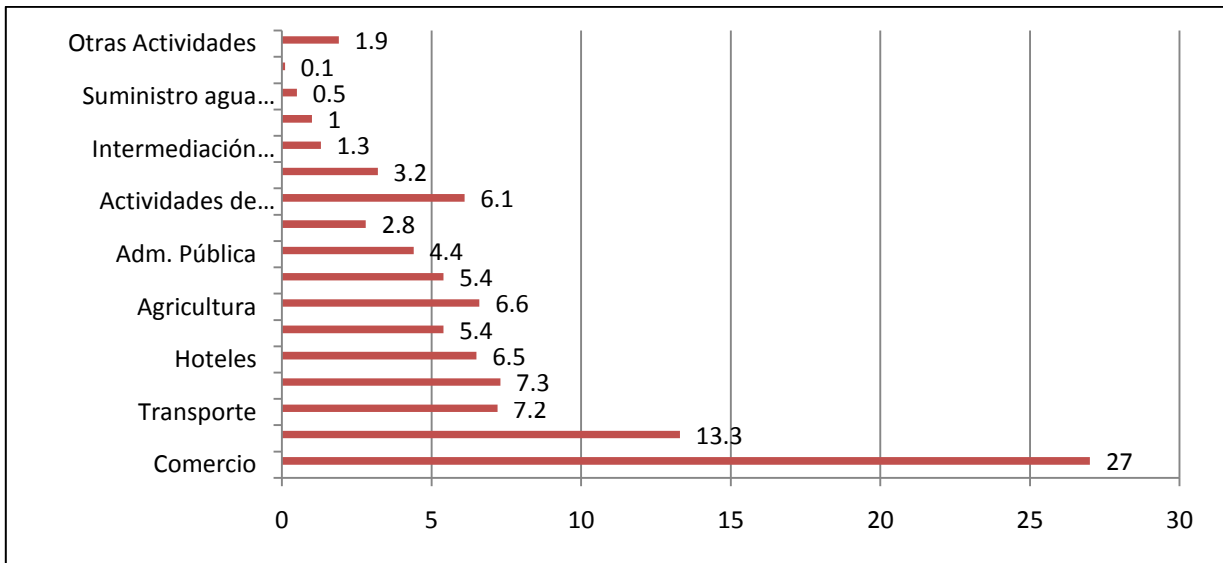
GRÁFICO 2-13 TASA DE PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE OCIPADOS URBANO AÑO 2009. (Por rama de actividad económica)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

GRÁFICO 2-14 TASA DE PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE OCUPADOS URBANO AÑO 2010. (Por rama de actividad económica).



Fuente: Banco Central del Ecuador

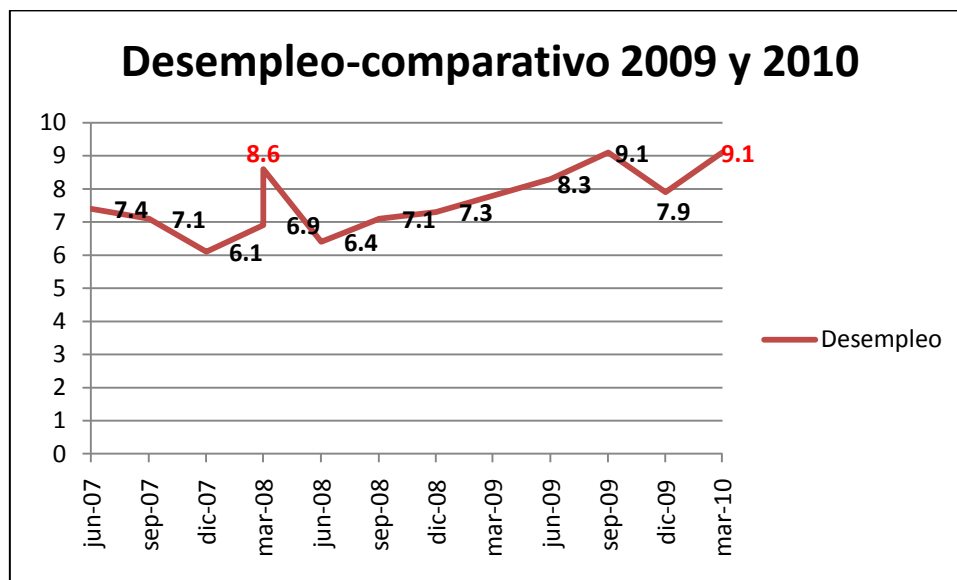
Elaborado por: Alejandra Galarza



El alto índice de desempleo es un factor que provocó que la Banca restrinja los créditos hipotecarios ya que el índice de cartera vencida subió de 3.92% en junio del 2008 al 7.09% en junio del 2009; varias personas que tenían créditos con el sistema financiero se quedaron sin empleo.

En el primer trimestre del 2010, el desempleo urbano fue mayor al nivel alcanzado en igual período del año anterior, el desempleo urbano fue mayor al nivel alcanzados en igual período del año anterior (9.1% frente al 8.6% en el 2009), debido en buena medida a que los factores de la crisis internacional aún siguen afectando al mercado laboral. El subempleo urbano fue ligeramente menor (51.3% frente al 51.8% en el 2009)

GRÁFICO 2-15 DESEMPLEO – COMPARATIVO 2009 y 2010

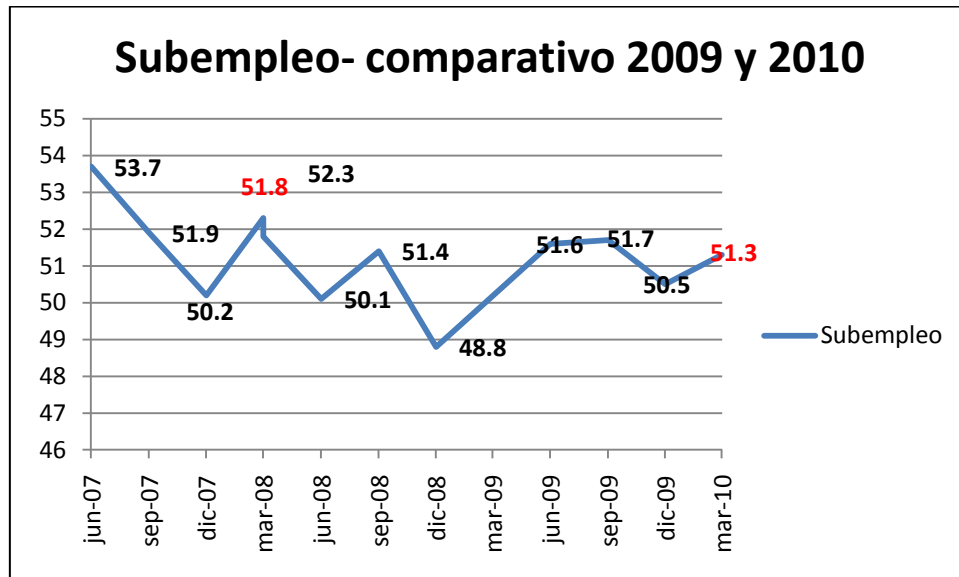


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 2-16 SUBEMPLEO- COMPARATIVO 2009 y 2010.



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

2.3.6 INGRESOS CORRIENTES-REMESAS

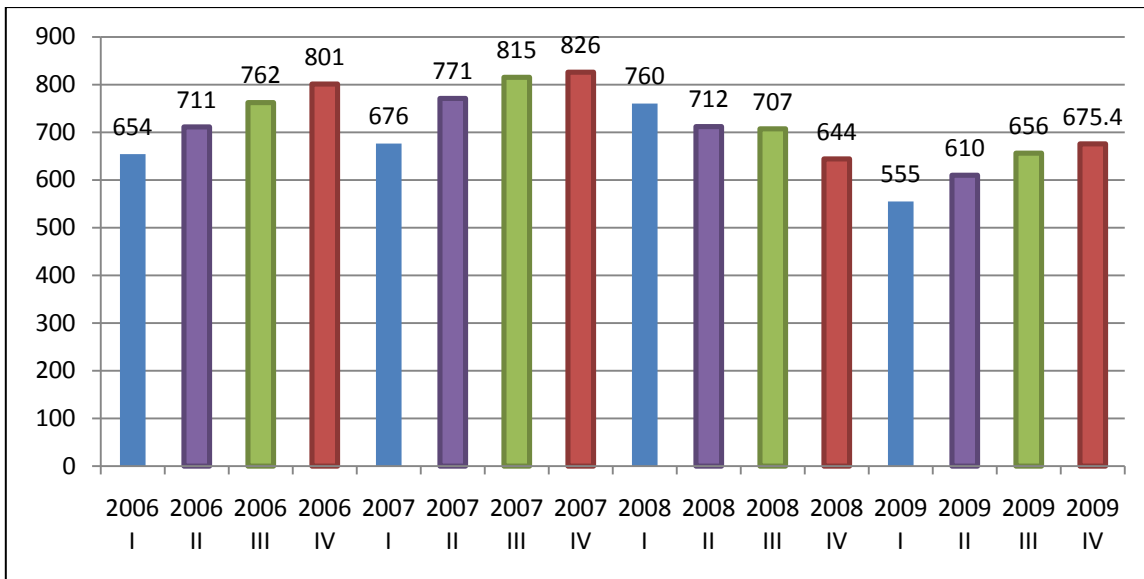
Según una investigación realizada por la Cámara de la Construcción anteriormente solo el 4 % de los \$ 2.500 millones que enviaban los emigrantes se destinaba a vivienda; el resto estaba destinado para el consumo. Para el 2008 la inversión de las remesas en construcción y compra de vivienda fueron del 30%.

Al IV trim. 2009 se incrementaron a USD 675 millones, esto es 3% más que lo observado en el III trimestre de 2009 (USD 656 millones) y 4.9% respecto a igual periodo del año 2008 (USD 644 millones). En 2009, este rubro registró un ingreso de divisas por USD 2,495 millones. A nivel anual se observa una disminución de 11.6% con respecto al año 2008 y que se explica por el impacto de la crisis financiera internacional en la actividad económica de Estados Unidos y España, principales países receptores de mano de obra ecuatoriana.



GRÁFICO 2-17 EVOLUCIÓN DE REMESAS RECIBIDAS- COMPARATIVO DESDE EL AÑO 2006 HASTA EL 2009.

Millones de dólares



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Alejandra Galarza

La disminución de las remesas en el año 2009 se debió a que varios emigrantes están desempleados, esto repercute en el desarrollo del sector de la construcción ya que disminuyen las ventas, sobre todo de los proyectos que están enfocados a este sector (nivel socioeconómico medio).

A pesar de todas las amenazas que atravesó el sector de la construcción durante el 2009 y pese a algunos factores que siguen afectando, lo importante es crear y aprovechar oportunidades que permitan incursionar con éxito en este sector. El rol y la estrategia del Estado para incentivar la participación del sector privado en el financiamiento y la construcción de viviendas. Además debe ofrecer incentivos financieros, administrativos y legales a fin de



fomentar la inversión; esto se está tratando en el proyecto de reforma de ley tributaria que pretende reducir la cantidad de impuestos para el sector de la construcción.

2.4 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS MACROECONÓMICO

Posterior al análisis macroeconómico del Ecuador y la relación de estos indicadores con el sector de la construcción, se puede concluir.

- Para el 2010 se prevé un ligero crecimiento del PIB , el sector de la construcción representa un termómetro de la economía el cuál crecerá en este año con respecto al año 2009.
- El PIB del Ecuador crecerá siempre y cuando mejoren los precios internacionales del petróleo, de acuerdo a las proyecciones no bajaran los precios como en el 2008.
- El sector de la construcción no se desarrolla sin financiamiento, para este año tanto la Banca Privada como la pública se encuentran bastante agresivos para la colocación de crédito hipotecario como para el constructor, ofreciendo tasas de interés atractivas y plazos acordes a los requerimientos y satisfacción de los clientes.
- Al tener una inflación a la baja contribuye a que los precios de los materiales de la construcción sean menos costos.
- El desempleo ha crecido durante los dos últimos años, este es un factor importante que los constructores deben considerar ya que el sector de la construcción es una de las actividades que generan mayor empleo. Al existir desarrollo de proyectos inmobiliarios se contribuye a disminuir el desempleo.
- El Gobierno debe implementar seguridad jurídica y económica para los nuevos inversionistas de proyectos inmobiliarios.
- En el entorno actual es muy factible emprender proyectos inmobiliarios considerando que la economía del Ecuador está en crecimiento con respecto al año anterior, es importante que se aprovechen las oportunidades del mercado.



- Los constructores deben reducir sus márgenes de utilidad para seguir vendiendo , deberán ofrecer viviendas de calidad, optimizando los recursos, con una administración , planificación y liderazgo adecuado con el recurso humano que en su gran mayoría son mano de obra no calificada , el constructor tiene una responsabilidad social y la oportunidad de contribuir al crecimiento , educación y desarrollo de sus empleados ya que esto permite lograr mejores resultados y alcanzar niveles de crecimiento en el Ecuador.



CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO



3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA DE VIVIENDA

A continuación se realizará una evaluación de las principales características de la demanda de vivienda considerada para el proyecto en el sector de la Armenia, las cuales se han determinado de acuerdo a las siguientes investigaciones y variables:

- Estudios de demanda de vivienda para la ciudad de Quito y los Valles realizadas por Gridcon.
- Evaluación del entorno de ubicación del terreno evaluado
- Análisis de los niveles socioeconómicos definidos para el mercado objetivo del proyecto, correspondientes a los estratos medio y medio alto.
- Encuesta realizada a 280 personas (Información Primaria)

3.2 METODOLOGÍA

Se realizaron encuestas personalizadas y adicionalmente se compararon los datos obtenidos con la información secundaria que Gridcon. El objetivo es tratar de determinar la viabilidad y aceptación del proyecto, por parte del mercado en el sector de la Armenia.

Universo: Hombres y mujeres de 25 a 50 años de edad con intención de compra de vivienda en los próximos tres años.

Metodología Cuantitativa: Entrevistas personales utilizando un cuestionarios semiestructurado.

Muestra: 280 entrevistas. Se realizó un total de 420 contactos para alcanzar la muestra propuesta.

Por sexo: Hombres 45%, mujeres 55%

Por edad: 25 a 35- 65%, 36 a 55- 35%.



Por Nivel Socioeconómico: Alto: 3% , Medio Alto:5% ,Medio 70% ,Medio Bajo:22%

Confiabilidad: Rango de Confiabilidad del 95.5%

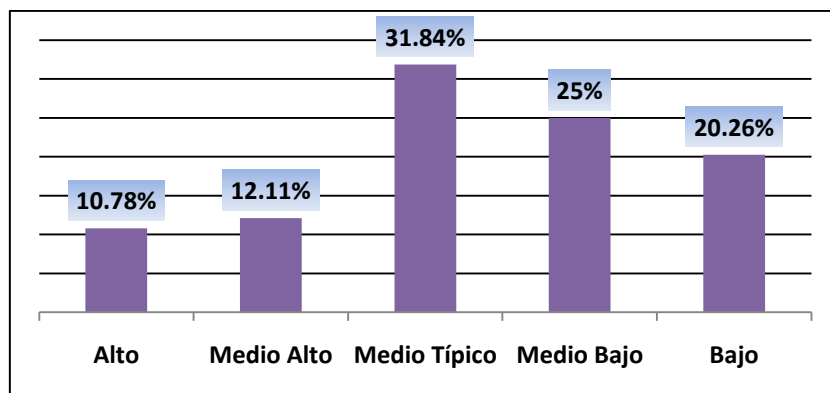
Error muestral Máximo: +/- 5%

Investigación de campo realizada desde el 22 de marzo hasta el 27 de abril del 2010.

3.2.1 INTENCIÓN DE COMPRA DE VIVIENDA.

Los hogares de NSE (nivel socioeconómico) medio típico son los que muestran mayor interés (31.84%) para adquirir una vivienda nueva.

GRÁFICO 3-1 INTENCIÓN DE COMPRA DE VIVIENDA



Fuente: Investigación Realizada

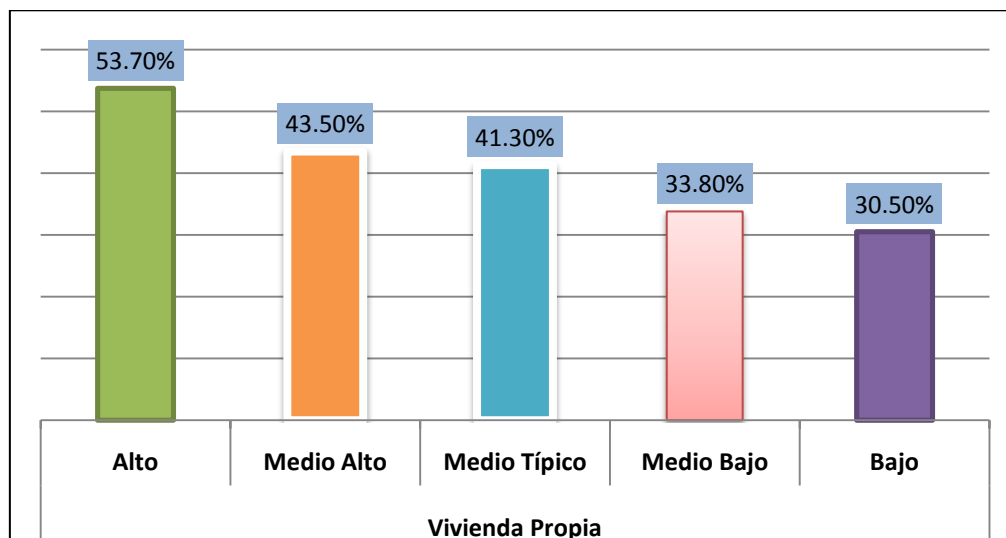
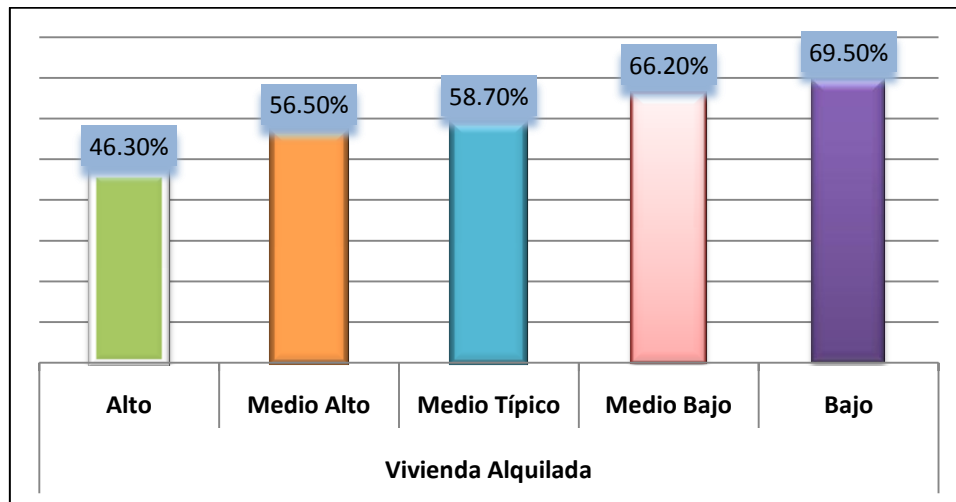
Elaborado por: Alejandra Galarza

3.2.2 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA ACTUAL

Entre la demanda de NSE medio típico y medio alto se aprecia una buena oportunidad para ofrecerle una vivienda, por cuanto el 58.7% y 56.5% de estos estratos habita actualmente en una residencia alquilada.



GRÁFICO 3-2 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA ACTUAL



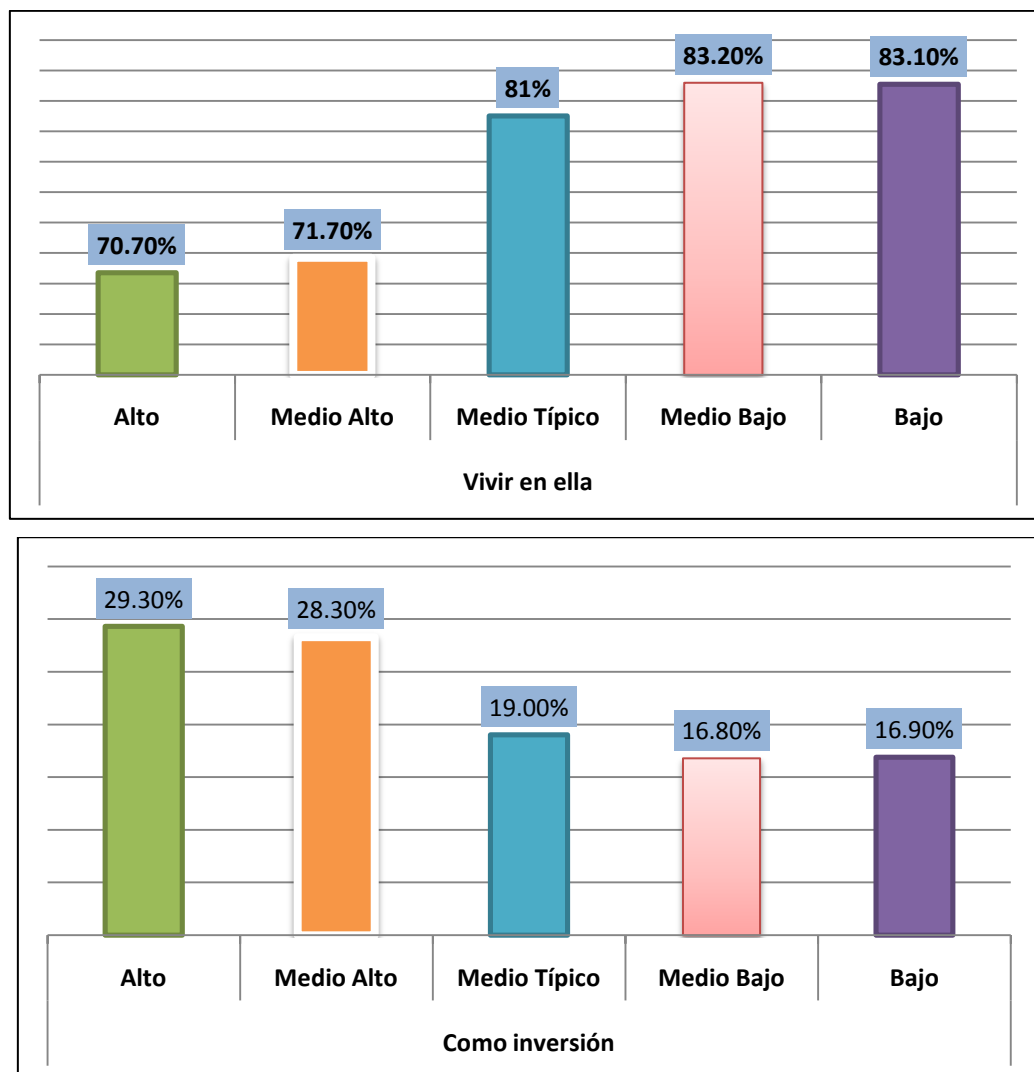
Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



3.2.3 USO DE LA NUEVA VIVIENDA

El 81% del NSE típico compraría su nueva vivienda para “vivir en ella”; la diferencia (18.2%) la adquiriría con fines de inversión.

GRÁFICO 3-3 USO DE LA VIVIENDA NUEVA



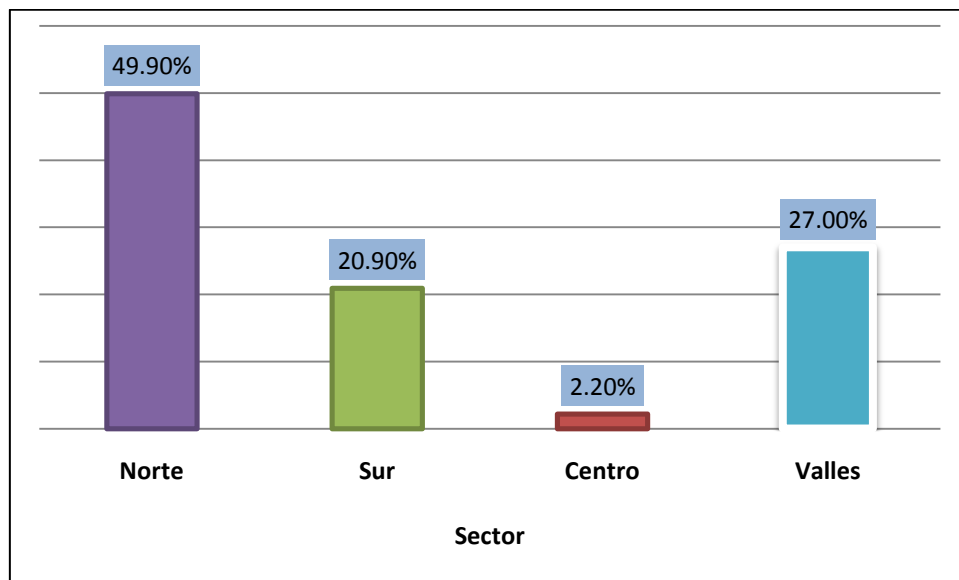
Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



3.2.4 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA LA NUEVA VIVIENDA (VALLE DE LOS CHILLOS).

Entre todos los sectores de Quito, sus valles tienen las preferencias del 27% de NSE medio típico y medio alto, como sector para su nueva vivienda

GRÁFICO 3-4 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA LA NUEVA VIVIENDA (VALLE DE LOS CHILLOS)



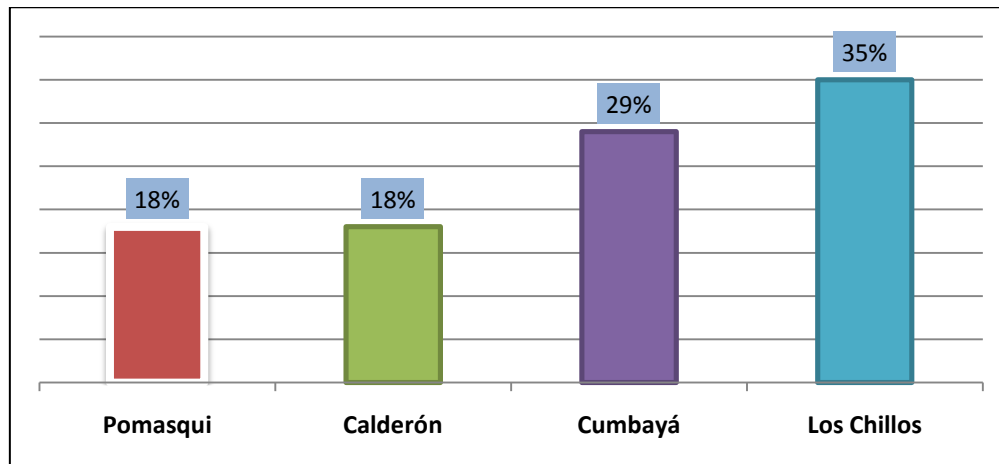
Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

A la vez, considerando únicamente los valles que rodean a la capital ecuatoriana, el de los Chillos constituye el sector preferido por el 35% de la demanda de NSE medio.



GRÁFICO 3-5 PREFERENCIA DEL SECTOR PARA EL NSE MEDIO TÍPICO



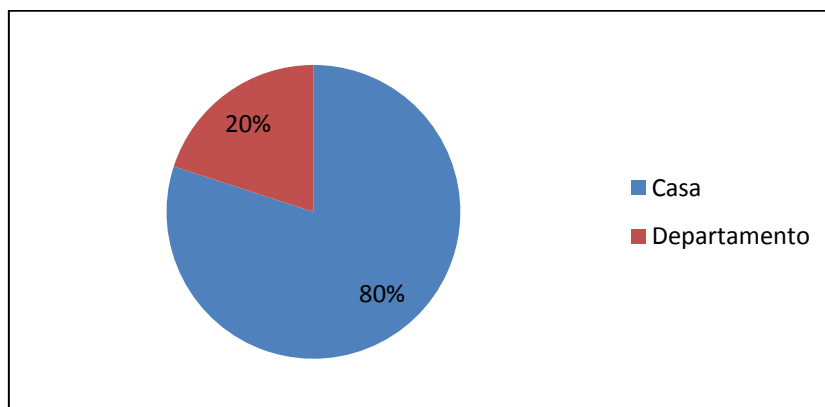
Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

3.2.5 PREFERENCIA DEL TIPO DE VIVIENDA A ADQUIRIR (casa)

Una casa es el tipo de vivienda que prefiere el 80% de los hogares de NSE medio típico y el NSE medio alto el 20%.

GRÁFICO 3-6 PREFERENCIA DEL TIPO DE VIVIENDA.



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



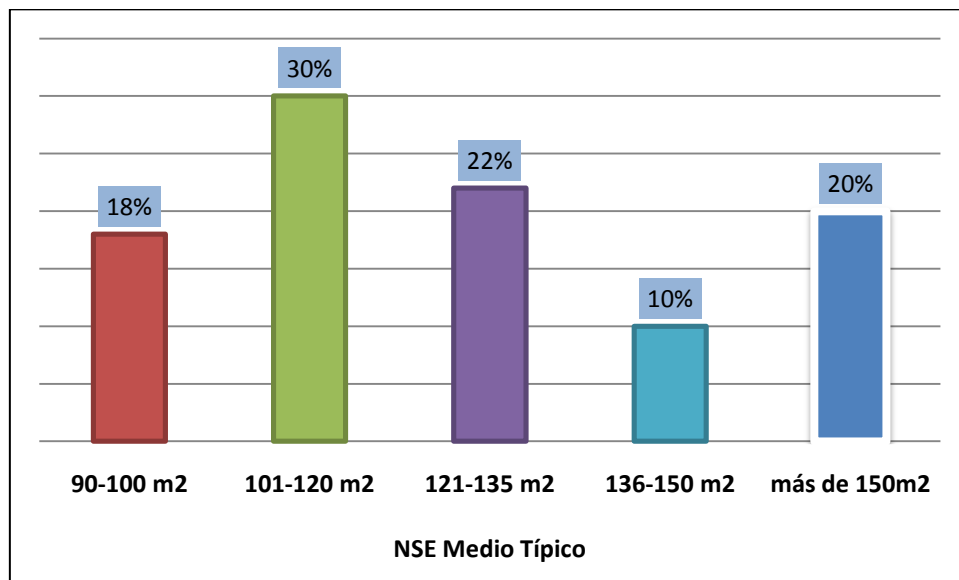
Debe anotarse que cada vez es mayor la preferencia de una casa , como el tipo de vivienda a adquirir , especialmente entre los estratos medio alto hacia abajo.

3.2.6 TAMAÑO DE LA VIVIENDA

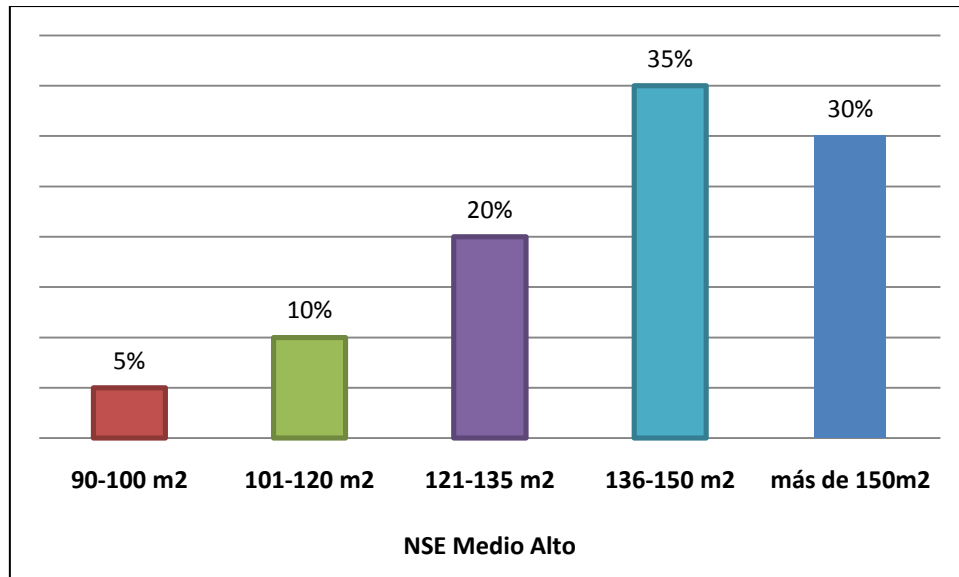
Los hogares de NSE medio típico preferirían que su vivienda tenga un área en un rango de 101 a 120 m²

Los hogares de NSE medio alto preferirían que su vivienda tenga un área en un rango de 136 a 150 m²

GRÁFICO 3-7.TAMAÑO DE VIVIENDA.



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza

3.2.7 NÚMERO DE DORMITORIOS PROMEDIO

3.3 dormitorios es el número promedio requerido por el NSE medio típico y medio alto en su nueva vivienda.

El 63% de estos NSE requiere viviendas de tres dormitorios.

3.2.8 NÚMERO DE BAÑOS PROMEDIO

El promedio de baños requerido por el NSE medio típico y medio alto es de 2.1 baños, también un pronunciado que se requeriría un promedio de 3.1 baños.



3.2.9 NÚMERO DE ESTACIONAMIENTOS PROMEDIO

El 70% de las personas requieren dos estacionamientos en su vivienda y el 40% prefieren al costado de la vivienda.

3.2.10 PREFERENCIA DE ADQUIRIR UNA VIVIENDA CON PATIO

El 83% de las personas prefieren adquirir una vivienda con patio.

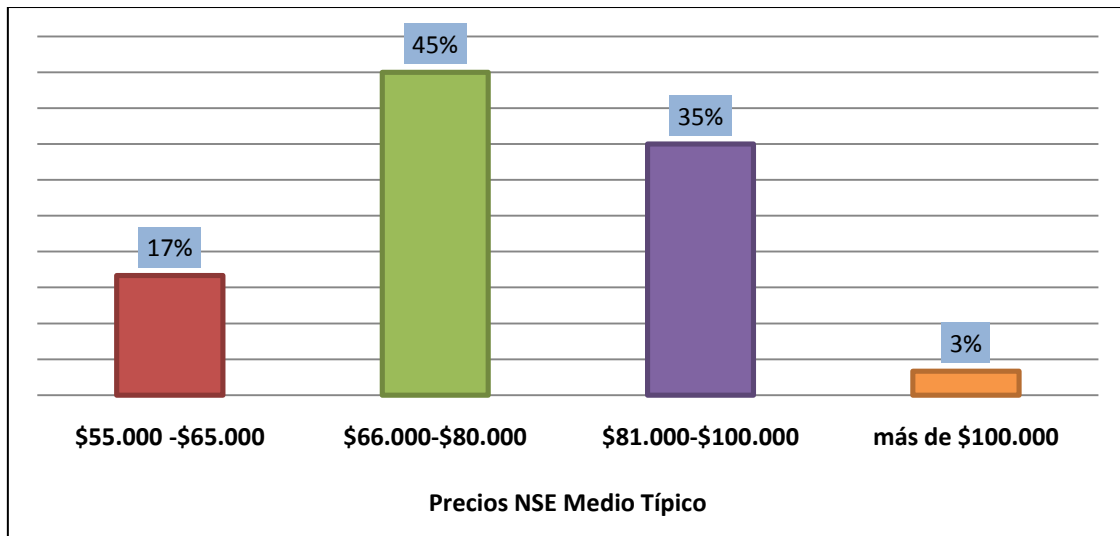
3.2.11 PRECIOS

El 45% del NSE medio típico prefieren adquirir una vivienda cuyos precios estén en rangos de \$ 66.000 hasta \$80.000.

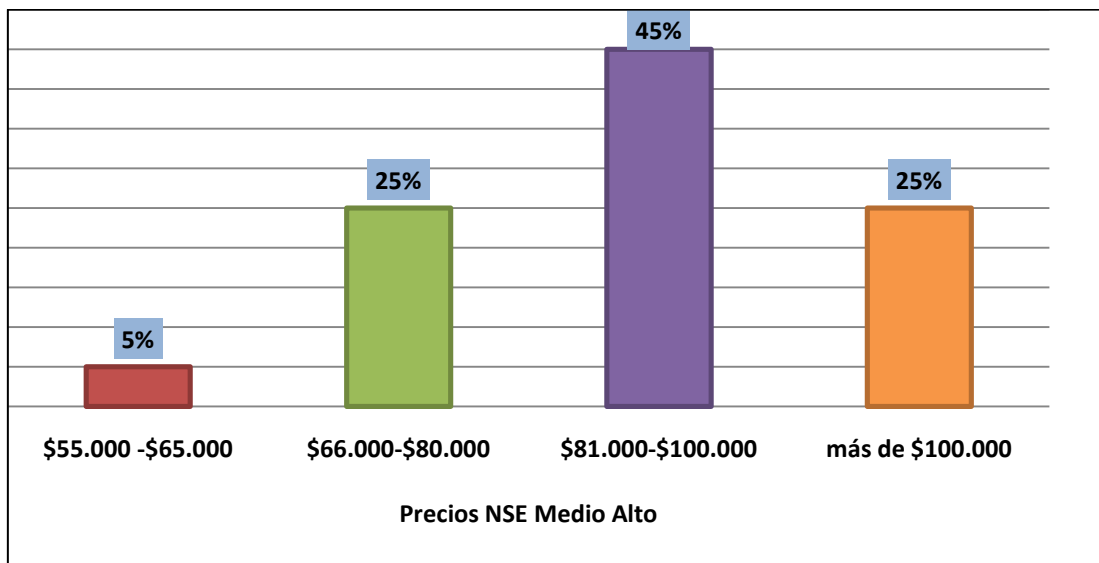
El 45% del NSE medio alto prefieren adquirir una vivienda cuyos precios estén en rangos de \$ 81.000 hasta \$100.00.



GRÁFICO 3-8 PRECIOS



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



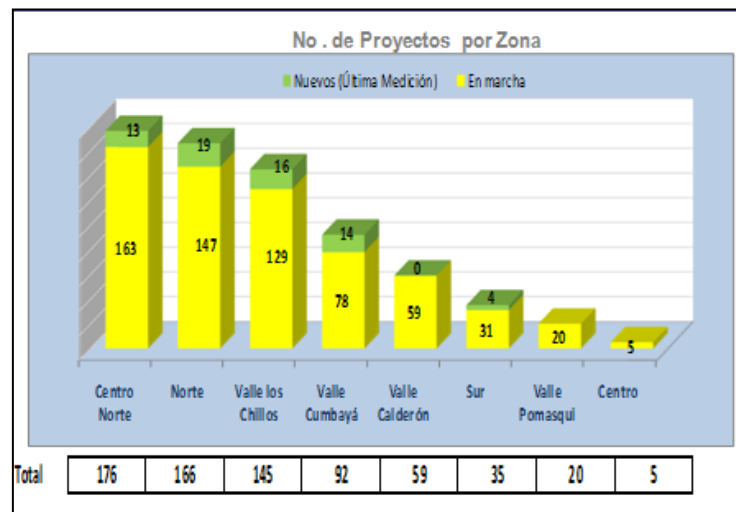
Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



3.3 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA DE VIVIENDA

Para entender el comportamiento de la oferta se realizó un análisis de la oferta en general en la ciudad de Quito y los Valles, el estudio fue realizado por Market Watch. Esta información secundaria es importante para conocer la situación del mercado en general y la del Valle de Los Chillos.

GRÁFICO 3-9 OFERTA ACTUAL DE PROYECTOS A ABRIL DEL 2010

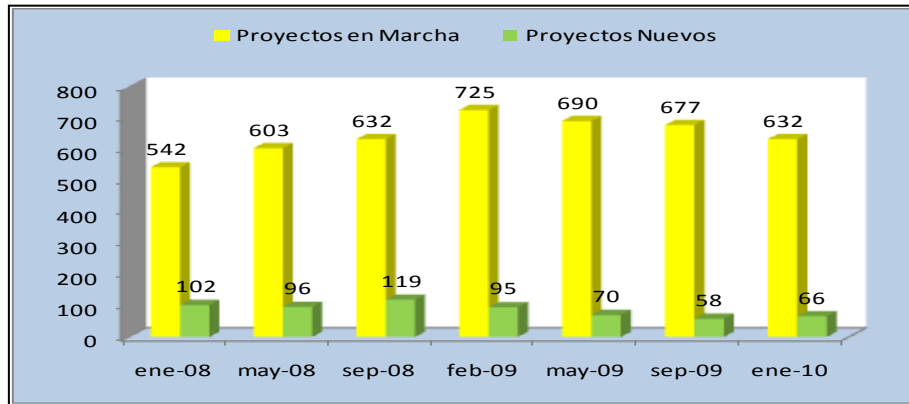


Fuente: Market Watch

La oferta actual incluye 698 proyectos que ofrecen vivienda de primer uso, 632 proyectos en marcha más 66 proyectos nuevos. Todos los proyectos analizados tienen unidades disponibles para la venta. Los proyectos pueden estar en planos, construcción o terminados.



GRÁFICO 3-10 EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS POR MEDICIÓN 2008-2010



Total	644	699	751	820	760	735	698
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

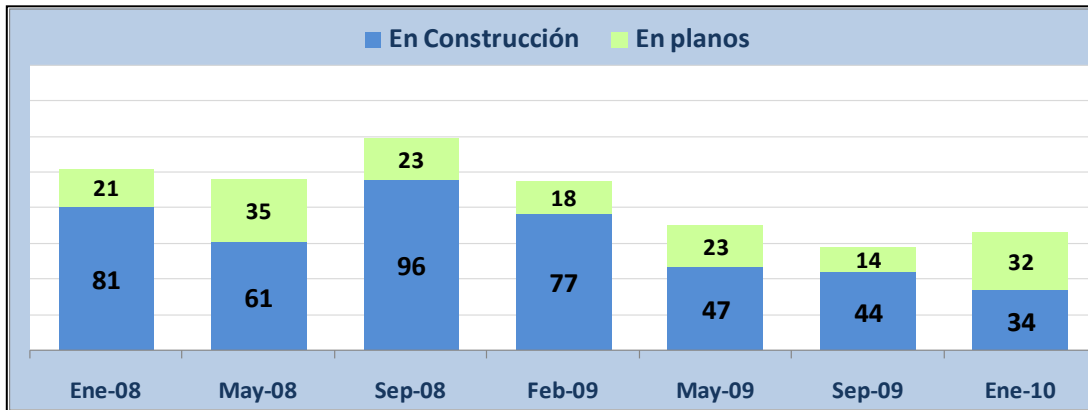
Fuente: Market Watch

En el 2008 se crearon 310 nuevos proyectos. En el 2009 se crearon 194 nuevos proyectos. 48% de los proyectos creados en la última medición se encuentran en planos. El 52% ya han iniciado construcción .Proyectos detenidos o cancelados: 2008 37 y 2009 33.



GRÁFICO 3-11 EVOLUCIÓN NÚMERO DE PROYECTOS NUEVOS

ESTADO DE PROYECTOS

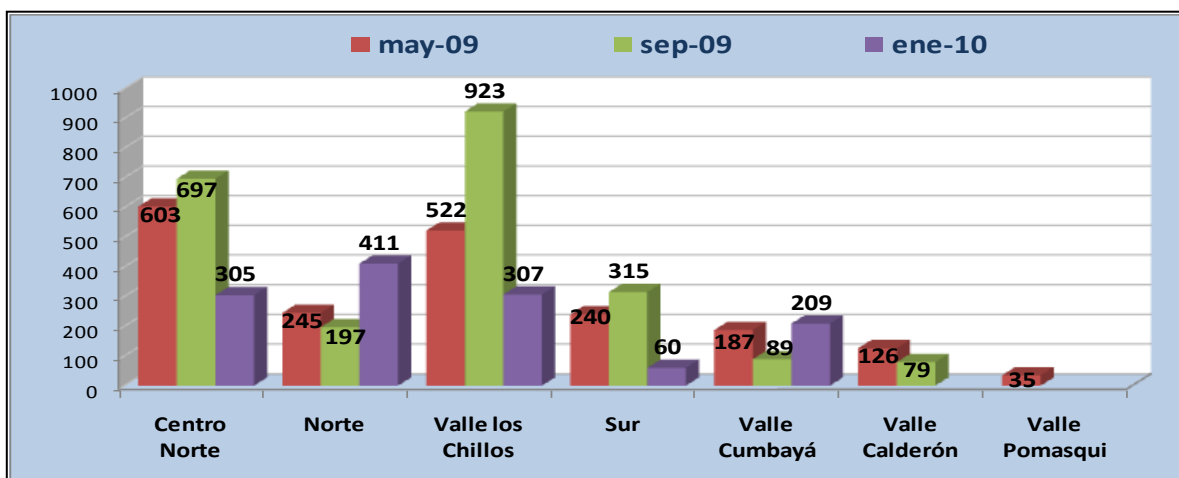


Total: 102 96 119 95 70 58 66

Fuente: Market Watch

Proyectos en construcción incluyen distintas etapas de construcción, excavación, obra gris, acabados, terminados

GRÁFICO 3-12 NÚMERO DE UNIDADES CREADAS EN CADA ZONA



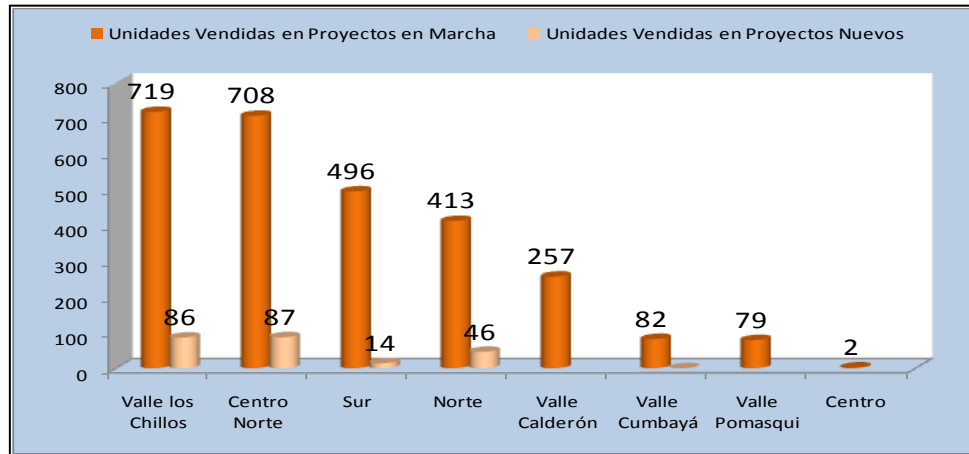
Fuente: Market Watch

Total Unidades Nuevas por Medición: (Mayo 09) 1958 unidades; (Sep 09) 2300 unidades; (Ene 10) 1292 unidades. Se observa un importante crecimiento de la zona del Valle de Los



Chillos en el año 2009 , en lo que va del 2010 esta zona se encuentra en tercer lugar después de la zona Norte.

GRÁFICO 3-13 UNIDADES VENDIDAS ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010.



Total: 805 795 510 459 257 82 79 2

Fuente: Market Watch

2989 Unidades se vendieron en el último cuatrimestre 2009.

2756 de proyectos en marcha más 233 de proyectos nuevos

El número de unidades vendidas en el Valle de Los Chillos en proyectos nuevos se destaca con respecto a otras zonas.

CUADRO 3-1 UNIDADES VENDIDAS EN LA ÚLTIMA MEDICIÓN ENERO 2010.

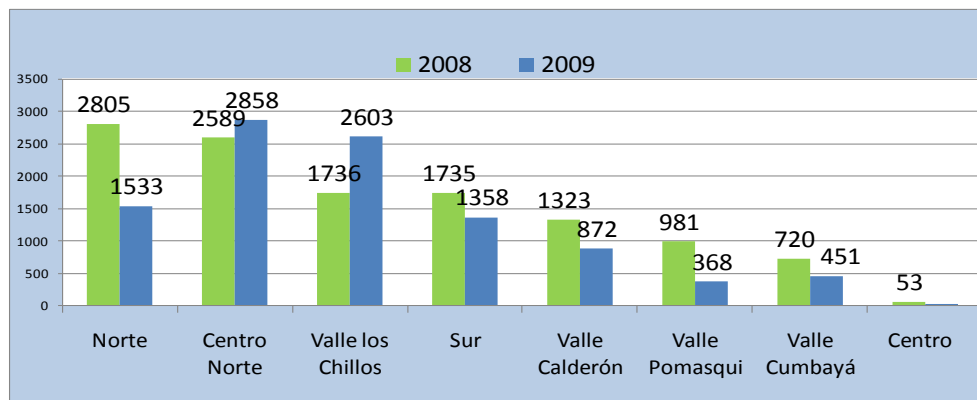
Rango de Precio	Total Unidades Nuevas	Total Unidades Vendidas	Unidades Vendidas por Zona			
			Valle los Chillos	Centro Norte	Sur	Norte
De \$20 a \$35	60	0				
De \$35 a \$50	189	53	2	45		6
De \$50 a \$75	345	55		20	14	21
De \$75 a \$90	228	35	32			3
De \$90 a \$105	364	59	52			7
De \$105 a \$120	42	22		22		
De \$120 a \$150	45	9				9
De \$150 a \$200	17	0				
Más de \$200	2	0				
Total	1292	233	86	87	14	46

Fuente: Market Watch



En la zona del Valle de Los Chillos se han vendido 52 unidades que se encuentran en un rango de precios de \$ 90.000 a \$ 150.000, es decir que el Proyecto Pontevedra se enmarca dentro de este rango lo que es positivo para su comercialización.

GRÁFICO 3-14 TOTAL UNIDADES VENDIDAS 2008- 2009



Fuente: Market Watch

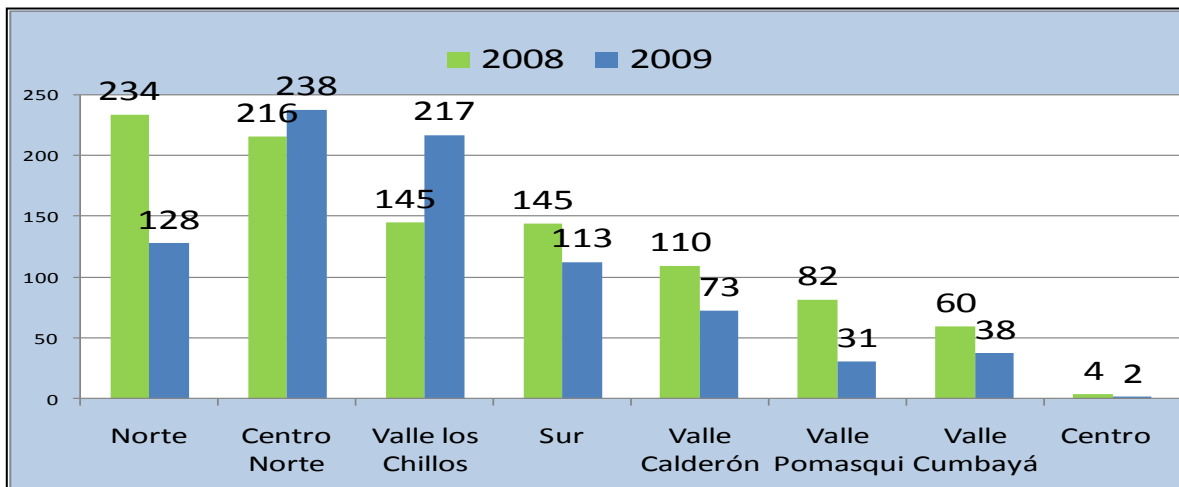
En el 2008 se vendieron 11,942 unidades

En el 2009 se vendieron 10,063 unidades

En el Valle de los Chillos se ha incrementado el número de unidades vendidas si se compara con el año 2008.



GRÁFICO 3-15 PROMEDIO UNIDADES VENDIDAS POR MES



Fuente: Market Watch

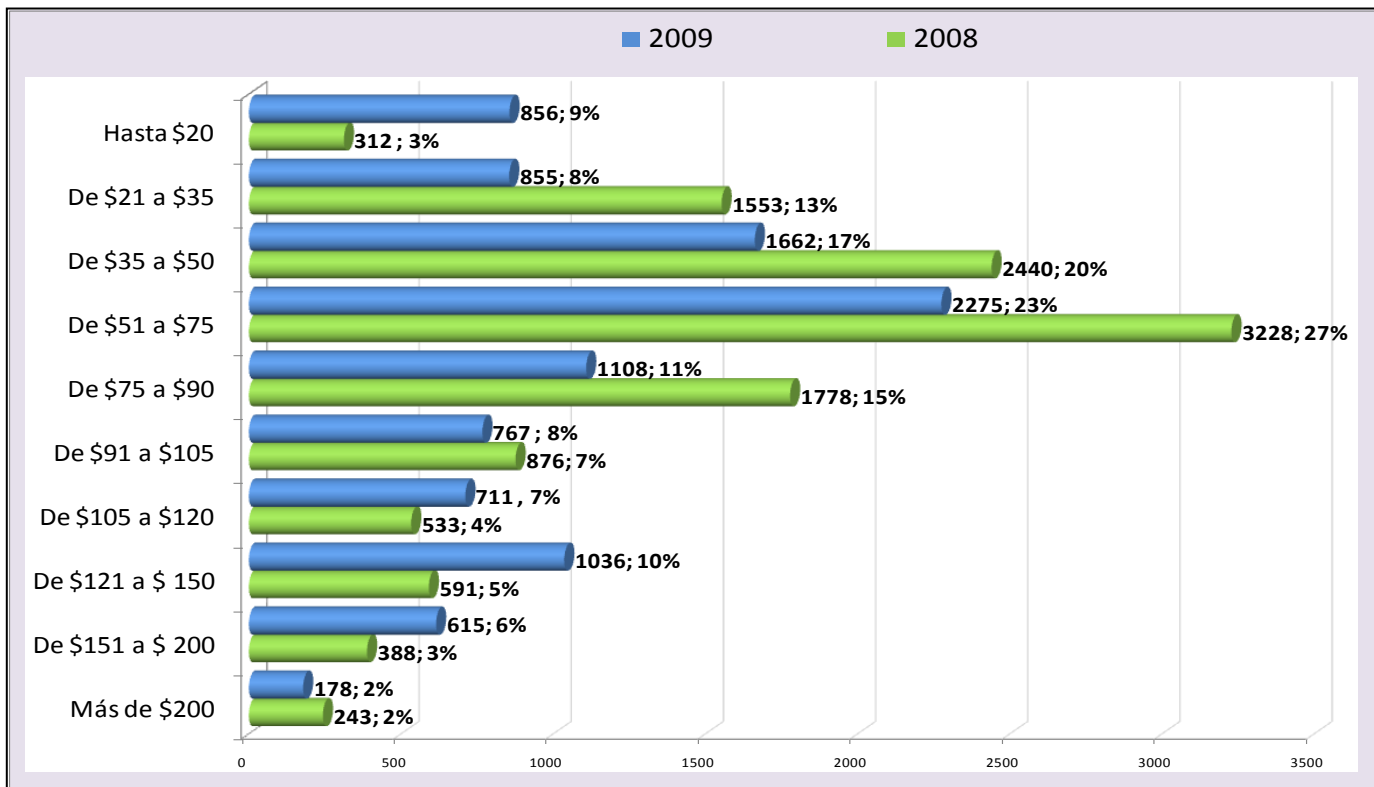
En el 2008 el promedio de unidades vendidas por mes fue 995

En el 2009 el promedio fue 839 unidades por mes

El Valle de Los Chillos es una de las zonas que más unidades por mes ha vendido en el año 2009 , después de la Zona Norte.



GRÁFICO 3-16 TOTAL UNIDADES VENDIDAS POR RANGO DE PRECIOS



Fuente: Market Watch

Base Total: 2008: 11942 Unidades, 2009: 10063 Unidades

Incluye unidades en proyectos en marcha y nuevos

Las unidades que más se venden están en rangos de precios desde \$ 51.000 a \$ 75.000, el rango de \$ 75.000 a \$ 90.000 está en tercer lugar aquí se ubicaría el precio del proyecto Pontevedra.



CUADRO 3-2 PRECIO PROMEDIO TOTAL Y POR M2

Zona	Precio Promedio Total	Precio Promedio m2
Sur	42.661,21	508,94
Valle Calderón	48.205,98	483,56
Valle Pomasqui	58.040,50	511,06
Centro	70.257,67	682,07
Valle los Chillos	83.237,53	583,89
Norte	95.698,96	726,91
Centro Norte	126.762,01	1.042,17
Valle Cumbayá	147.287,01	789,22

Fuente: Market Watch

De acuerdo a este análisis el precio del proyecto Pontevedra estaría por encima del promedio \$ 85.725, precio promedio de m2 \$ 635

CUADRO 3-3 ANÁLISIS CONSTRUCTIVO

	2008	2009	% Variación	2010
Unidades Disponibles (Stock Inicial)	14162	14183	0,1%	9670
Unidades Nuevas	13714	5550	-59,5%	
Total Unidades Oferta	27876	19733	-29,2%	
Unidades Vendidas	11942	10063	-15,7%	
Unidades Vendidas por Mes	995	839	-15,7%	
% Absorción	43%	51,0%		
% Crecimiento	97%	39,1%		

Fuente: Market Watch



La diferencia entre el stock final para el 2008 y stock inicial para 2009 corresponde a unidades en proyectos detenidos o cancelados.

Absorción = Unidades Vendidas / Total Unidades Oferta

Crecimiento = Unidades Nuevas / Unidades Stock Inicial

CUADRO 3-4 RESUMEN DE LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA (INDICES)

ZONAS DE QUITO	Variación Oferta Disponible	Variación Unidades vendidas por mes	Variación Unidades Nuevas	Cambio en absorción 2008-2009	Cambio en absorción 2007-2008
Norte	-24,7%	-45,3%	-65,3%	-13,6%	59,2%
Centro Norte	-37,0%	10,4%	-55,6%	46,8%	0,6%
Centro	-31,3%	-62,3%	100,0%	-31,0%	250,0%
Sur	-31,2%	-21,7%	-68,8%	23,7%	10,8%
Valle Cumbayá	6,2%	-37,4%	0,6%	-13,4%	22,8%
Valle los Chillos	-32,1%	49,9%	-28,7%	51,0%	-5,4%
Valle Calderón	-39,7%	-34,1%	-88,4%	7,0%	2,9%
Valle Pomasqui	-45,7%	-62,5%	-96,2%	-12,7%	30,1%

Fuente: Market Watch

La diferencia entre el stock final para el 2008 y stock inicial para 2009 corresponde a unidades en proyectos detenidos o cancelados.

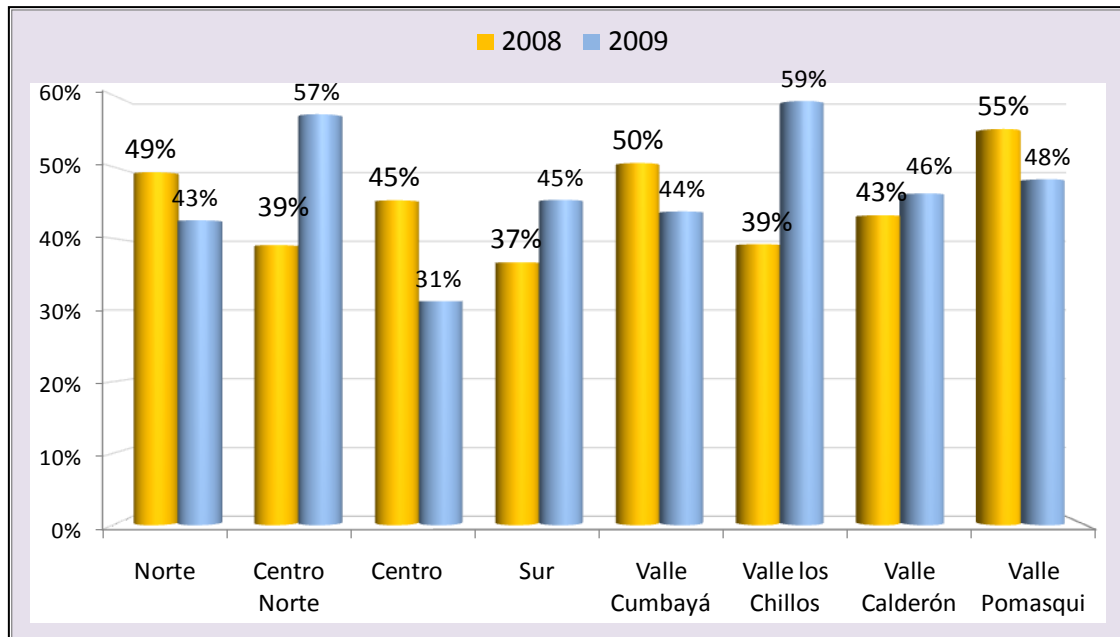
Absorción = Unidades Vendidas / Total Unidades Oferta

Crecimiento = Unidades Nuevas / Unidades Stock Inicial

Es muy positiva la absorción del Valle de los Chillos si comparamos con el 2009 (51%)



GRÁFICO 3-17 CAMBIOS EN LA ABSORCIÓN POR ZONA.



Fuente: Market Watch

Absorción= Unidades vendidas/ Stock Unidades disponibles

Con respecto al 2009 podemos ver que en el Valle de Los Chillos la rotación de ventas ha incrementado.

La absorción en el Valle de los Chillos ha incrementado y se encuentra en segundo lugar después del Valle de Cumbayá entre las zonas que más ha crecido en el 2009



3.4 ANÁLISIS DE INVENTARIO DE PROYECTOS EN LA OFERTA ACTUAL SECTOR LA ARMENIA.

De acuerdo con la ubicación y tamaño del terreno evaluado, en la fase preliminar de este análisis se levantó el inventario de proyectos en oferta actual en el Sector del La Armenia.

Variables consideradas para el análisis:

- Tamaño del proyecto en unidades totales
- Unidades en oferta totales
- Unidades en oferta disponibles
- Unidades vendidas
- Superficie mínima y máxima en m² por unidad de venta
- Precio absoluto promedio de venta por unidad
- Precio promedio de venta por m²
- Niveles de absorción
- Fecha de inicio del proyecto
- Composición de la oferta en número de dormitorios por proyecto
- Número de estacionamientos por unidad de vivienda por proyecto
- Número de baños
- Tipo de parqueadero



CUADRO 3-5 INVENTARIO DE PROYECTOS.

SECTOR LA ARMENIA.

NOMBRE	STATUS	CONSTRUCTOR	PROMOTOR	CALLE PRINCIPAL
Estancia de la Armenia	En marcha	Construecuador S.A.	Proinmobiliaria	Ingreso a Guangopolo
Villa Armenia	En marcha	Ing. Jaime Arellano	Ecuainmobiliaria	De country Club
Acacias de la Armenia	En marcha	Estudio Barragán	Ecuainmobiliaria	
Curitiva	En marcha	Constru habitad	Jurado & Fiallos	Calle Principal
Valdeprado de la Armenia	En marcha	DF Constructores	DF Constructores	Nd
Mark Antony	En marcha	Ing. Vicente Torres	Ing. Vicente Torres	Nd
Samara	En marcha	Carrasco Suarez	Ing. Carrasco	5 Transversal
Villa Renata	En marcha	Arq. Gardillo	C.G.Inmobiliaria	Jorge Icaza
Pontevedra	En marcha	Romero & Pazmiño	Romero & Pazmiño	Jorge Icaza (Transversal 4A) N 10-551 e Ismael Solís.
Toulouse Garden	En marcha	Sur América Real State	Sur América Real State	Jorge Icaza
Pueblo Blanco del Valle	En marcha	Andino y Asociados	Andino y Asociados	
Las Acacias II	En marcha	N/D	N/D	
Bizancio	En marcha	Constructora Marco Polo	Constructora Marco Polo	Pasaje s/n
Gaia	En marcha	Hernán Irigoyen	Hernán Irigoyen	Manuel Cañizares
C.Luna Llena	En marcha	Francisco Moscoso	Francisco Moscoso	La Armenia
Armenia Gardens	En marcha	Jorge López Y Asociados	Jorge López Y Asociados	
Vista Sol	Terminado	Ing. Claudio Monje	Ing. Claudio Monje	Tercera Transversal lote 195
Maui Casa Club	En marcha	Ksa Inmobiliaria	Ksa Inmobiliaria	La Armenia 2 6ta Transv.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



INVENTARIO DE PROYECTOS

SECTOR LA ARMENIA.

NOMBRE	TIPO DE PROYECTO	No. De Etapas	FECHA DE INICIO DEL PROYECTO(1)	FECHA DE INICIO DEL PROYECTO	OFERTA TOTAL UNIDADES	TOTAL UNIDADES DISPONIBLES	TOTAL UNIDADES VENDIDAS
Estancia de la Armenia	Casas	2	2009	may-09	14	4	10
Villa Armenia	Casas	1	2007	mar-07	28	24	4
Acacias de la Armenia	Casas	1	2008	ago-08	28	13	15
Curitiva	Casas	1	2008	feb-08	23	10	13
Valdeprado de la Armenia	Casas	4	2008	jul-08	26	8	18
Mark Antony	Casas	2	2008	sep-08	14	3	11
Samara	Casas	3	2008	oct-08	125	75	50
Villa Renata	Casas	1	2008	jul-08	8	1	7
Pontevedra	Casas	1	2009	sep-09	31	20	11
Toulouse Garden	Casas	1	2008	sep-08	26	8	18
Pueblo Blanco del Valle	Casas	1	2008	nov-08	70	4	66
Las Acacias II	Casas	1	2009	jul-09	10	8	2
Bizancio	Casas	1	2009	mar-09	24	7	17
Gaia	Casas	0	2009	ene-09	11	2	9
C.Luna Llena	Casas	0	2009	feb-09	3	2	1
Armenia Gardens	Casas	0	2009	abr-09	10	7	3
Vista Sol	Casas	0	2009	jul-09	9	3	6
Maui Casa Club	Casas	0	2009	abr-09	23	15	8

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



INVENTARIO DE PROYECTOS

SECTOR LA ARMENIA.

NOMBRE	TOTAL CASAS	CASAS DISPONIBLES	ABSORCIÓN	AREA MINIMA CASAS	AREA MAXIMA CASAS
Estancia de la Armenia	14	4	0.83	121	134
Villa Armenia	28	24	0.15	119	134
Acacias de la Armenia	28	13	0.71	119	134
Curitiva	23	8	0.87	213	256
Valdeprado de la Armenia	26	8	0.82	136	179
Mark Antony	14	3	0.58	135	300
Samara	125	22	1.39	104	104
Villa Renata	8	1	0.32	118	118
Pontevedra	31	20	1.38	135	135
Toulouse Garden	26	8	0.90	150	181
Pueblo Blanco del Valle	70	4	0.22	72	139
Las Acacias II	10	8	0.80	270	270
Bizancio	24	7	1.21	90	90
Gaia	11	2	0.56	216	292
C.Luna Llena	3	2	0.07	142	142
Armenia Gardens	10	7	0.23	150	150
Vista Sol	9	3	0.60	196	196
Maui Casa Club	23	15	0.62	149	161

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



INVENTARIO DE PROYECTOS

SECTOR LA ARMENIA.

NOMBRE	DORMITORIOS	BAÑOS COMPLETOS	MEDIO BAÑOS	No. DE PARQUEADEROS	TIPO PARQUEADERO
Estancia de la Armenia	2 o 3	2	1	1	Abierto / Descubierta
Villa Armenia	2 o 3	2	1	2	Cubierta y Abierta
Acacias de la Armenia	3	3	1	2	Abierto / Descubierta
Curitiva	3	3	1	2	Cubierta y Abierta
Valdeprado de la Armenia	3	2	1	2	Abierto / Descubierta
Mark Antony	3	2	1	2	Cubierta y Abierta
Samara	3	2	1	1	Abierto / Descubierta
Villa Renata	3 o 4	3	1	2	Abierto / Descubierta
Pontevedra	3 o 4	3	1	2	Abierto / Descubierta
Toulouse Garden	3	4	1	2	Abierto / Descubierta
Pueblo Blanco del Valle	3 o 4	3	1	1	Abierto / Descubierta
Las Acacias II	3 o 4	2	1	2	Cubierta y Abierta
Bizancio	2 o 3	2	1	2	Abierto / Descubierta
Gaia	3	3	1	1	Cubierta
C.Luna Llena	3	2	1	2	Descubierta
Armenia Gardens	3	2	1	2	Descubierta
Vista Sol	3 o 4	3	1	2	Descubierta
Maui Casa Club	3	2	1	2	Cubierta y Abierta

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



INVENTARIO DE PROYECTOS

SECTOR LA ARMENIA.

NOMBRE	PARQUEADERO ADICIONAL	PRECIO TOTAL	PRECIO TOTAL POR RANGOS	AREA PROMEDIO	PRECIO M2 CON ACABADOS
Estancia de la Armenia	Si	\$ 88,990	De \$75001 a \$90000	135	\$ 660.11
Villa Armenia	No	\$ 69,814	De \$50001 a \$75000	134	\$ 521.00
Acacias de la Armenia	No	\$ 87,700	De \$75001 a \$90000	145	\$ 604.83
Curitiva	No	\$ 113,000	De \$105001 a \$120000	224	\$ 504.46
Valdeprado de la Amenia	No	\$ 82,000	De \$75001 a \$90000	136	\$ 602.94
Mark Antony	No	\$ 120,000	De \$105001 a \$120000	153	\$ 784.31
Samara	No	\$ 67,000	De \$50001 a \$75000	104	\$ 644.23
Villa Renata	No	\$ 76,000	De \$75001 a \$90000	118	\$ 644.07
Pontevedra	No	\$ 85.725	De \$75001 a \$90000	135	\$ 635
Toulouse Garden	No	\$ 95,000	De \$90001 a \$105000	150	\$ 633.33
Pueblo Blanco del Valle	No	\$ 71,900	De \$50001 a \$75000	120	\$ 599.17
Las Acacias II	No	\$ 159,999	De \$150001 a \$200000	270	\$ 592.59
Bizancio	No	\$ 57,500	De \$50001 a \$75000	90	\$ 638.89
Gaia	No	\$ 188,000	De \$150001 a \$200000	292	\$ 643.84
C.Luna Llena	No	\$ 89,000	De \$75001 a \$90000	146	\$ 609.59
Armenia Gardens	No	\$ 82,500	De \$75001 a \$90000	150	\$ 550.00
Vista Sol	No	\$ 125,000	De \$90001 a \$105000	196	\$ 637.76
Maui Casa Club	No	\$ 108,000	De\$95000a \$110000	156	\$ 692.31

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



CUADRO 3-6 IMÁGENES PROYECTOS COMPETENCIA

PROYECTOS COMPETENCIA SECTOR ARMENIA II	
	
Proyecto Curitiba	Maui Casa Club
	
Maui Casa Club	Armenia Gardens
	
Acacias de la Armenia	



Tolouse Garden



Tolouse Garden



Vista Sol



Vista Sol



Mark Antony



Pontevedra



3.5 COMPETENCIA SECTOR:

El análisis de la competencia en el sector incluye 18 proyectos inmobiliarios todos son de casas.

- El 89% de los proyectos son pequeños de (de 3 a 45 viviendas) , lo restante es grande (70 y 125 unidades)
- Entre viviendas ya vendidas y aún disponibles, el inventario del sector alcanza un total de 403 unidades. Al momento de la investigación aún estaban disponibles 175 unidades.
- El tamaño promedio de las unidades en oferta en este sector está en un rango entre 72m² y 300 m². Su promedio es 157 m²
- El precio absoluto promedio por unidad de vivienda en oferta en el Sector directo se ubica entre \$ 57.500 y \$ 188.000 ;el promedio es de \$ 97.856
- El precio promedio por m² va desde \$ 504.46 hasta \$784.31.Promedio \$ 619.53
- El 16% de los proyectos ofertan un mix de 2 y 3 dormitorios, el 32% ofrecen un mix de 3 y 4 dormitorios y el 53% ofertan solo 3 dormitorios.
- El 5% de los proyectos ofertan 4 baños completos (1). El 37% venden 3 baños y el 58% 2 baños completos.
- El 21% de los proyectos ofrece un parqueadero y el 79% 2 parqueaderos.
- El 95% de los proyectos en oferta actual en este sector inició su desarrollo en el 2008 y 2009 y el 5% en el 2007.
- La seguridad si es un factor importante: el 100% de los proyectos se presenta en un conjunto cerrado.
- Todos los proyectos se entregan con buenos acabados y muebles empotrados en cocina , baños y clósets
- Entre los medios de promoción utilizados por los proyectos del sector directo se desataca el rótulo en el proyecto, la mayoría de ellos no tienen un buen diseño ni mensaje.



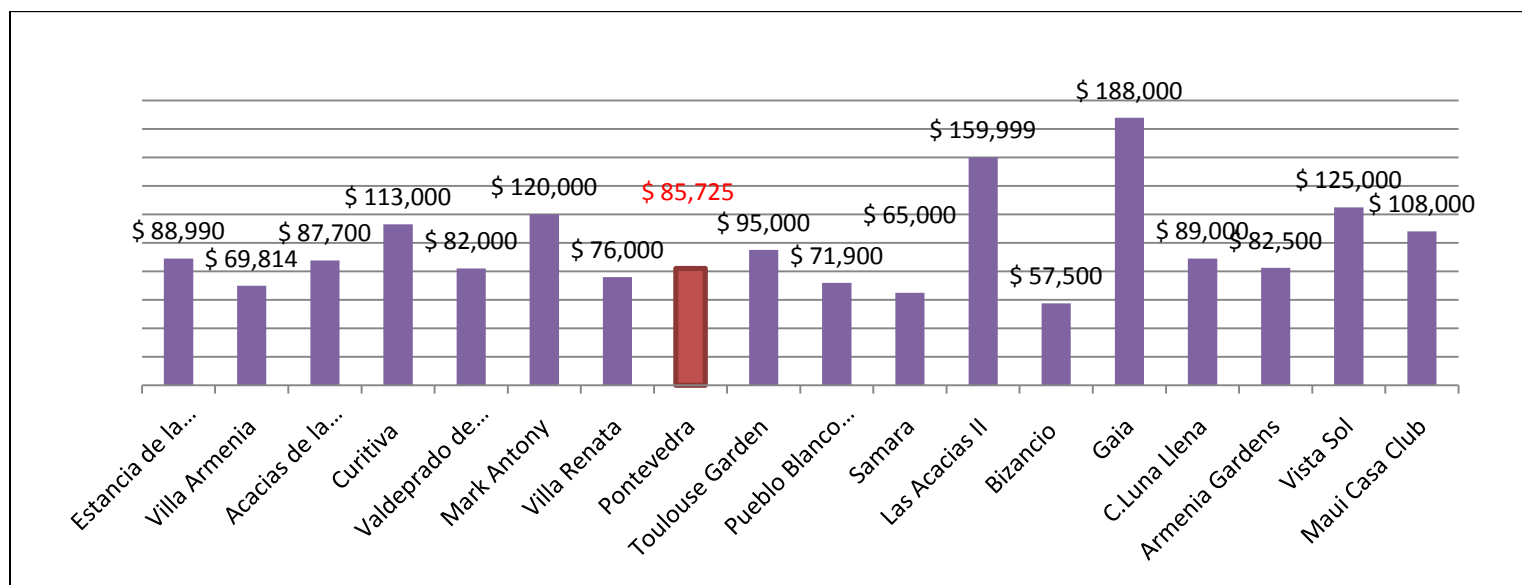
Condominio Privado
Pontevedra

PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

3.5.1 ANÁLISIS COMPARATIVO PRECIOS TOTALES DE LA COMPETENCIA

GRÁFICO 3-18 PRECIOS TOTALES DE LOS PROYECTOS.



Fuente: Investigación Realizada

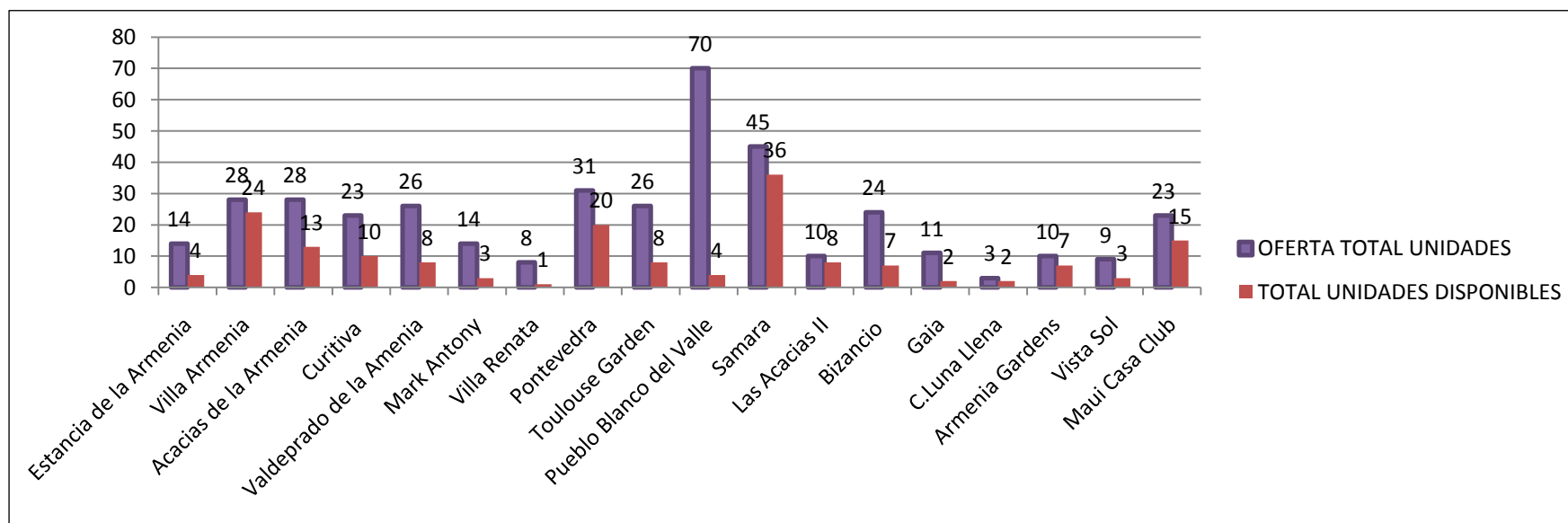
Elaborado por: Alejandra Galarza

El precio del proyecto Pontevedra (\$ 85.725) se encuentra por debajo del promedio que es \$ 96.231, sin embargo es un precio medio con respecto a los otros proyectos ofertados en la zona



3.5.2 ANÁLISIS COMPARATIVO UNIDADES VENDIDAS VS UNIDADES DISPONIBLES

GRÁFICO 3-19 UNIDADES TOTALES VS UNIDADES DISPONIBLES.



Fuente: Investigación Realizada

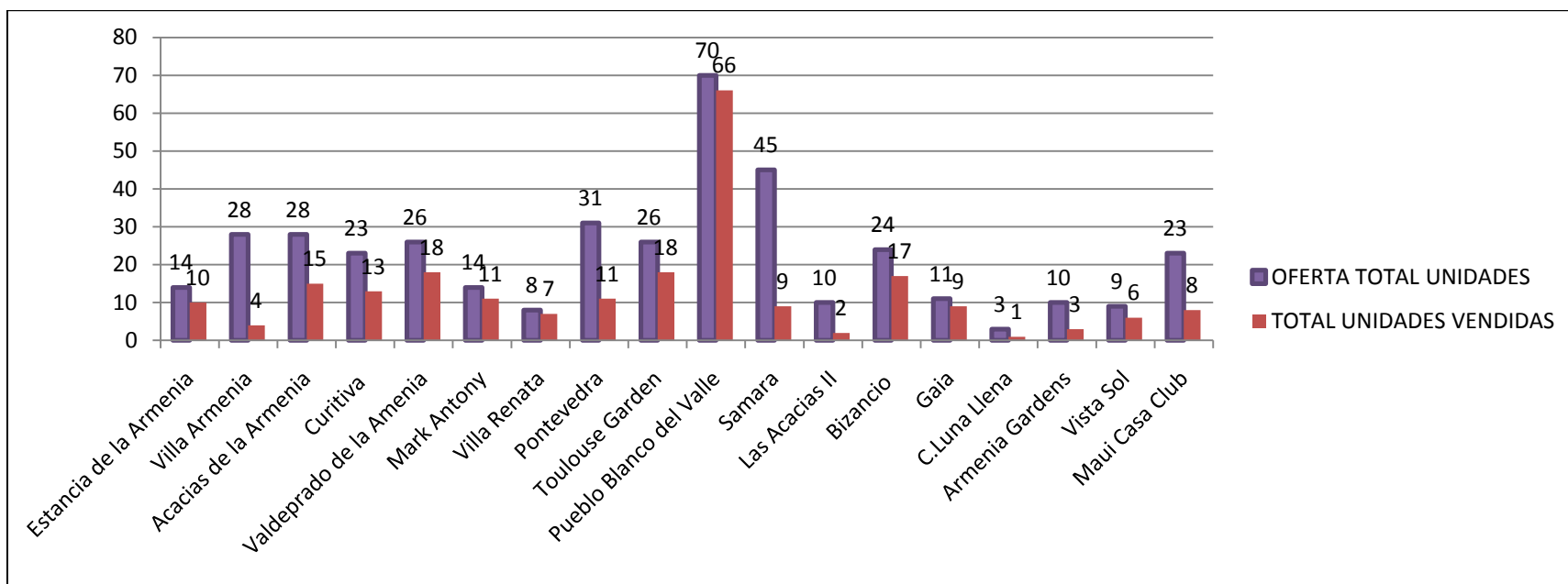
Elaborado por: Alejandra Galarza

Con respecto al total de unidades del Proyecto que son 31 casas, al momento se tienen 20 unidades disponibles, representa el 64% de unidades disponibles para la venta, que es un factor medianamente positivo considerando que las ventas empezaron hace 8 meses. Existen otros proyectos con una oferta menor de unidades, pero empezaron en el 2007 y otros en el 2008 por ejemplo Samara



3.5.3 ANÁLISIS COMPARATIVO UNIDADES TOTALES VS UNIDADES VENDIDAS

GRÁFICO 3-20 UNIDADES TOTALES VS UNIDADES VENDIDAS



Fuente: Investigación Realizada

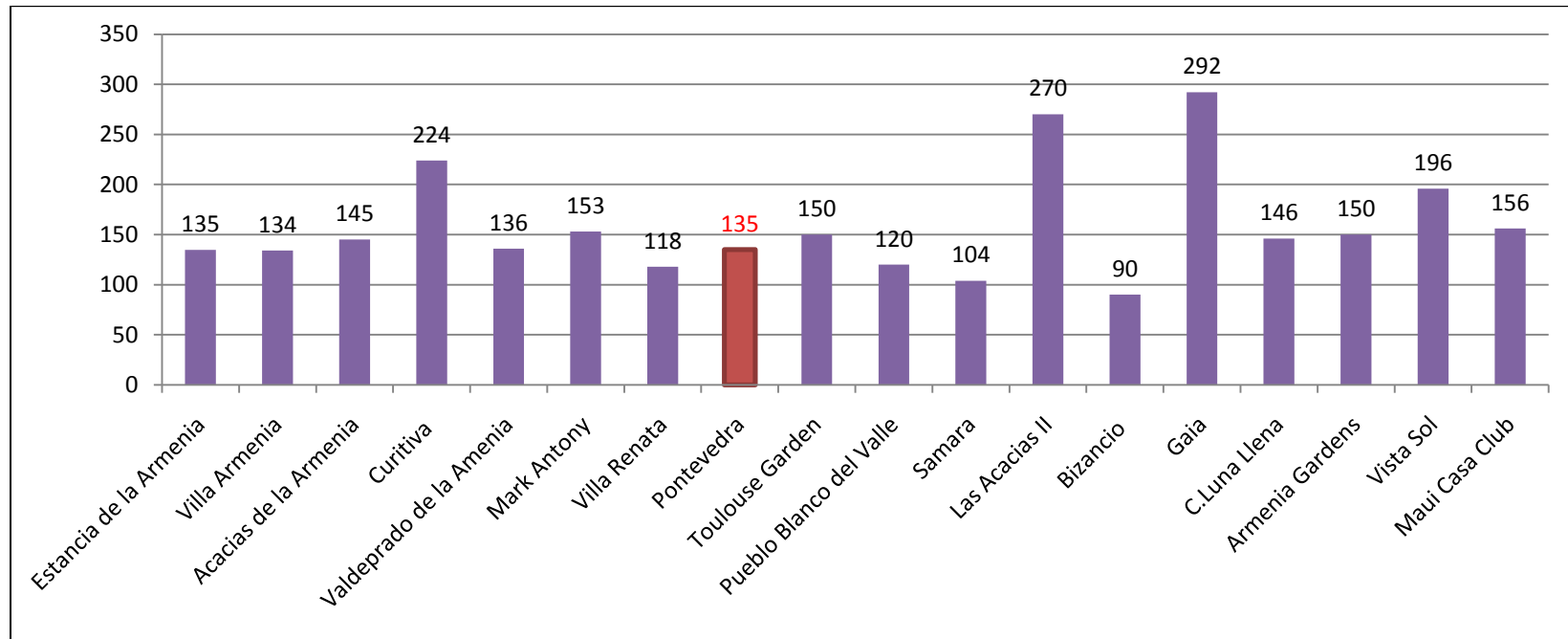
Elaborado por: Alejandra Galarza

El proyecto Pontevedra tiene vendido 11 unidades que representa el 35% con respecto al total de unidades. El proyecto de la competencia que más unidades ha vendido es Samara (66 unidades de 70).



3.5.4 ANÁLISIS COMPARATIVO ÁREAS PROMEDIO DE VIVIENDAS

GRÁFICO 3-21 ÁREAS PROMEDIO DE VIVIENDAS



Fuente: Investigación Realizada

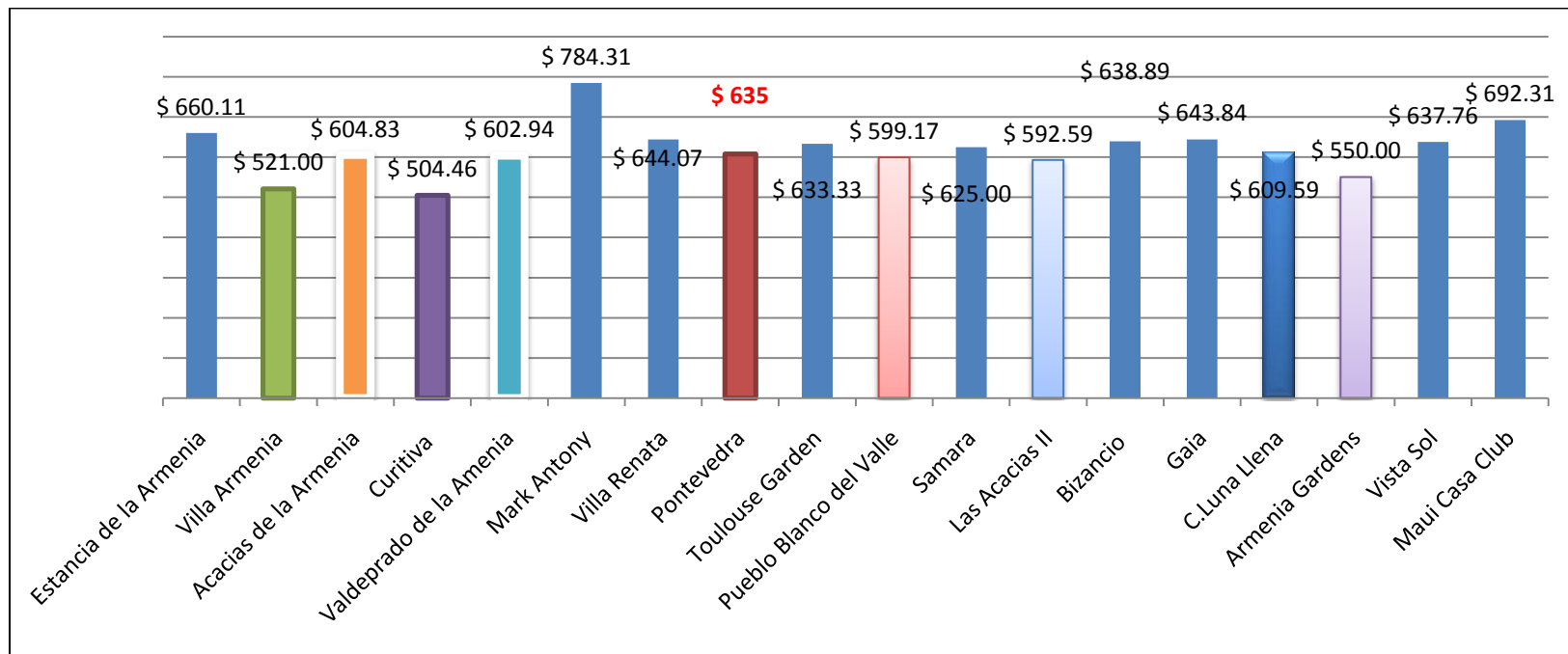
Elaborado por: Alejandra Galarza

Considerando las áreas promedio de los proyectos de la competencia, se puede observar que el proyecto Pontevedra tiene un área acorde que se encuentra por debajo del promedio de la zona que es 157 m², pero es importante considerar que este valor se distorsiona por tres proyectos que ofrecen áreas mayores a 200m².



3.5.5 ANÁLISIS COMPARATIVO PRECIOS PROMEDIO POR M2 DE VIVIENDA

GRÁFICO 3-22 PRECIOS PROMEDIO POR M2 DE VIVIENDA



Fuente: Investigación Realizada

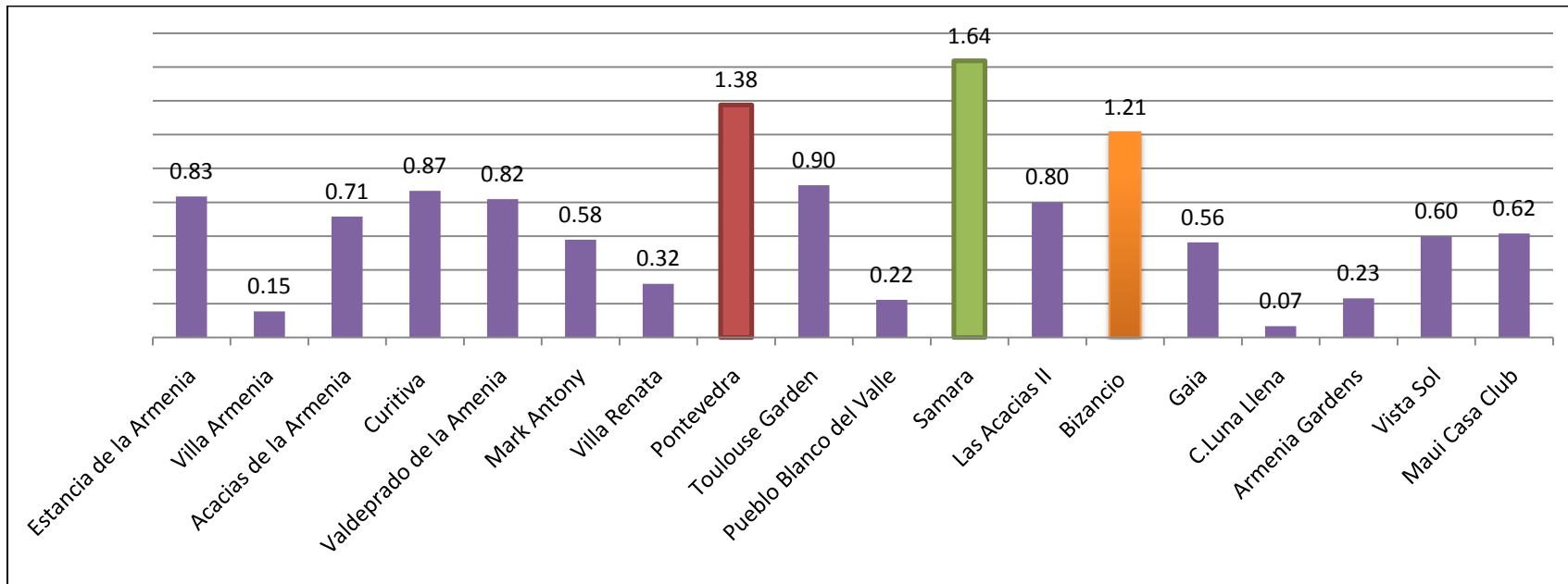
Elaborado por: Alejandra Galarza

El precio por metro cuadrado del proyecto Pontevedra (\$ 635) se encuentra por debajo del promedio de la zona que es \$ 619.53. El precio promedio por metro cuadrado que ofrece Pontevedra es uno de los más bajos de la zona se encuentra entre los ocho proyectos con precios más bajos



3.5.6 ANÁLISIS COMPARATIVO NIVEL DE ABSORCIÓN

GRÁFICO 3-23 NIVEL DE ABSORCIÓN



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

El nivel de absorción del proyecto Pontevedra es del 1.38 está en segundo lugar entre los proyectos de la competencia, después del proyecto Samara. En este sector el nivel de absorción se muestra poco alentador el 78% de los proyectos tiene una absorción baja inferior a una vivienda por mes. Adicionalmente se observa una debilidad en las estrategias comerciales y de promoción. Los proyectos que tienen una absorción mayor a 1 es por sus adecuadas estrategias comerciales y de ventas.



3.6 ANÁLISIS FODA.

3.7 FORTALEZAS:

- Ubicación privilegiada, en el sector de mayor desarrollo urbanístico del Valle de los Chillos.
- Sector con todos los servicios públicos, incluyendo transporte público a pocos metros, el terreno está cerca a la Autopista General Rumiñahui.
- Promotores Inmobiliarios con amplia experiencia
- Marca reconocida y con prestigio
- Precios competitivos frente a la competencia.
- Equipo comercial competitivo.
- Recursos suficientes para terminar el proyecto
- Proyecto respaldado por una Fiduciaria reconocida (Fondos Pichincha)

OPORTUNIDADES:

- Zona en proceso de consolidación
- Demanda insatisfecha que requiere adquirir una vivienda
- Los precios de la zona son elevados
- Proyectos parados por falta de recursos
- Proyectos parados por falencias en las estrategias comerciales.
- Créditos impulsados por el IEISS

DEBILIDADES

- Posicionamiento actual del proyecto (etapa promocional)
- Vía de acceso al proyecto es adoquinada.

AMENAZAS

- Competencia de proyectos aledaños al sector



- Competencia de proyectos del sector del La Armenia 1
- Inestabilidad económica y política

3.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1 GENERALES:

La ubicación del proyecto en el sector del La Armenia se considera muy buena, fundamentalmente por las siguientes razones:

- En la actualidad el Valle de los Chillos con respecto al 2008 ha tenido una absorción del 51% lo que demuestra la preferencia de las personas, sobre todo de aquellas que viven en el Sur.
- El sector del La Armenia es residencial y es uno de los mejores lugares del Valle de Los Chillos.
- La red vial de acceso es amplia, está en buen estado y constantemente es mantenida .El lugar donde se implanta el terreno es muy cercano a la Autopista General Rumiñahui.
- El sector dispone de todos los servicios públicos
- El proyecto contaría con dos importantes frentes
- El Sector del La Armenia está básicamente consolidado, aunque todavía existen terrenos baldíos, las construcciones ya existentes de conjuntos y casas unifamiliares han dado plusvalía al sector.
- El lugar donde se desarrollaría el proyecto está muy cercano al centro poblado de San Rafael, lugar donde existen algunos lugares comerciales, centros financieros , de salud y de educación.
- El lugar donde se desarrollaría el proyecto predomina un nivel socioeconómico medio típico , segmentos que con las facilidades de crédito actuales son parte de la demanda potencial calificada.

Las características de la demanda inmobiliaria de La Armenia guardan estrechas similitudes con las de Quito.



Aunque la red vial de acceso al Valle de los Chillos es amplia e importante ,algunas de sus principales vías soportan un alto tráfico de todo tipo de vehículos , lo que origina una gran congestión en algunos sitios , especialmente en horas pico.

La vocación primaria de la propiedad es residencial

El nivel de absorción de los proyectos analizados se considera poco alentador; esta tendencia pudiera revertirse, si se aplicaran adecuadas estrategias de mercadeo, publicidad y ventas.

A continuación se presenta un cuadro resumen del estudio de la demanda que se realizó por medio de la encuesta:

CUADRO 3-7 RESUMEN ESTUDIO DE LA DEMANDA

ESTUDIO DEMANDA		
ITEM	CARACTERISTICA	NSE Medio Típico
1	Intención de compra de vivienda	31.84%
2	Condición de la vivienda actual (alquilada)	58.70%
3	Preferencia hacia el Valle de los Chillos	35%
4	Uso de la vivienda (vivir en ella)	81%
5	Preferencia por vivienda tipo " casa"	80%
6	Preferencia por el área 125 a 135 m2	22%
8	Número de dormitorios promedio	3.3 dormitorios
9	Número de baños promedio	2.1 baños
10	Número de estacionamientos	2
11	Preferencia para adquirir una vivienda con patio	83%
12	Preferencia por el precio de \$ 81.000 a \$ 100.000	35%
14	Tamaño de la Demanda Potencial calificada Total	1,224 hogares

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

El proyecto Pontevedra se ajusta a las necesidades y requerimientos de la demanda.



Finalmente se presenta la posición en el mercado del proyecto Pontevedra para lo cual se han considerado los proyectos más representativos del sector.

Se han considerado cuatro atributos y se ha calificado con números del 1 al 5, para indicar el lugar que tiene cada proyecto dentro de la competencia: primero, segundo, tercero, cuarto y quinto lugar.

CUADRO 3-8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA MÁS REPRESENTATIVA						
ITEM	CARACTERÍSTICAS	Pontevedra	Toluse Garden	Samara	Curitiba	Bizancio
1	Precios Totales	3	4	2	5	1
2	Áreas promedio de vivienda	1	2	3	4	5
3	Precios por m ²	4	3	2	1	5
4	Nivel de Absorción	2	5	1	4	3
LUGAR DE LA COMPETENCIA EN EL SECTOR		3	4	2	4	4

Elaborado por: Alejandra Galarza

El Proyecto Pontevedra ocupa el tercer lugar dentro de los proyectos de las competencia, el factor por el cual se destaca es por las áreas de las viviendas ya que son acordes a las exigencias del mercado, también ocupa el segundo lugar por el nivel de absorción, se podría decir que es uno de los que más venden en la zona.

Analizando los aspectos cualitativos se puede mencionar que el proyecto Pontevedra tiene atributos que lo destacan dentro de la competencia como las áreas comunales, diseño de la vivienda lo que hace que el proyecto tenga un precio más alto.

El Proyecto Pontevedra se enmarca dentro de las exigencias de la demanda y además tiene varias fortalezas con respecto a la competencia en lo que se refiere a precios, áreas, absorción.



3.8.2 PERFIL DEL CLIENTE

- ✓ El proyecto sugerido debe estar dirigido, principalmente, al mercado objetivo del nivel socioeconómico establecido para el proyecto, es decir, el nivel medio típico.
- ✓ En coherencia con el tipo de mercado residencial predominante en los Chillos (familiar) ,el segmento de los clientes potenciales para el proyecto es el siguiente:
 - **No. Miembros de familia:** Entre 3 y 4 personas
 - **Actividad-profesión:** Empleados con cargos medios y altos .Independientes con negocios medianos establecidos y con un manejo formal.
 - **Edad:** Entre 28 y 45 años.
 - **Residencia:** Ecuador o ecuatorianos residentes en otros países.
 - **Residencia actual:** Propia o arrendada.
 - **Ingreso mensual familiar:** \$ 2.200 y \$ 3.000

Los inversionistas inmobiliarios, que buscan tener una propiedad para arrendarla o comprarle en planos y asegurar un mayor precio a la entrega, también son un potencial cliente.

- ✓ Confirmando el nivel socioeconómico predominante en el sector del proyecto y determinado para el análisis (medio típico), el mercado objetivo del conjunto debe orientar sus esfuerzos a satisfacer las necesidades y preferencias de este segmento de la demanda.



CAPÍTULO 4

PLANTEAMIENTO ARQUITECTÓNICO



4 PLANTEAMIENTO ARQUITECTÓNICO

4.1 UBICACIÓN DEL PROYECTO

El Condominio Privado PONTEVEDRA, se encuentra ubicado en la Parroquia de CONOCOTO, en el barrio La Armenia, su magnífica ubicación le permite gozar, entre otros, de un excelente clima y de una gran oferta ambiental, recreativa y educativa conformada por los diferentes complejos educativos del sector: jardines de infantes, escuelas, colegios, universidades como la Escuela Politécnica del Ejército, está cercano a lugares públicos y sitios de comercio y recreación, y próximo al sector "El Triángulo" de San Rafael.

El predio donde se encuentra ubicado el proyecto tiene un área urbanizable de 5 570 m². El terreno donde se desarrolla el proyecto inmobiliario PONTEVEDRA, tiene una área de 5.570 m². Se ubica en la calle Jorge Icaza (Transversal 4A) N 10-551 e Ismael Solís. Lotización "La Armenia", lote No. 135. Parroquia Conocoto.

GRÁFICO 4-1 UBICACIÓN DEL PROYECTO

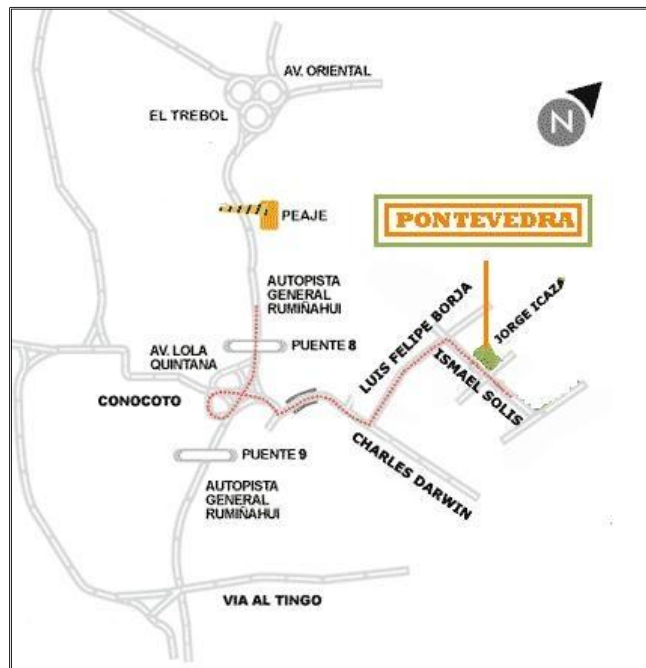




GRÁFICO 4-2 UBICACIÓN DEL PROYECTO EN LA CIUDAD DE QUITO



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



CUADRO 4-1 ZONIFICACIÓN URBANA (IRM)

Según IRM 304659 del 28 de Mayo del 2010 ANEXO No. 1

ZONIFICACION:	
Zonificación:	A9 (A1003-35)
Uso del suelo:	Residencial de baja densidad R1
Lote mínimo:	1.000,00 m2
Número de plantas:	Tres
COS PB:	35 %
COS total:	105 %
Retiros:	Retiros frontal 5, posterior 3, laterales 3, entre bloques 6.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

4.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO

4.2.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA PROPIEDAD.

Linderos

Los límites de la propiedad para el proyecto son:

Norte: Lote No. 136 (87,13 mts. según plano)

Sur: Quebrada de propiedad municipal (93,72 mts. según plano)

Este: Calle pública (71,70 mts. según plano)

Oeste: Lote No. 143 (50,70 mts. según plano)



4.2.2 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

Ubicado al Sur Oriente de la ciudad de Quito, de la cual lo separan las lomas de Puengasí , se extiende el Valle de los Chillos en una amplia , atractiva y privilegiada hondonada , marcada y rodeada de grandes e imponentes montañas , la mayoría de ellas volcanes . Así este valle tiene en su extremo septentrional el volcán Ilaló , el Rumiñahui y el Cotopaxi , conforman sus límites meridionales ; el Antisana , el Sincholagua y el mismo Cotopaxi, son sus linderos orientales ; y los occidentales están presididos por las alturas de Puengasí y del volcán Pasochoa.

A una altura promedio de 2,550 msnm y con una temperatura promedio entre 17° c y 25°c , el clima de los Chillos es agradable , templado y húmedo ,lo cual , unido a un abundante riego , hace que sus tierras sean extraordinariamente fértiles , factores determinantes para que este valle haya sido habitado y cultivado desde épocas remotas.

GRÁFICO 4-3 VALLE DE LOS CHILLOS



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



Administrativamente, el Valle de los Chillos está conformado por algunas parroquias del cantón Quito y por todas las del cantón Rumiñahui .

Parroquias del Cantón Quito en el Valle de los Chillos	Alangasí , Amaguaña, Conocoto , Guangopolo , La Merced, Pintag
Parroquias del Cantón Quito Rumiñahui	Sangolquí, San Pedro de Toabada, San Rafael, Cotogchoa , Rumipamba

El Conjunto Pontevedra está situado al sur-oriente de la ciudad de Quito, en el Valle de los Chillos, zona en proceso de consolidación constituida por viviendas unifamiliares con una forma de ocupación aislada y varios conjuntos multifamiliares de viviendas desarrolladas en 2 y 3 plantas que han ido conformado la zona con un carácter residencial, también se observan varios lotes aún sin edificar. Está dirigida a los estratos socioeconómicos medio y medio alto en menor proporción.

Actualmente el lote donde se implanta el conjunto posee infraestructura urbana completa y se sirve del equipamiento zonal y sectorial del Valle de los Chillos, Sangolquí y Conocoto, entre otras áreas poblada en donde se encuentran centros comerciales, parques, entidades bancarias, centros educativos etc., de igual forma se encuentra el Centro Comercial San Luis Shopping

El sector de La Armenia está en proceso de desarrollo y consolidación, caracterizado principalmente por la construcción de conjuntos habitacionales. El proyecto planteado se enmarcaría dentro de esta dinámica del sector.



VISTA DE LA CALLE JORGE ICAZA (Transversal 4 A y el vecindario)

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

4.3 USOS DEL SUELO

GRÁFICO 4-4 USOS DE SUELO



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



4.3.1 ZONA RESIDENCIAL:

Varios son los factores que han incidido en el desarrollo inmobiliario del Valle de Los Chillos como las facilidades de comunicación vial, cercanía al conglomerado urbano de Quito, fundamentalmente al Sur y al centro de Quito, su clima privilegiado. Este desarrollo inmobiliario se debe también a la importante presencia de instituciones educativas, de salud, bancaria, corporativa, comercial y de servicios, de variado tipo y categoría.

De manera específica en el sector de La Armenia en donde se ubica el terreno para el desarrollo del proyecto Pontevedra, se concentran y predominan casas unifamiliares levantadas en terrenos particulares, de igual forma se desarrollan algunos proyectos inmobiliarios.

Cabe mencionar que la cercanía al San Luis Shopping constituye, desde su apertura un factor importante para que el desarrollo residencial del Valle haya adquirido una renovada dinámica. El sector de La Armenia constituye un sector eminentemente residencial, destinado a familias de estratos socioeconómicos medio y medio alto.

En la actualidad las áreas más residenciales de la Armenia se centran por el puente 9, cerca del country club de la Armenia

4.3.2 Zona Comercial:

La actividad comercial y de servicios en el Valle de los Chillos ha ido creciendo y consolidándose a la par de su desarrollo residencial. En este valle se ofrece un variado tipo de productos, destinados a consumidores de todo nivel socioeconómico.

La mayoría de tiendas y negocios importantes de Quito han elegido a esta zona para ubicar sucursales en donde comercializar sus marcas.

Cerca al Sector de la Armenia se encuentra la Plaza del Triángulo en el cual existen algunos locales comerciales que ofertan ropa, comida, víveres, centros financieros como Banco del Pacífico y Banco Pichincha, entre otros locales.



Los centros comerciales del Valle de los Chillos han apalancado su sostenido desarrollo inmobiliario especialmente en la última década, se desataca por su tamaño, diseño, categoría y variedad el Centro Comercial San Luis.



CENTRO COMERCIAL SAN LUIS.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

4.3.3 ZONAS VERDES RECREATIVAS:

El Valle de los Chillos constituye un destino turístico por excelencia local , nacional e internacional , existe una amplia gama de atractivos naturales y paisajes andinos.

En el entorno se desatacan 18 cascadas a lo largo del Río Pita entre las que se resaltan La Chorrera , Vilatuña, Cónдор Machay, Rumibosque y Padre Urco.



CASCADA CÓNДOR MACHAY.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



Otro factor que ha impulsado el turismo son las casas de hacienda llenas de historia y leyendas, muchas de las cuales aún guardan la riqueza arquitectónica colonial, varias de estas casas y haciendas se han convertido en atractivas hosterías.

Otra de las desatacadas características del Valle de los Chillos constituyen sus abundantes zonas verdes y recreativas: balnearios, clubes deportivos y sedes sociales, tanto del sector público como privado, como por ejemplo: Mirasierra , Ushimana, Castillo de Amaguaña, Club Los Chillos , Club Los Cerros , La Moya y el Country Club de La Armenia.

En el sector de La Armenia existe la Sede Social La Herradura la cual cuenta con amplias áreas verdes y además es un centro de entretenimiento.



SEDE SOCIAL LA HERRADURA

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 4-5 ÁREAS VERDES VALLE DE LOS CHILLOS



ÁREAS VERDES VALLE DE LOS CHILLOS

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

4.4 CARACTERÍSTICAS DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL SECTOR

El patrón característico de los nuevos desarrollos inmobiliarios del Valle de los Chillos constituye el uso de sistemas tradicionales de construcción, se observan edificaciones levantadas con modernos sistemas constructivos.



4.4.1 DEMOGRAFÍA DE LA ZONA

El Valle de los Chillos ha tenido un desarrollo progresivo y constante destinado a niveles socioeconómicos desde medio hacia arriba , estimulado por las nuevas urbanizaciones , conjuntos residenciales y centros comerciales allí establecidos.

Es importante mencionar que el proceso inmobiliario de los Chillos ha sido prácticamente heterogéneo ya que se presentan sectores residenciales completa y perfectamente consolidados, de igual forma hay zonas en proceso de consolidación.

En el sector de La Armenia se encuentra en proceso de consolidación , todavía existen terrenos que posteriormente pueden ser utilizados para el desarrollo de proyectos inmobiliarios, en este sector se ha posicionado población de estrato medio alto , sustentado por el desarrollo de proyectos residenciales acorde a la zona.

4.4.2 MALLA VIAL

El Valle de Los Chillos cuenta con una extensa red vial de acceso, es factible llegar desde Quito, desde el Valle de Cumbayá – Tumbaco y desde Machachi. Además, interiormente dispone de importantes avenidas y calles de interconexión entre sus diferentes sectores

Las principales arterias que conforman la malla vial de acceso y la interna del Valle de los Chillos son.

- **Desde Quito:** Avenida General Rumiñahui , antigua vía Quito- Conocoto.
- **Desde el Valle de Cumbayá- Tumbaco:** Vía Intervalles , Vía a Pifo (General Pintag)
- **Desde el Valle de Machachi:** Vía Sangolquí – Tambillo , Antigua Vía a Amaguaña
- **Red Interna:** Avenidas General Rumiñahui , General Enríquez.

Cabe indicar que esta red vial es asfaltada , se encuentra en buen estado de conservación y usualmente soporta una intensa circulación de todo tipo de automotores, que en muchos puntos es causa de fuertes congestiones vehiculares , especialmente en los sectores de El Triángulo , del San Luis Shopping.



Al sector del La Armenia se accede desde Quito y San Rafael por la Avenida General Rumiñahui.

GRÁFICO 4-6 VÍAS DE ACCESO



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza

4.4.3 SERVICIOS CULTURALES Y EDUCATIVOS:

Es destacable en el Valle de Los Chillos la presencia, sobre La Avenida General Rumiñahui: La Escuela Politécnica del Ejército ubicada a poca distancia del Sector del La Armenia.

También se encuentran en este Valle y en La Armenia varios institutos técnicos y numerosos centros de educación básica y secundaria como por ejemplo: El Colegio Farina, La Salle,



Academia Militar del Valle, Liceo Naval , Unidad Educativa Ángel Polivio Chávez , a pocos metros del proyecto la escuela Franz Schubert., Centro Educativo Saint Domenic School



CENTRO EDUCATIVO SAINT DOMENIC SHOOL

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



4.4.4 SERVICIOS DE SALUD

En el Valle de los Chillos se ubican variadas instituciones médicas tanto públicas como privadas: Hospital Cantonal de Rumiñahui, clínicas pequeñas ópticas y consultorios médicos y odontológicos Privados: (Clínica del Valle, Global Dental)

Al costado Oriental del Centro Comercial San Luis se encuentra en planificación el proyecto “Hospital Metropolitano- Clínica San Luis” que de concretarse constituirá un hito importante para la población de esta zona.

El Hospital de los Valles, también ha anunciado el desarrollo de un centro médico en el Valle de Los Chillos.

En el Sector del La Armenia existe un centro de salud Benalcázar y el Spa Zafir.



CENTRO MÉDICO BENALCAZAR Y ZAFIR SPA

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



4.4.5 SERVICIOS RELIGIOSOS

Todas las parroquias del Valle de Los Chillos, tanto las pertenecientes al Cantón Quito como las del cantón Rumiñahui cuentan con iglesias católicas, algunas de ellas muy antiguas han sido recuperadas con el apoyo del FONSAL.

Así mismo, varios templos pertenecientes a otros cultos también se han establecido en diversos lugares de este Valle.

En el sector del La Armenia existe la iglesia Sagrado Corazón de Jesús y la iglesia La Dolorosa de La Armenia.



Iglesia Sagrado Corazón de Jesús.



Iglesia de Conocoto



Iglesia La Dolorosa de La Armenia



4.4.6 SERVICIOS PÚBLICOS

El Valle de Los Chillos dispone de completos servicios básicos de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, alumbrado público, red telefónica, convencional y celular, aceras, bordillos y calzada. Al igual que otros sectores del Valle, el Sector del La Armenia cuenta con unidades de policía comunitaria.

4.4.7 TRANSPORTE PÚBLICO:

Por las principales vías de Los Chillos circula abundante transporte público al servicio de prácticamente todos los sectores y en conexión con la ciudad de Quito.

Algunas líneas de transporte público circulan por las principales vías del sector, sobre todo en la Autopista General Rumiñahui: en donde circulan líneas de buses como el Vingala que llega hasta la Universidad Católica.

CUADRO 4-2 PRINCIPALES EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO DE LA ZONA.

Empresa Transporte	Recorrido
Vingala	Selva Alegre/ PUCE/El Trébol/ Triángulo
	Inchalillo -La Marín
Condorvall	Los Tubos/ Mushuñán- Quito
	Balviñas / La Victoria- Quito
Turismo	Sangolguí- 12 de Octubre
Marco Polo	Loreto/ Cashapamba/ Jutupungo - Quito
Los Chillos	El Manzano/Santa Isabel/Selva Alegre/ La Marín

Fuente: www.rumiñahui.gov.ec

Elaborado por: Alejandra Galarza



4.5 ESTRATIFICACIÓN SOCIECONÓMICA PARA EL PROYECTO

La mayoría de habitantes del Valle de Los Chillos pertenecen a un estrato medio y medio alto ,en los sectores como El Club Los Chillos , San Rafael , Capelo y La Armenia se puede encontrar gente de clase media alta y alta.

De acuerdo al análisis demográfico y de niveles socioeconómicos para este proyecto , puede determinarse que el segmento objetivo para el proyecto lo constituiría , de manera preferencial , el mercado de niveles socioeconómicos medio y medio alto , cuyos ingresos familiares mensuales **promedio son entre \$2200 y \$3600 dólares.**

4.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SECTOR Y DEL PROYECTO.

Ventajas:

- Ubicación del proyecto
- El sector y el proyecto disponen de completos servicios públicos
- Acceso a transporte público
- Terreno con topografía plana y regular ,positiva para el desarrollo de un proyecto inmobiliario
- La zona del Valle de los Chillo durante los últimos años se ha convertido como una de las zonas de mayor acogida entre la demanda para adquirir vienen inmuebles.
- Clima agradable
- Sector destinado para los niveles medio y medio alto ,el cuál se encuentra dinamizado por el gobierno.
- Existe un apreciable interés entre los hogares de Quito , especialmente los de la zona Sur , por elegir el Valle de Los Chillos como lugar de residencia.
- Entorno cercano aún natural



Desventajas:

- Amplia oferta de proyectos inmobiliarios se los sectores de influencia para el proyecto.
- Frecuentes y fuertes congestiones vehiculares en la principal vía de conexión con la ciudad: Autopista General Rumiñahui sobre todo en las horas pico.
- Fuerte distanciamiento a la ciudad de Quito.

4.7 PROYECTO ARQUITECTÓNICO

4.7.1 EL PROYECTO.

El diseño arquitectónico del Proyecto lo realizó el Arquitecto Roberto Villacreses, el diseño estructural el Ingeniero Jorge Vintimilla. El promotor del proyecto es la Constructora Romero & Pazmiño que tiene 10 años de experiencia en el sector inmobiliario en las áreas de promoción, gerencia, construcción y ventas.

La constructora ha tenido más de 425 unidades de vivienda construidas, entre sus proyectos se destacan: Alcázar de Miraloma, Conjunto residencial Avignon, Génova, Edificio La Cumbre, Burdeos, Verona, Conjunto privado Sevres I y II.

Además es la única compañía constructora inmobiliaria local con sistemas de gestión de calidad certificados bajo la Norma ISO 9001:2000

El diseño del proyecto propone un estilo moderno, las viviendas son de tres pisos con altillo.

El confort y la comodidad acompañados de un moderno diseño y amplios espacios verdes hacen de Pontevedra la mejor opción en magníficas casas de 135 metros cuadrados, 3 habitaciones, estudio, terraza y 2 estacionamientos.



FACHADA PROYECTO PONTEVEDRA

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

El proyecto contará con los servicios públicos de acueducto y energía eléctrica por parte de las respectivas empresas de servicios públicos de Quito. La altura libre de los pisos, la impermeabilización y las áreas de ventilación e iluminación serán las adecuadas, de acuerdo con las ordenanzas municipales sobre arquitectura, urbanismo y construcción. Las Casas estarán debidamente cimentadas y tendrán los elementos necesarios que permitan el fácil y seguro acceso y evacuación.

La altura libre mínima será de 2.30 mts, cada casa contará con 2 estacionamientos privados libres descubiertos.

El proyecto contará con transformadores en postes, bombas y equipo hidroneumático, cisternas, y cuartos de acopio de basuras



GRÁFICO 4-7 PLANO IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO



4.7.2 IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO.

En la implantación se observa que el proyecto se halla implantado en un lote aproximadamente de 5.570 m², siendo este un terreno plano, cuyo frente es de 67,20, hacia la calle Jorge Icaza.



Asoleamientos: El terreno se encuentra implantado orientado de manera correcta en el sentido este a oeste lo que genera que la luz y el sol dando confort a las casas en la mañana manteniendo una temperatura agradable en las tardes.

Se encuentra dividida por cuatro calles vehiculares internas que relacionan la circulación vehicular y a la vez dividen los bloques de casas.

Las calles tienen 6 metros que es una medida que da confort y que permite la circulación vehicular.

El terreno tiene afectación que es la quebrada, por lo tanto existe amplias áreas verdes y recreativas para el proyecto

Áreas verdes: La implantación urbanística del proyecto permite localizar varias franjas de jardines perimetrales, corredores viales de acceso a las viviendas en adoquín de cemento, zonas verdes y jardineras comunes, área de piscina, guardianía, cerramiento perimetral y zonas comunales.

Seguridad: Existe un solo acceso : vehicular y peatonal , existe un área de guardianía para mayor seguridad ganando así confort y tranquilidad a los usuarios..

4.8 DESCRIPCIÓN DEL COMPONENTE DE INGENIERIA.

4.8.1 SISTEMA ESTRUCTURAL:

La cimentación de las casas y aéreas comunales estará constituida por losas de 18 cm de espesor aprox. La estructura será de columnas y vigas de concreto estructural de 15x20 cms aprox., vigas de 20x20 y losas vigueta, bovedilla de 18 cms aprox. en hormigón armado. Fachadas en bloque enlucido y grafiado, color terracota o similar. Muros internos en bloque de cemento de entre 10 y 15 cms de espesor aproximadamente estucados y pintados.



4.8.2 INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y TELEFÓNICAS

Transformadores en alta y media tensión, tableros con medidores de luz. Especificaciones de materiales, instalación y diseño aprobados por la Empresa Eléctrica de Quito. Instalación telefónica y solicitud de línea para cada vivienda. Armario general de teléfonos en el proyecto.

4.8.3 INSTALACIONES HIDROSANITARIAS

Cisterna, equipo hidroneumático de presión constante, bombas de presión. Tubería de presión en PVC y CPVC, tubería de agua fría en PVC y caliente en cobre, Tubería de reventilación y lluvias en PVC lluvias. Especificaciones y diseños de acuerdo a normas de EMAP-Q

4.9 COMPONENTES ARQUITECTÓNICOS DEL PROYECTO

El proyecto cuenta con un esquema de diseño contemporáneo, para el mercado ecuatoriano. Los componentes arquitectónicos del conjunto Pontevedra son:

4.9.1 EL TERRENO:

El proyecto se desarrollará sobre un lote de aproximadamente 5.570 m²

El lote del terreno tiene forma irregular con trazados rectilíneos en los lados norte, este y oeste y con el borde irregular de una quebrada al costado.

La topografía es aproximadamente plana, en el lote se desarrolla el conjunto con 31 casas de 135 m² cada una.

El lote está delimitado por cerramientos en los costados este y oeste.

Linderos

Los límites de la propiedad para el proyecto son:

Norte: Lote No. 136 (87,13 mts. según plano)



Sur: Quebrada de propiedad municipal (93,72 mts. según plano)

Este: Calle pública (71,70 mts. según plano)

Oeste: Lote No. 143 (50,70 mts. según plano)

4.9.2 CONCEPTO Y CARÁCTER DEL PROYECTO.

El concepto involucra conceptos contemporáneos y actuales, creando volúmenes dobles muy definidos que integran dos casas con una misma fachada. Utilizan la proporcionalidad tanto en ventanearía como en detalles de ladrillo visto que le dan un carácter cálido a la fachada.

En la planta baja integra un patio amplio con su área de lavandería (ver gráfico de planta arquitectónica) donde se integra la naturaleza a cada una de las casas y le da el carácter de hogar a la misma.

Los planos del proyecto y de su distribución están en el Anexo No.2

El proyecto propone tres pisos distribuidos de la siguiente manera:

En la planta baja dos parqueaderos y las áreas sociales, bien distribuidas y claramente inidentificables.

En la planta alta 1 se distribuyen las áreas privadas integradas por el dormitorio máster con su baño incluido y dos dormitorios adicionales con un baño compartido.

En la planta alta 2 se encuentra una sala de uso múltiple o estudio, dependiendo el uso que cada familia le quiera dar con, adicional encontramos una terraza cómoda con vista al interior del proyecto.



4.9.3 EL DISEÑO

El diseño arquitectónico del Proyecto lo realizó el Arquitecto Roberto Villacreses,

4.10 TIPOLOGÍA DE LAS CASAS

Las casas tienen un área de 135 metros cuadrados, la distribución es la siguiente:

Planta Baja: Área 43.73 m²: dos parqueaderos, sala, comedor, baño social , cocina , jardín , área de máquinas.



PLANTA BAJA



Planta Alta: Área 48.08 m², dos dormitorios, un baño compartido, dormitorio master , baño máster, hall.



PLANTA ALTA



Altillo libre (Opción A): Área 40.75m²: sala de juegos, terraza

Altillo libre (Opción B): Área 40.75m²: dormitorio master, baño master, walking closet, altillo, terraza

ALTILLO Opción A



ALTILLO Opción B





Condominio Privado
Pontevedra

PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

CUADRO 4-3 CUADRO DE ÁREAS:

CONJUNTO HABITACIONAL PONTEVEDRA												
NUMERACIÓN	CASA	AREA GARAJE						AREA PATIO		AREA TERRAZA	TOTALES	
		OPCION 1	A	B	circulac,/porche	PLANTA BAJA	PLANTA ALTA	ALTILLO	CUARTO MAQ,	JARDIN P,	CONSTRUCCION	TERRENO
1 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.42	13.3	7.22	135	89.2
10 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.42	13.3	7.22	135	89.2
11 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.42	13.3	7.22	135.	89.2
19 ESQ, IMPAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.15	40.67	3.29	13.42	7.22	135.	89.2
20 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.57	13.56	7.22	135	89.61
25 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.57	13.56	7.22	135	89.61
26 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.57	13.56	7.22	135	89.61
31 ESQ, PAR	esquinera	11.5	11.5	5.73	43.73	48.08	40.75	3.57	13.56	7.22	135	89.61
21	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
22	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
23	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
24	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
27	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
29	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
30	lindero	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.44	13.46	7.22	135	88.41
2	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	135	88
3	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	135	88
4	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88



Condominio Privado
Pontevedra

PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

5	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
6	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
7	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
8	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
9	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
12	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
13	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
14	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
15	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
16	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
17	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
18	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88
28	medianera	11.5	11.5	5.36	43.13	47.48	40.15	3.29	13.2	7.22	134.05	88

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza

Las áreas de las viviendas están distribuidas proporcionalmente, el proyecto cuenta con una planificación arquitectónica adecuada la cual se enmarca dentro de la normativa con buenos estándares arquitectónicos. Posee un jardín y una terraza cómoda acorde a las exigencias del mercado, sobre todo por la ubicación ya que en este sector la gente busca áreas verdes y servicios comunales. Como aspecto negativo son las áreas de los parqueaderos que son ligeramente estrechos y no están acorde a la normativa, sin embargo al ofrecer dos parqueaderos por casa resulta un mitigante a lo anteriormente mencionado.



CUADRO 4-4 CARACTERÍSTICAS Y DISTRIBUCIÓN DE LAS CASAS TIPO

CARACTERÍSTICAS Y DISTRIBUCIÓN DE LAS CASAS TIPO																												
CARACTERÍSTICAS			PLANTA BAJA																									
CASA	# UNID	ÁREA TOTAL (m2)	AREA SOCIAL				AREA DE SERVICIO																					
			SALA/COMEDOR (m2)	CIRCULACIÓN (m2)	COCINA (m2)	BAÑO SOCIAL (m2)	ÁREA DE LAVADO (m2)	PATIO m2																				
TIPO A	31	135	25.025	9.35	7	2.5	6	10.75																				
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">PLANTA ALTA 1</th> </tr> <tr> <th colspan="5">AREA PRIVADA</th> </tr> <tr> <th>BAÑO MASTER (m2)</th> <th>DORMIT. MASTER (m2)</th> <th>DORMIT. 1 (m2)</th> <th>DORMIT 2 (m2)</th> <th>BAÑO COMPARTIDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4.09</td> <td>9.86</td> <td>8.7</td> <td>8.25</td> <td>3.8</td> </tr> </tbody> </table>									PLANTA ALTA 1					AREA PRIVADA					BAÑO MASTER (m2)	DORMIT. MASTER (m2)	DORMIT. 1 (m2)	DORMIT 2 (m2)	BAÑO COMPARTIDO	4.09	9.86	8.7	8.25	3.8
PLANTA ALTA 1																												
AREA PRIVADA																												
BAÑO MASTER (m2)	DORMIT. MASTER (m2)	DORMIT. 1 (m2)	DORMIT 2 (m2)	BAÑO COMPARTIDO																								
4.09	9.86	8.7	8.25	3.8																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">PLANTA ALTA II</th> </tr> <tr> <th colspan="3">ÁREA PRIVADA II</th> </tr> <tr> <th>TERRAZA</th> <th>USO MÚLTIPLE</th> <th>BAÑO Y W.CLOSET</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7.07</td> <td>23.29</td> <td>9.31</td> </tr> </tbody> </table>									PLANTA ALTA II			ÁREA PRIVADA II			TERRAZA	USO MÚLTIPLE	BAÑO Y W.CLOSET	7.07	23.29	9.31								
PLANTA ALTA II																												
ÁREA PRIVADA II																												
TERRAZA	USO MÚLTIPLE	BAÑO Y W.CLOSET																										
7.07	23.29	9.31																										

Elaborado por Alejandra Galarza

En general las áreas de las casas son distribuidas proporcionalmente, brindando confort a los usuarios.

El dormitorio 2 se puede decir que es estrecho, los baños son cómodos, la cocina es amplia al igual que el área de lavado.

Un factor positivo son las áreas de la planta alta II que son bastante cómodas y existe la opción de que el cliente destine el uso que sea necesario.



ESTILO DEL DISEÑO

A continuación se podrá visualizar algunas imágenes en el que se identifica el estilo del proyecto.

VISTA INTERIOR CASAS



Vista interior sala



Vista interior comedor y cocina



Vista interior dormitorios



Vista interior dormitorio master

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



4.11 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD EN FUNCIÓN DE ÁREAS Y COSTOS

CUADRO 4-5 ANÁLISIS FACTIBILIDAD

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD			
Ubicación	Calle Jorge Icaza (Transversal 4A) N 10-551 e Ismael Solís		
Área del Terreno m2	5,570.00		
Zonificación	COS PB	35%	1,949.50
	COS TOTAL	105%	5,848.50
Regulación Municipal No. de pisos:	3 pisos		
Área vendible	4,185.00		
Costo Directo m2	290.57		
Total Costo Directo	1,216,022.5		
Costo Indirecto	734,466.1		
Costo del Terreno	265,000.0		
Total ventas	2,657,475		
Valor precio m2	635.00		
Análisis del Margen de Utilidad			
Total Ventas	2,657,475		
Total Costo Directo	1,216,022.5		
Costo Indirecto	734,466.1		
Costo del Terreno	265,000.0		
Utilidad Estimada	441,986.40		
Margen	20%		

Elaborado por: Alejandra Galarza



4.12 COSTOS DEL PROYECTO

A continuación se detallan los costos del proyecto Pontevedra, el rubro de costos directos se ha resumido, el detalle se encuentra en el Anexo No. 3

CUADRO 4-6 COSTOS DEL PROYECTO

COSTOS DEL PROYECTO					
1. COSTO DE TERRENO	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
	m2	5500	48.18	265,000.00	11.96%
2. CONSTRUCCION	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
2.1 Viviendas	m2	4,185	330	1,381,050.00	62.34%
2.2 Postventa		1%	12,040	13,810.50	62.96%
SUBTOTAL					
3. Costo Directo (CD) (2 + 3+ 4)				1,394,860.50	62.96%

Elaborado por Alejandra Galarza



CUADRO 4-7 COSTOS INDIRECTOS

Los costos indirectos suman un total de \$ 555.628

COSTOS INDIRECTOS				
4. PLANIFICACION	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
4.1 Proyecto Urbano-Arquitectónico	3.00%		41,845.82	1.89%
4.2 Diseño Hidro-Sanitario	0.30%		4,184.58	0.19%
4.3 Diseño Eléctrico-Telefónico	0.30%		8,327.73	0.38%
4.4 Estudios de Suelos	0.30%		4,184.58	0.19%
4.5 Levantamiento Topográfico	0.20%		2,789.72	0.13%
4.6 Cálculo Estructural	0.30%		4,184.58	0.19%
4.7 Declaración propiedad horizontal	0.60%		8,369.16	0.38%
4.8 Fotocopias Planos y Varios	0.03%		418.46	0.02%
4.9 Diseño Interior	0.05%		697.43	0.03%
SUBTOTAL			75,002.06	3.39%
5. TASAS E IMPUESTOS (Indirectos)	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
5.1 Cuerpo de Bomberos	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.2 Colegio de Arquitectos (Planificación)	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.3 Impuestos Aprobación (Municipio)	0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
5.4 Fondo de Garantía (Póliza)	0.10%	2,215	2,307.00	0.10%
5.5 Servicios	0.10%	2,215	2,300.00	0.10%
5.6 Impuestos EMAAP Matriz	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.7 Empresa Eléctrica (Obra)	0.10%	2,215	2,299.00	0.10%
5.8 Seguridad	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.9 Acometida ANDINATEL	0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
5.10 Impuesto Predial	0.08%	2,232	2,231.78	0.10%
5.11 Gastos Legales	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.12 Seguro Todo Riesgo	0.15%	2,092	2,092.29	0.09%
5.13 Gastos Varios	0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
5.14 Condominios	0.20%	1,000	1,000.00	0.05%
5.15 Patente y 1.5 x mil			15,241.37	0.69%
SUBTOTAL			41,420.04	1.87%
6. OTROS INDIRECTOS	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
6.1 Fiducia	0.16%	2,240	2,240.00	0.10%
6.2 Fiducia variable	1.60%	42,520	42,519.60	1.92%
6.3 Ventas	2.50%	66,437	66,436.88	3.00%
6.4 Gerencia de Proyecto	6.00%	83,692	83,691.63	3.78%
6.5 Dirección Técnica	10.00%	139,486	139,486.05	6.30%
6.6 Fiscalización	1.60%	22,318	22,317.77	1.01%
6.7 Promoción y Publicidad	3.00%	79,724	79,724.25	3.60%
6.8 Estructuración Legal	0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
6.9 Gasto Financiero				0.00%
SUBTOTAL			439,205.89	19.82%
9 Total Costos Indirectos (4 + 5 + 6)			555,628.00	25.08%

Elaborado por Alejandra Galarza

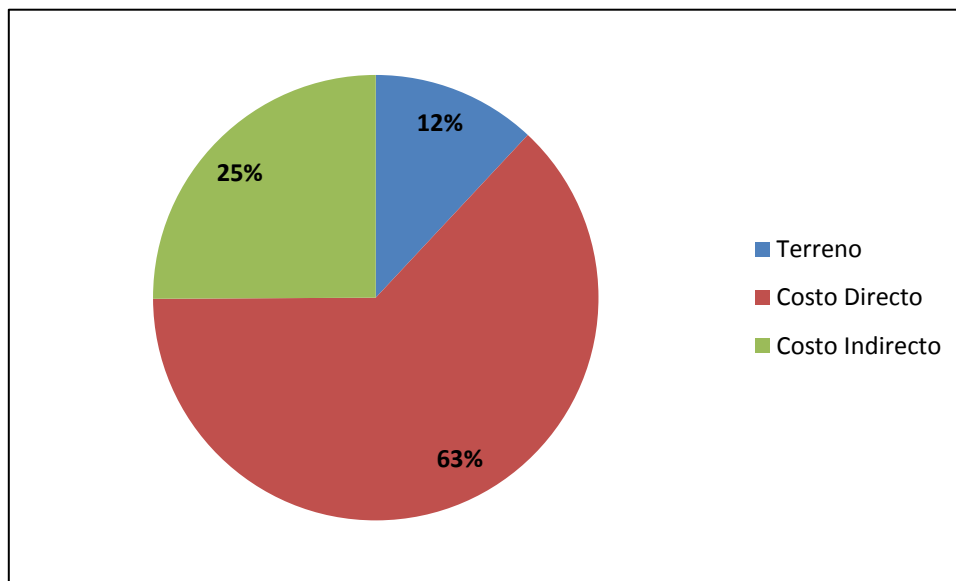


Como muestra el cuadro el rubro más representativo dentro de los costos indirectos representa el honorario de la dirección técnica, seguido de los gastos de promoción y ventas.

CUADRO 4-8 RESUMEN COSTOS

PONTEVEDRA COSTOS TOTALES		
Costo	Valor	%
Terreno	\$ 265,000.00	12%
Costo Directo	\$ 1,394,860.50	63%
Costo Indirecto	\$ 555,628.00	25%
Total	\$ 2,215,488.50	100%

GRÁFICO 4-8 DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.



Elaborado por Alejandra Galarza



- La incidencia del costo del terreno (12%) respecto a la inversión del proyecto, se encuentra dentro del rango respecto a proyectos similares, considerando la ubicación del proyecto (11% al 15%).
- Los costos directos (55%) respecto al costo total se enmarca por fuera del promedio referente a proyectos de similares características (60% al 70%).
- Los costos indirectos (33%), respecto a la inversión del Proyecto se estima que está por encima del promedio comparado con proyectos similares (20% al 25%).

4.13 ANÁLISIS MÉTODO RESIDUAL DEL TERRENO

CUADRO 4-9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA- PRECIO PONDERADO

Número	NOMBRE	PRECIO M2 CON ACABADOS	ABSORCIÓN	% PONDERADO	PRECIO PONDERADO
1	Estancia de la Armenia	\$ 660.11	0.83	6.77%	44.69
2	Villa Armenia	\$ 521.00	0.15	1.22%	6.37
3	Acacias de la Armenia	\$ 604.83	0.71	5.79%	35.03
4	Curitiva	\$ 504.46	0.87	7.10%	35.80
5	Valdeprado de la Armenia	\$ 602.94	0.82	6.69%	40.33
6	Mark Antony	\$ 784.31	0.58	4.73%	37.10
7	Samara	\$ 644.23	1.39	11.34%	73.04
8	Villa Renata	\$ 644.07	0.32	2.61%	16.81
9	Pontevedra	\$ 607.41	1.38	11.26%	68.37
10	Toulouse Garden	\$ 633.33	0.9	7.34%	46.49
11	Pueblo Blanco del Valle	\$ 599.17	0.22	1.79%	10.75
12	Las Acacias II	\$ 592.59	0.8	6.53%	38.67
13	Bizancio	\$ 638.89	1.21	9.87%	63.06
14	Gaia	\$ 643.84	0.56	4.57%	29.41



15	C,Luna Llena	\$ 609.59	0.07	0.57%	3.48
16	Armenia Gardens	\$ 550.00	0.23	1.88%	10.32
17	Vista Sol	\$ 637.76	0.6	4.89%	31.21
18	Maui Casa Club	\$ 692.31	0.62	5.06%	35.01
	TOTAL PROMEDIO	620.60	12.26		625.94

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza

DATOS DEL TERRENO

#	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALORES
1	Área del Terreno	m2	5.570
2	Precio de venta de viviendas en la zona	\$ x m2	625.94
3	Ocupación de suelo COS	%	35%
4	Altura permitida (h)	pisos	3
5	K= Área Útil	%	105%
6	Rango de Incidencia Terreno ALFA I	%	10%
7	Rango de Incidencia Terreno Alfa II	%	12%

RESULTADOS

#	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALORES
1	Área construida máxima	m2	5.848.50
2	Área útil vendible	m2	6.140.93
3	Valor de ventas	usd	3,843,849.64
4	Alfa I Peso del Terreno	usd	384,384.96
5	Alfa II Peso del Terreno	usd	461,261.96
6	Media Alfa	usd	422,823.46
	Valor del m2 del terreno en \$ usd.	usd	\$ 75.91

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Alejandra Galarza



De acuerdo al análisis del método residual se obtiene un valor de metro cuadrado del terreno de \$ 75.91 dólares

4.14 CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto Pontevedra se desarrollará en tres etapas, la primera etapa está compuesta por 12 casas, la segunda por 9 unidades y la tercera por 10 casas.

12

**PRIMERA
ETAPA**

9

**SEGUNDA
ETAPA**

10

**TERCERA
ETAPA**

PISCINA

26		25
27		24
28		23
29		22
30		21
31		20

	11	12	13	14	15	16	17	18	19
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1



Se arrancará la construcción una vez obtenido el punto de equilibrio financiero, es una vez que se cubra los costos directos con un nivel de preventas adecuado, aporte de los promotores, canjes y crédito bancario. Se ha planificado la construcción en 22 meses.

Se anexa cronograma de obra valorado (ANEXO No.4)

4.15 CONCLUSIONES PLANTEAMIENTO ARQUITECTÓNICO:

A continuación se presentan cuadros de conclusiones sobre el planteamiento arquitectónico del Proyecto Pontevedra.

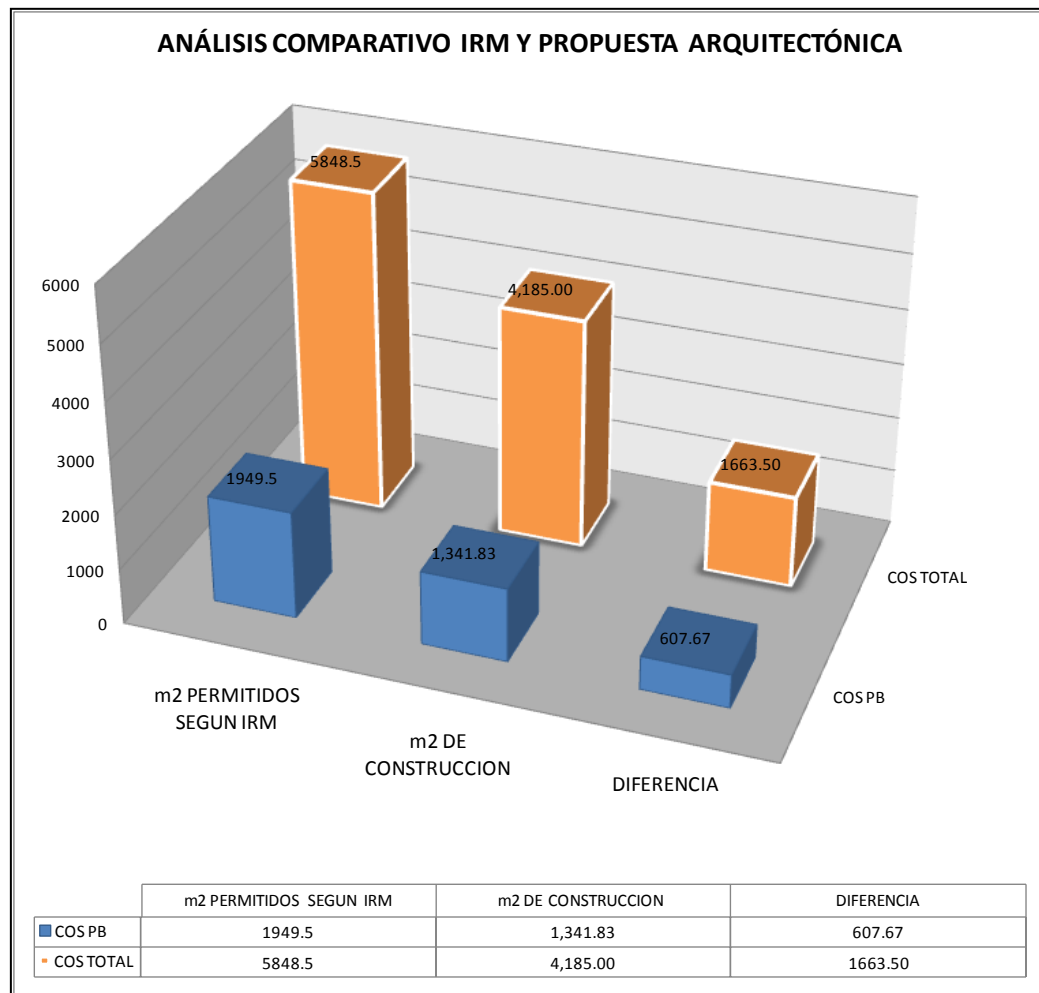
CUADRO 4-10 ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA							
OPTIMIZACION DEL COS TOTAL							
DATOS SEGÚN IRM			DATOS SEGÚN PROYECTO			CUMPLE NORMATIVA	CONCLUSIONES
DATOS ANALIZADOS SEGÚN IRM	%	m2 PERMITIDOS SEGUN IRM	m2 DE CONSTRUCCION	%	DIFERENCIA		
COS PB	35.00%	1949.5	1,341.83	24.09%	607.67	SI	El Cos en PB es utilizado casi en su totalidad, la generosidad en espacios comunales y áreas no vendibles genera una interesante arquitectura en Planta Baja
COS TOTAL	105.00%	5848.5	4,185.00	75.13%	1663.50	SI	El Diseño arquitectónico al ser casas presenta una ligera optimización del Cos TOTAL permitido, se da prioridad a las áreas verdes y dos parqueaderos
ÁREA TERRENO		5,570.00					

Elaborado por Alejandra Galarza



GRÁFICO 4-9 ANÁLISIS COMPARATIVO IRM Y PROPUESTA ARQUITECTÓNICA



Elaborado por Alejandra Galarza

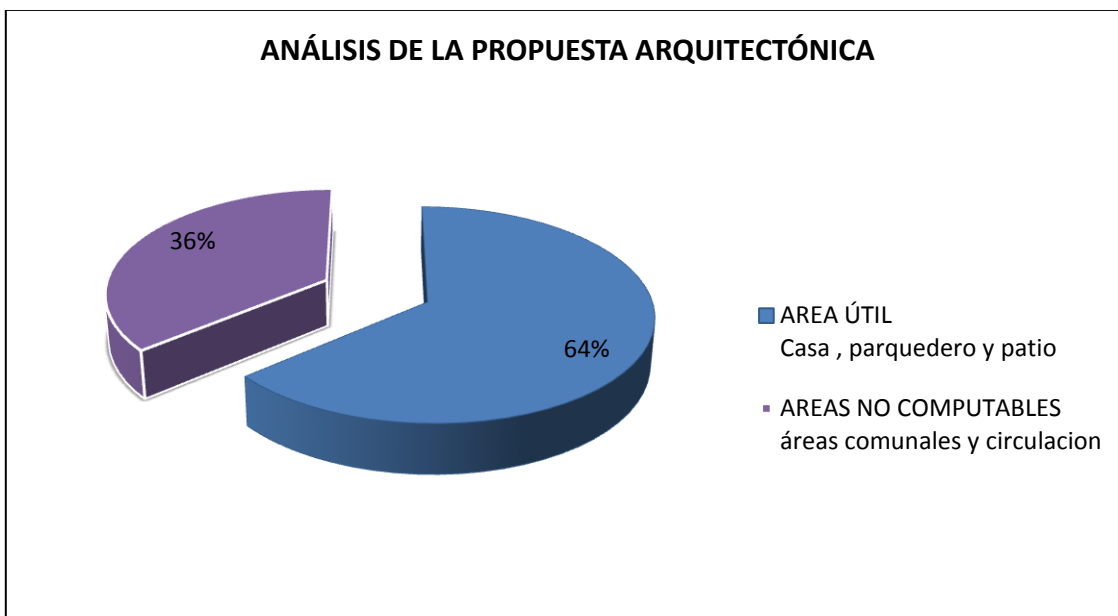


CUADRO 4-11 ANÁLISIS PROPUESTA ARQUITECTÓNICA

ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA				
UTILIZACIÓN DE ÁREAS COMPUTABLES Y NO COMPUTABLES				
DETALLE		m2 proyecto arquitectónico	PORCENTAJE	COMENTARIOS
AREA ÚTIL Casa , parqueadero y patio	AREA COMPUTABLE	4,185.00	63.88%	Exsiste una ligera una optimización de toda el AREA VENDIBLE.
COMPUTABLES áreas comunales y circulacion	AREA NO COMPUTABLE CUBIERTA	2,366.26	36.12%	Es limitada la presencia de las áreas verdes pese a la ubicación del proyecto.
m2 Construidos		6,551.26	100.00%	

Elaborado por Alejandra Galarza

GRÁFICO 4-10 ANÁLISIS DE LA PROPUESTA ARQUITECTÓNICA



Elaborado por Alejandra Galarza

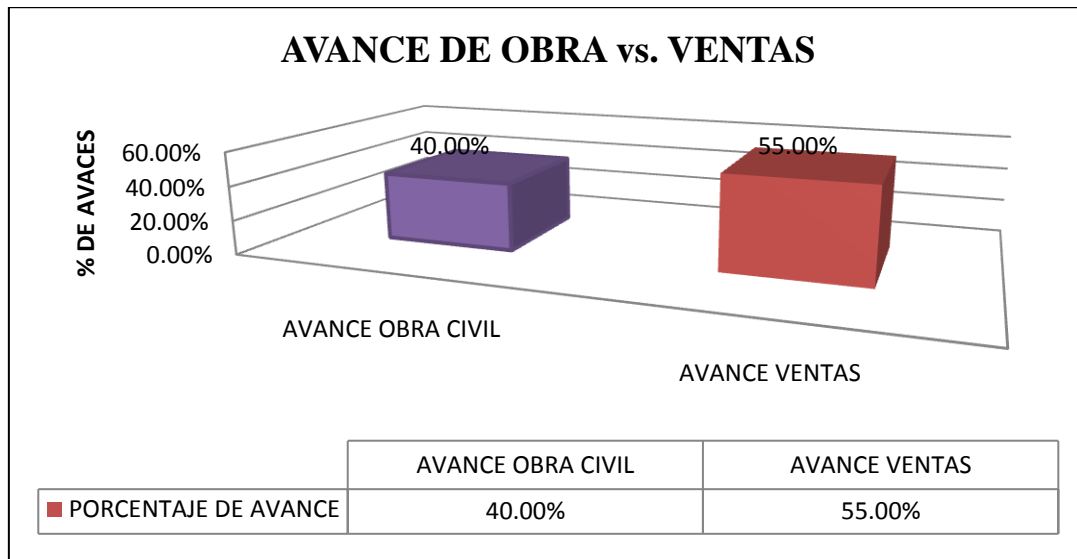


CUADRO 4-12 ANÁLISIS AVANCE DE OBRA.

INFORMACION DE AVANCE ACTUALIZADO		
DETALLE	PORCENTAJE DE AVANCE	OBSERVACIÓN
AVANCE OBRA CIVIL	40.00%	Las obras estan conforme a los cronogramas.
AVANCE VENTAS	55.00%	Actualmente se encuentra vendido el 55% del total del proyecto

Elaborado por Alejandra Galarza

GRÁFICO 4-11 AVANCE DE OBRA VS VENTAS



Elaborado por Alejandra Galarza

En general se puede concluir que el planteamiento arquitectónico está acorde a las exigencias del mercado, considerando su ubicación y entorno. El proyecto resulta atractivo arquitectónicamente.



CAPÍTULO 5

ESTRATEGIA COMERCIAL



5 ESTRATEGIA COMERCIAL

El proyecto Pontevedra, posee todas las características acordes al mercado al cual está dirigido el proyecto, el cual incluye : bienestar , modernismo, diseño y seguridad , todo esto con la finalidad de que sus habitantes se sientan en un lugar confortable , con un buen ambiente , tranquilo y sobre todo un lugar agradable para vivir.

A pocos metros tenemos una gran oferta ambiental, recreativa y educativa conformada por los diferentes complejos educativos del sector: jardines de infantes, escuelas, colegios, universidades como la Escuela Politécnica del Ejército , zonas comerciales, bancarias , hospitales y un desarrollo urbanístico de nuevos proyectos y complejos residenciales.

Se encuentra próximo al Centro Comercial Plaza Valle y al San Luis Shopping.

5.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS

- **Política de Precios:** Incremento probable, más plusvalía durante el periodo de construcción .Las primeras ventas se promocionarán con un precio especial que se incrementará una vez que se alcance el punto de equilibrio y posicionamiento.

Los precios iniciales de venta deben ser atractivos para realizar las ventas requeridas para generar sinergia en el proyecto y alcanzar el punto de equilibrio requerido por la Fiduciaria.

En los precios de venta deben estar considerados los costos de comercialización y un presupuesto de promoción y publicidad contingente de aproximadamente 2.5% del monto de ventas para apalancar una mayor rotación del producto.

Se deben definir descuentos financieros por pronto pago.

Se recomienda manejar un porcentaje de reserva del 10% y el saldo para completar la cuota inicial (30%) durante el periodo de construcción hasta la entrega.



- **Facilidades de crédito:** Ofrecer alternativas de pago acorde a las posibilidades del comprador y disponibilidad de crédito en el mercado (plazo para el pago de la entrada, saldo hasta el 70% de financiamiento). Financiamiento del 70% con el IESS o con cualquier Institución Financiera.

Los precios de venta de las casas son iguales, no existe variación considerando que todas tienen la misma área. El precio por metro cuadrado es de \$ 635

CUADRO 5-1 PRECIOS

Precio	Entrada 10%	20% durante la construcción	70% financiamiento IFIS
\$85.725	\$ 8.572.50	\$17.145	\$ 60.007

Elaborado por Alejandra Galarza

CUADRO 5-2 ESQUEMA DE PAGO Y CRÉDITO.

Ítem	Descripción	
1	Reserva	10% del valor de la casa
2	Cuota de Entrada	20% a ser cancelado en cuotas mensuales a lo largo de la etapa de construcción
3	Financiamiento Bancario	70% restante a ser cancelado con crédito bancario o en el IESS
4	Precalificaciones como sujeto de crédito	Antes de realizar una venta
5	Forma de pago competencia	10% reserva
		20% durante la construcción
		70% crédito hipotecario

Elaborado por Alejandra Galarza



Considerando una tasa de interés del 10.75%, a continuación se detallan las cuotas de 3 a 20 años y los ingresos que debería justificar el cliente para los diferentes plazo

CUADRO 5-3 FINANCIAMIENTO HIPOTECARIO

Valor de la vivienda	82,000.00
70% financiamiento	57,400.00
Total a financiar	57,400.00

TASA DE INTERES	PLAZO AÑOS	INGRESOS REQUERIDOS	CUOTA
10.75%	3	6241.38	1,872.41
	4	4921.91	1,476.57
	5	4136.24	1,240.87
	6	3617.40	1,085.22
	7	3251.00	975.30
	8	2979.81	893.94
	9	2772.04	831.61
10.75%	10	2608.61	782.58
	11	2477.38	743.21
	12	2370.25	711.07
	13	2281.59	684.48
	14	2207.41	662.22
10.75%	15	2144.75	643.42
	16	2134.13	640.24
	17	2089.15	626.75
	18	2050.45	615.14
	19	2017.00	605.10
	20	1987.96	596.39

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Alejandra Galarza



5.2 PREVENTA

Las preventas iniciales se realizarán en base a una lista base que mantiene la constructora de clientes referidos, el objetivo es alcanzar un número de unidades óptimo que permitan alcanzar el punto de equilibrio financiero que exige la Fiduciaria (Fondos Pichincha), esto es mínimo el 33% del costo del proyecto , Se plantea empezar a vender unidades de la primera y segunda etapa.

La meta comercial del proyecto es alcanzar el punto de equilibrio en ventas en el mes seis, se planea vender todas las unidades de vivienda en 19 meses.

Se planifica tener en el mes cero un nivel de ventas mínimo del 20% y realizar ventas de una y dos unidades mensuales dando prioridad en un inicio a las ventas de la primera y segunda etapa.

En el cuadro 5.1 se puede observar el cronograma de ventas del proyecto.



CUADRO 5-4 CRONOGRAMA DE VENTAS DEL PROYECTO

MESES		Anteproyecto	oct-2009	nov-2009	dic-2009	ene-2010	feb-2010	mar-2010	abr-2010	May-2010	jun-2010	jul-2010	ago-2010	sep-2010	oct-2010	nov-2010	dic-2010	ene-2011	feb-2011	mar-2011
VIVIENDAS		-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
PLAN DE VENTAS	U			Inicio I			Inicio II			Inicio III					Fin I			Fin II		
Preventas primera y segunda Etapa	7																			
Disponibles	24																			
Primera Subetapa (12 Casas)	6	0	1	2	1	1	1													
Segunda Subetapa (9 Casas)	8	0						2	1	2	1	1	1							
Tercera Subetapa (10 Casas)	10	0											2	1	1	1	1	1	1	2
Total	31	0	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2
Total Acumulado		7	8	10	11	12	13	15	16	18	19	20	23	24	25	26	27	28	29	31

Elaborado por Alejandra Galarza

Durante todos los meses se vende entre una y dos unidades, se considera un comportamiento realista y conservador.

5.3 VENTA:

Una vez alcanzado el punto de equilibrio a través de las preventas, se podrá revisar la lista de precios, realizando incrementos en los precios de no más allá del 5%. Esta etapa se pretende terminar en el mes 19. Se ha planificado vender entre una y dos unidades mensuales.



5.4 CIERRE

Se plantea terminar de vender el proyecto 31 unidades en un máximo de 19 meses, meta un poco conservadora , la primera etapa se planifica terminar de vender 9 meses antes de empezar la construcción y las otras dos etapas se irán vendiendo en el transcurso de la construcción.

Se pretende evitar tener unidades sin vender o desistimientos.

5.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El Grupo Promotor tiene amplia experiencia en la venta de proyectos inmobiliarios, para este proyecto se han asignado 4 vendedores: 2 permanecerán en las oficinas de la Constructora y 2 vendedores en el proyecto.

5.5.1 SEGURIDAD PARA EL CLIENTE

En el capítulo referente a los aspectos legales se analizará el esquema jurídico que se utilizará para brindar seguridad y confianza a todos los participantes del proyecto: Grupo Promotor , Equipo Técnico , de Gerencia , Administrativo , Entidades Bancarias y para el cliente comprador. Para el desarrollo del proyecto se ha constituido un Fideicomiso Inmobiliario Integral con Fondos Pichincha lo que brinda seguridad y transparencia durante todas las etapas del proyecto hasta llegar a feliz término.



5.6 MARCA Y LOGOTIPO



5.6.1 POSICIONAMIENTO

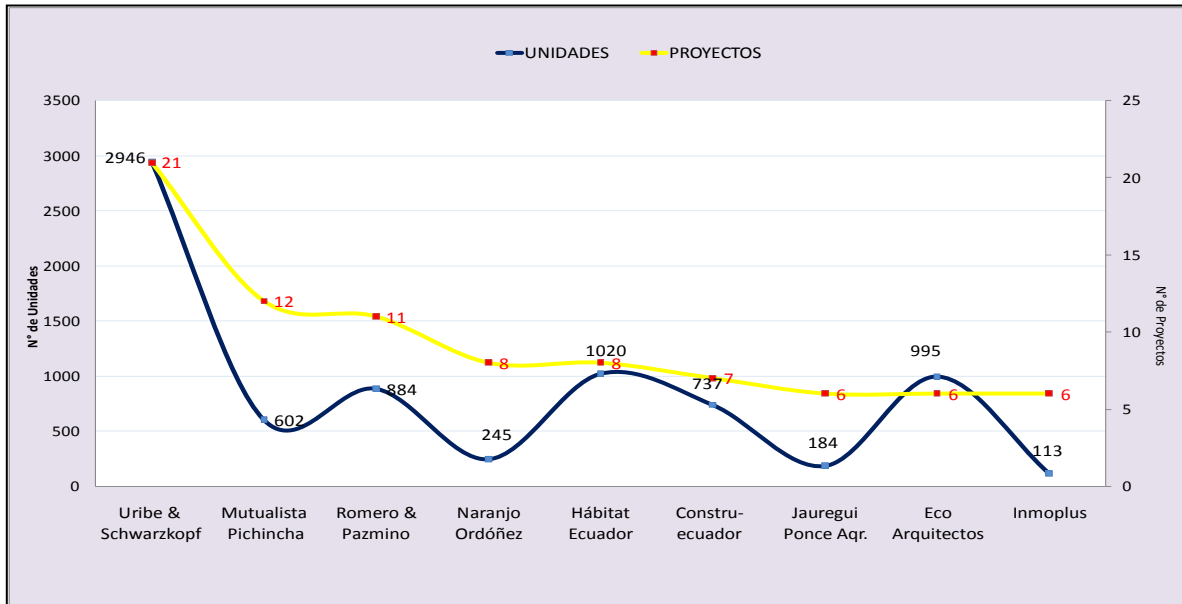
La constructora Romero & Pazmiño, tiene 9 años de experiencia en el sector inmobiliario en las áreas de promoción, gerencia, construcción y ventas.

La constructora ha tenido más de 425 unidades de vivienda construidas, entre sus proyectos se destacan: Alcázar de Miraloma, Conjunto residencial Avignon, Génova, Edificio La Cumbre, Burdeos, Verona, Conjunto privado Sevres I y II , Alcázar de Toledo , Versailles ,entre otros.

Además es la única compañía constructora inmobiliaria local con sistemas de gestión de calidad certificados bajo la Norma ISO 9001:2000.



GRÁFICO 5-1 VENTAS -PRINCIPALES CONSTRUCTORAS



Fuente: Market Watch

Elaborado por Alejandra Galarza

Actualmente Romero & Pazmiño se encuentra en tercer lugar dentro las Empresas constructoras más importantes de Quito y con posicionamiento en el mercado.

Esto es un factor importante que impulsa las ventas del proyecto.

5.7 ESTRATEGIA DE MARKETING:

Misión:

Comercializar un producto de calidad, ofreciendo todos los beneficios y fortalezas del proyecto hacia el cliente, garantizando la adquisición de un producto diferenciado frente a la competencia.



Posición y Estrategia del Producto

Plaza de Distribución: Se comercializará el proyecto desde las oficinas principales de la constructora y también en el proyecto, se ha realizado una casa modelo para que impulse las ventas y se pueda mostrar al cliente los atributos del proyecto.

Promoción y Publicidad: Se realizará una promoción masiva en el sector aledaño al proyecto, sectores como: La Plaza del Triángulo, el Centro Comercial San Luis , Puente 8 y 9 , Conocoto, La Armenia 1 , entre otros.

Se ha definido colocar letreros con imagen del proyecto a partir del ingreso a la Urbanización La Armenia 1, colocando señales que dirijan a las personas al proyecto.

Beneficios a transmitirse para el cliente:

- Seguridad
- Experiencia de los Promotores
- Asesoría
- Excelente servicio
- Producto de calidad
- Precios acordes al mercado y al producto que se ofrece.

ESLOGAN:

“Vive en un lugar seguro, cómodo y exclusivo”



Política de Promoción:

Enfocada al segmento al cual está dirigido el proyecto.

5.8 PLAN DE ACCIÓN:

MEDIOS

- Prensa : El comercio (Sección Construir)
- Revista: El Portal Inmobiliario, Revista Clave , Revista Habitar del Banco Pichincha , Revista del Banco de Guayaquil.
- Portal Inmobiliario: Plusvalía.com, portal del Banco Pichincha, página web de la constructora.

Distribución de trípticos en los sectores aledaños al Proyecto: centros comerciales, bancos, semáforos estratégicos de cruce de calles y avenidas principales del Valle de Los Chillos.

SEÑALÉTICA:

- Carteles y flecas que conduzcan hacia el proyecto
- Valla en el proyecto
- Puerta y muro decorado como imagen del proyecto.
- Maqueta

OTROS

- Mails enviados a clientes que han comprado en otros proyectos de la Constructora
- Tarjeta Visa y Master Card Banco Pichincha, Promérica , Banco de Guayaquil , Banco del Pacífico , Bolivariano ,entre otros.



EVENTOS

- Se realizará un open house cuando se inaugure el proyecto y previo a la entrega de la primera etapa.

INTERNET

Las páginas web de las empresas e instituciones que están involucradas en el proyecto inmobiliario

- Página web de la Constructora Romero & Pazmiño - www.ryp.com.ec.
- Página web del Banco Promérica: www.bancopromerica.ec
- Página web del Portal del Banco Pichincha: www.Habitar.ec

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Medios de comunicación

The collage displays various communication materials for the Pontevedra project. It includes a vertical list of project phases with photos and details: Pontevedra (31 casas, 4.500 m2), Versailles (80 casas, 10.500 m2), Marsella (14 casas, 1.816 m2), Ritos de la Moza (212 casas, 21.406 m2), and Aragón (88 casas, 5.100 m2). A central brochure features a family and the text 'CERTIFICAMOS NUEVAMENTE PARA OFRECERLE Más Calidad de Vida para su Familia'. To the right is a website screenshot showing project details and a map. Below are three more items: a 'EL PORTAL' advertisement, a blue brochure with the Romero & Pazmiño logo and 'Más calidad de vida para tu familia', and a 'HABITAR' advertisement with the slogan 'Nada mejor que habitar en casa propia' and '3 meses de gracia' by Banco Pichincha.

Elaborado por: Alejandra Galarza.



5.9 HERRAMIENTAS DE VENTA

- Maqueta: Ubicada en la oficina de ventas del proyecto
- Muro decorado con imagen del proyecto
- Valla publicitaria
- Oficina de venta en el proyecto y en las oficinas de la constructora
- Papelería y folletos: La Empresa Constructora ya cuenta con trípticos , carpetas , tarjetas de presentación con información y planos del proyecto
- Banderas , letreros

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Herramientas de comunicación



Maqueta



Sala de ventas



Letreros



Oficinas



5.10 LANZAMIENTO E INAUGURACIÓN

Se pretende inaugurar el proyecto en el mes de junio o julio del 2011, se realizará un evento en la mañana con bocaditos y bebidas acordes al momento.

5.11 CONCLUSIONES DE LA ESTRATEGIA DE VENTAS

A continuación se presentan cuadros de conclusión acerca de la estrategia comercial que ejecutarán durante el desarrollo del proyecto.

CUADRO 5-5 ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS		
Item		
1	Producto	Casas de 135 m2 con altillo (opción a un dormitorio adicional o sala familiar) Seguridad permanente Amplias áreas vedes Piscina, casa club y gimnasio Excelentes acabados Venta en planos, respaldo con Fideicomiso Excelente clima todo el año A sólo 15 minutos de Quito
2	Precio	Precio basada en precio y calidad , incremento de no más del 5% , precio debe ser competitivo en relación a la competencia
3	Plaza- Distribución	Por medio de la fuerza de ventas de la constructora , en la oficina principal y en el proyecto
4	Promoción	Valla publicitaria , señalización desde el Ingreso a la Urbanización La Armenia 1 , Folletería y volantes , Anuncios en revistas inmobiliarias , páginas web , mailing directo ,alianzas con las Empresas relacionadas con el desarrollo del proyecto

Elaborado por Alejandra Galarza



CUADRO 5-6 ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO		
Item		
1	Penetración en El Mercado	Por medio de la promoción y publicidad , aprovechar el posicionamiento de la marca
2	Liderazgo en Costos	Al tener algunos años en el sector de la construcción y al ser clientes frecuentes ; los proveedores venden los materiales a un precio más bajo ,además la Empresa cuenta con procesos de control en todas las fases de construcción garantizando eficiencia y optimización de costos ,lo que permite ofrecer un producto de calidad a un bajo costo
3	Diferenciación	La empresa pretende conseguir una ventaja competitiva importante mediante la diferenciación de personas, al contratar y capacitar mejor al personal de ventas que sus competidores. Los compradores podrían percibir una diferencia basada en la diferenciación por imagen de la empresa o de la marca.
4	Enfoque o Alta Segmentación	Enfoque en un solo nicho de mercado- Segmento Medio Típico

Elaborado por Alejandra Galarza



CAPÍTULO 6

ESTRATEGIA FINANCIERA



6 ANÁLISIS FINANCIERO

6.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

La estructura financiera del proyecto es la siguiente:

CUADRO 6-1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

Item	PONTEVEDRA Estructura Financiera		
	1	VENTAS TOTALES	\$ 2,657,475
2	COSTO TOTAL	\$ 2,215,489	
3	TERRENO	\$ 265,000	12%
4	COSTO DIRECTO	\$1,394,860.50	63%
5	COSTO INDIRECTO	\$ 555,628	25%
6	MARGEN	20%	100%

Elaborado por Alejandra Galarza

- La incidencia del costo del terreno (12%) respecto a la inversión del proyecto, se encuentra dentro del rango respecto a proyectos similares, considerando la ubicación del proyecto (11% al 15%).
- Los costos directos (63%) respecto al costo total se enmarca dentro del rango promedio referente a proyectos de similares características (60% al 70%).
- Los costos indirectos (25%), respecto a la inversión del Proyecto se encuentra dentro del rango comparado con proyectos similares (20% al 25%).

Con relación a los rubros del presupuesto de construcción, se estima que estos se hallan ligeramente bajos dentro del mercado inmobiliario, considerando las características constructivas, servicio y equipamiento del conjunto, obteniendo como costo Directo de



Construcción por m2 de área útil (obtenida del Acta de Registro de Planos Arquitectónicos) el valor de USD **330/m2**.

Se realizaron ajustes al presupuesto, cabe recalcar que la constructora obtiene descuentos con algunos de sus proveedores.

El detalle de los ingresos y egresos se encuentra en el Anexo No.5

CUADRO 6-2 ANÁLISIS ESTÁTICO DE INGRESOS Y EGRESOS SIN FINANCIAMIENTO

PONTEVEDRA		
Item	Ventas Estimadas	
1	Área m2	\$ 135.00
2	Valor m2	\$ 635.00
3	Unidades	\$ 31.00
4	Precio Total	\$ 85,725.00
5	Ventas totales	\$ 2,657,475.00

Elaborado por Alejandra Galarza

Supuestos:

- Las ventas se establecerán de acuerdo a la velocidad descrita en el Flujo de Ingresos Base(ANEXO No. 6)
- El tiempo que dura el proyecto es de 22 meses a partir de octubre del 2009.
- El tiempo de construcción dura 18 meses.
- Se ha utilizado un precio promedio por m2 y áreas exactas de acuerdo a la aprobación del municipio.
- Los precios se mantienen durante todo el proceso de construcción



- Se espera vender la totalidad de las casas en 19 meses a partir de que el estatus del proyecto se encuentra en anteproyecto, es decir antes del mes cero. Esto es por el posicionamiento en el mercado la Empresa Constructora lo que le permite empezar a vender incluso antes de empezar con las estrategias de comercialización.
- Se empieza con 7 ventas reales: 6 unidades de la primera etapa y 1 de la segunda etapa.
- En el valor de venta se incluyen dos parqueaderos.
- Al desarrollarse el proyecto en tres etapas se plantea empezar a vender las casas de la primera y segunda etapa y posteriormente las casas de la tercera etapa
- Se empieza vendiendo 6 casas de la primera etapa, las ventas de esta etapa se terminan en el mes 6.
- Las ventas de la segunda etapa empiezan en el mes 7 y terminan en el mes 12.
- Las ventas de la tercera etapa empiezan en el mes 12 y terminan en el mes 19.
- Se recibe el 10% de entrada, el 20% durante la construcción y el 70% en el momento de la entrega del bien inmueble.



CUADRO 6-3 CRONOGRAMA DE VENTAS DEL PROYECTO

MESES		Anteproyecto	oct-2009	nov-2009	dic-2009	ene-2010	feb-2010	mar-2010	abr-2010	May-2010	jun-2010	jul-2010	ago-2010	sep-2010	oct-2010	nov-2010	dic-2010	ene-2011	feb-2011	mar-2011
VIVIENDAS		-1	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
PLAN DE VENTAS	<i>U</i>			Inicio I			Inicio II			Inicio III					Fin I			Fin II		
<i>Preventas primera y segunda Etapa</i>	7																			
Disponibles	24																			
Primera Subetapa (12 Casas)	6	0	1	2	1	1	1													
Segunda Subetapa (9 Casas)	8	0						2	1	2	1	1	1							
Tercera Subetapa (10 Casas)	10	0											2	1	1	1	1	1	1	2
Total	31	0	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2
Total Acumulado		7	8	10	11	12	13	15	16	18	19	20	23	24	25	26	27	28	29	31

Elaborado por Alejandra Galarza

Durante todos los meses se vende entre una y dos unidades, se considera un comportamiento realista y conservador.

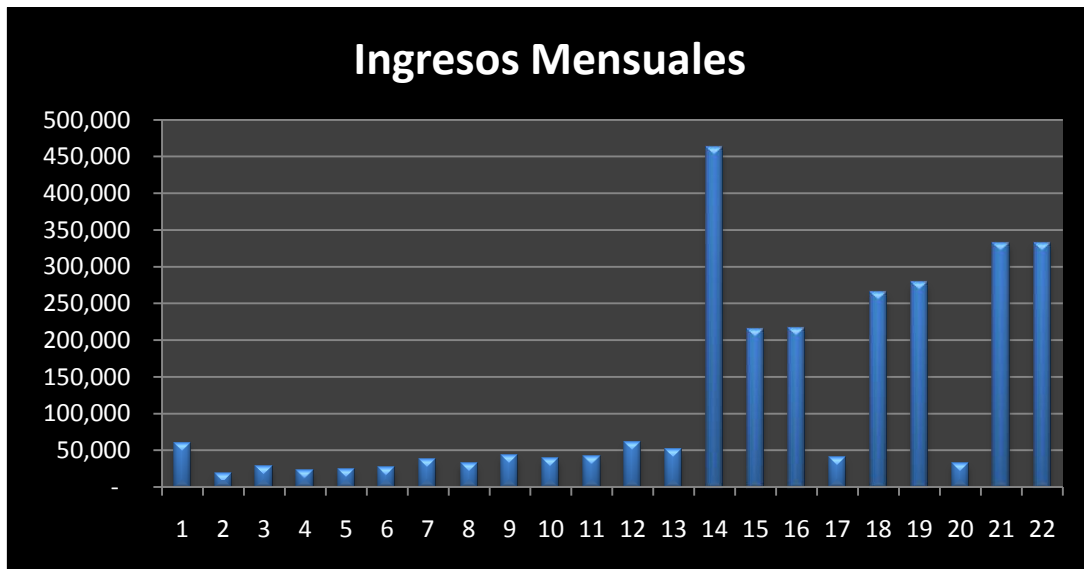


6.2 ANÁLISIS FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS PURO

6.2.1 INGRESOS

En el siguiente gráfico se observa los ingresos mensuales y acumulados que tendrá el proyecto.

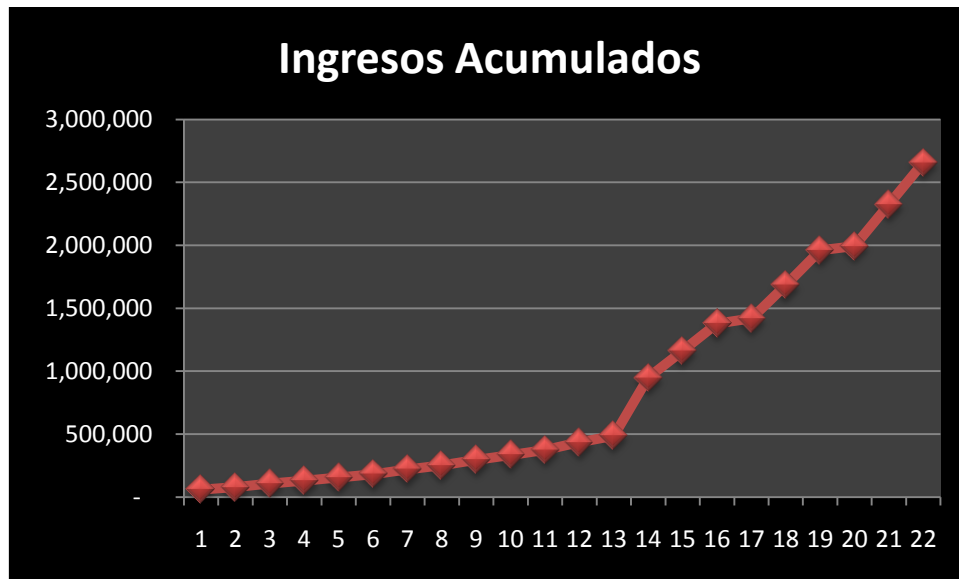
GRÁFICO 6-1 INGRESOS MENSUALES



Elaborado por Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-2 INGRESOS ACUMULADOS



Elaborado por Alejandra Galarza

Se puede observar que antes de empezar el proyecto ya se tienen preventas, el ingreso más representativo es en el mes 14 porque se entregan 7 unidades de vivienda y se reciben ingresos de \$ 462.624, a partir de este mes se empieza a generar mayores ingresos por concepto de las entregas.

6.2.2 EGRESOS

CUADRO 6-4 EGRESOS ESTIMADOS

PONTEVEDRA			
Item	Costos Estimados		
1	TERRENO	265,000	12%
2	COSTO DIRECTO	1,394,860.50	63%
3	COSTO INDIRECTO	555,628	25%
TOTAL		\$ 2,215,489	100%

Elaborado por: Alejandra Galarza



Supuestos:

- Se realiza el proyecto sin apalancamiento por lo tanto no existen gastos financieros, el terreno se paga en el primer mes y no existe aporte por parte de los promotores.
- Según el cuadro de egresos detallado en el Anexo No. 5 antes de empezar el proyecto se realiza un egreso de \$ 325.332 incluido el terreno

CUADRO 6-5 COSTOS INICIALES

PONTEVEDRA COSTOS INICIALES		
<i>COSTO DE TERRENO</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>Ejecutado</i>
	265,000.00	265,000.00
PLANIFICACION		
2.1 Proyecto Urbano-Arquitectónico	41,845.82	
2.2 Diseño Hidro-Sanitario	4,184.58	
2.3 Diseño Eléctrico-Telefónico	8,327.73	
2.4 Estudios de Suelos	4,184.58	89.00
2.5 Levantamiento Topográfico	2,789.72	
2.6 Cálculo Estructural	4,184.58	3,605.00
2.7 Declaración propiedad horizontal	8,369.16	
2.8 Fotocopias Planos y Varios	418.46	
2.9 Diseño Interior	697.43	
SUBTOTAL	75,002.06	3,694.00
CONSTRUCCION y URBANIZACION		
3.1 Viviendas	1,381,050.00	
3.2 Postventa	13,810.50	
SUBTOTAL	1,394,860.50	0.00
INDIRECTOS		
4.1 Cuerpo de Bomberos	1,394.86	
4.2 Colegio de Arquitectos (Planificación)	1,394.86	
4.3 Impuestos Aprobación (Municipio)	2,789.72	937.00
4.4 Fondo de Garantía (Póliza)	2,307.00	



4.5 Servicios	2,300.00	322.00
4.6 Impuestos EMAAP Matriz	1,394.86	
4.7 Empresa Eléctrica (Obra)	2,299.00	
4.8 Seguridad	1,394.86	600.00
4.9 Acometida ANDINATEL	2,789.72	
4.10 Impuesto Predial	2,231.78	255.00
4.11 Gastos Legales	1,394.86	550.00
4.12 Seguro Todo Riesgo	2,092.29	1,650.00
4.13 Gastos Varios	1,394.86	800.00
4.14 Condominios	1,000.00	
4.15 Patente y 1.5 x mil	15,241.37	
SUBTOTAL	41,420.04	5,114.00
OTROS INDIRECTOS		
5.1 Fiducia	2,240.00	
5.2 Fiducia variable	42,519.60	
5.3 Ventas	66,436.88	15,001.88
5.4 Gerencia de Proyecto	83,691.63	
5.5 Dirección Técnica	139,486.05	
5.6 Fiscalización	22,317.77	
5.7 Promoción y Publicidad	79,724.25	36,522.00
5.8 Estructuración Legal	2,789.72	
5.9 Gasto Financiero		0.00
SUBTOTAL	439,205.89	51,523.88
Totales	2,215,489	325,331.88

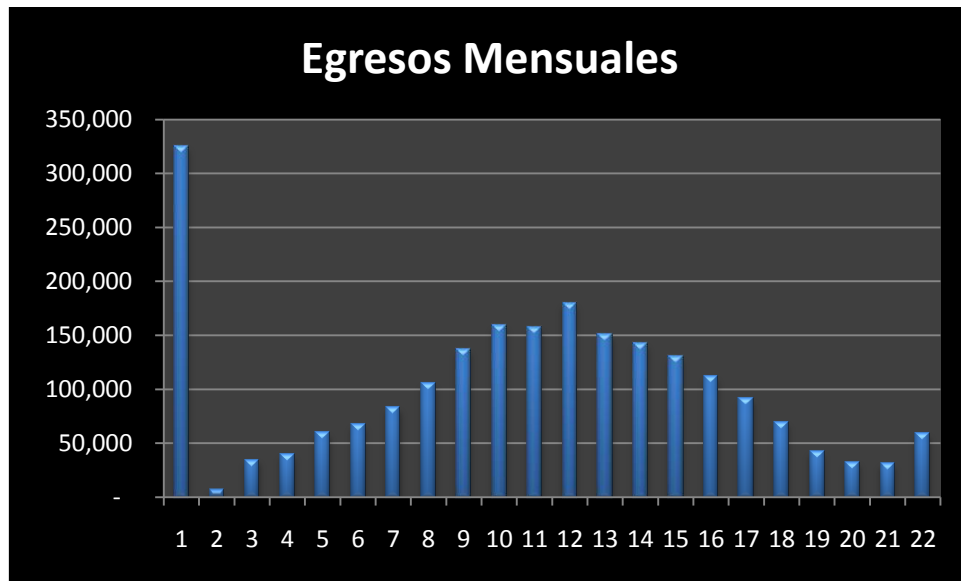
Elaborado por: Alejandra Galarza

- A partir del mes 1 se pagan costos directos de construcción según el cronograma valorado de obra (ANEXO No.5)



El gráfico. 6.3 Permite visualizar los egresos mensuales que tendrá el proyecto.

GRÁFICO 6-3 EGRESOS MENSUALES



Elaborado por: Alejandra Galarza

GRÁFICO 6-4 EGRESOS ACUMULADOS



Elaborado por: Alejandra Galarza



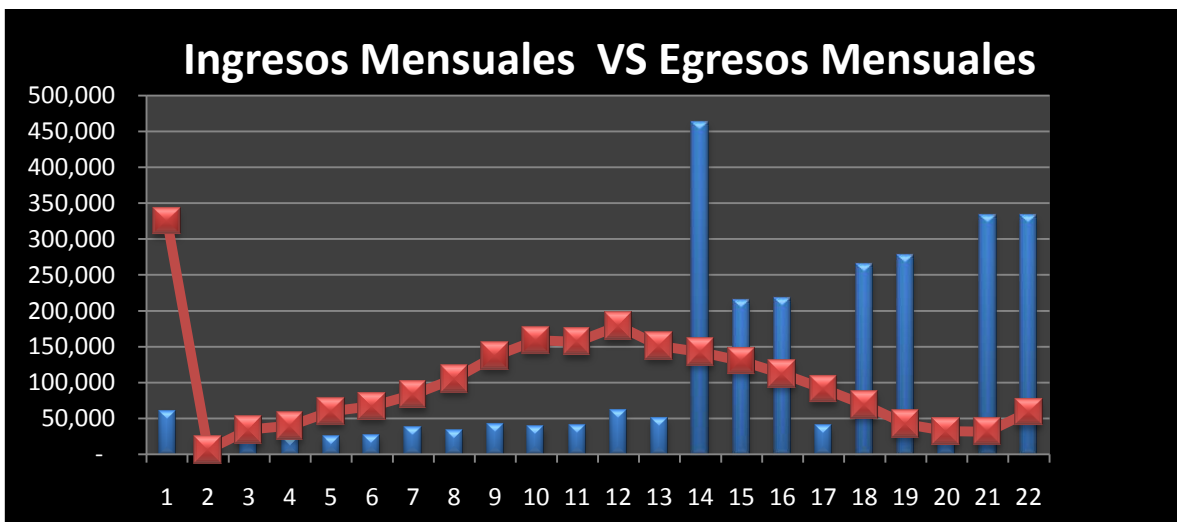
En el primer mes existe un egreso representativo ya que a parte de los preoperativos se paga el terreno en su totalidad, en el segundo mes los egresos disminuyen y a partir de este mes empiezan a crecer hasta el mes doce en el cual existe un egreso alto (\$179.020) por concepto de comisión por ventas ya que en este es el único mes que se venden tres unidades de vivienda, en este mes llega a \$ 6.429

A partir del mes doce los costos empiezan a disminuir, los egresos por concepto de comisiones se terminan en el mes diecinueve.

Los dos últimos meses los egresos corresponden básicamente al pago de costos indirectos (honorarios) por concepto de diseño hidrosanitario, diseño eléctrico, estudio de suelos, cálculo estructural levantamiento topográfico, dirección técnica De igual forma se realiza el pago de tasas e impuestos legales.

A continuación en el gráfico No. 6. 5se presenta la evolución de los Ingresos y Egresos del proyecto:

GRÁFICO 6-5 INGRESOS MENSUALES VS EGRESOS MENSUALES



Elaborado por: Alejandra Galarza



Se puede visualizar que en el primer mes los egresos son superiores a los ingresos por la inversión en el terreno pero a partir del mes 14 el flujo de ingresos es mayor al flujo de egresos ya que se entregan las unidades de la primera etapa y a partir de este mes se empieza a recibir flujo por concepto de créditos hipotecarios.

Como se mencionó durante casi toda la etapa de construcción el flujo de ingresos no cubre los egresos por lo cual es necesario contar con un apalancamiento financiero y con aporte de los promotores.

6.2.3 UTILIDAD ESTIMADA

CUADRO 6-6 UTILIDAD ESTIMADA

Item	PONTEVEDRA UTILIDAD ESTIMADA	
1	VENTAS TOTALES	2,657,475
2	COSTO TOTAL	2,215,489
3	UTILIDAD ESTIMADA	441,986
4	MARGEN	20%

Elaborado por: Alejandra Galarza

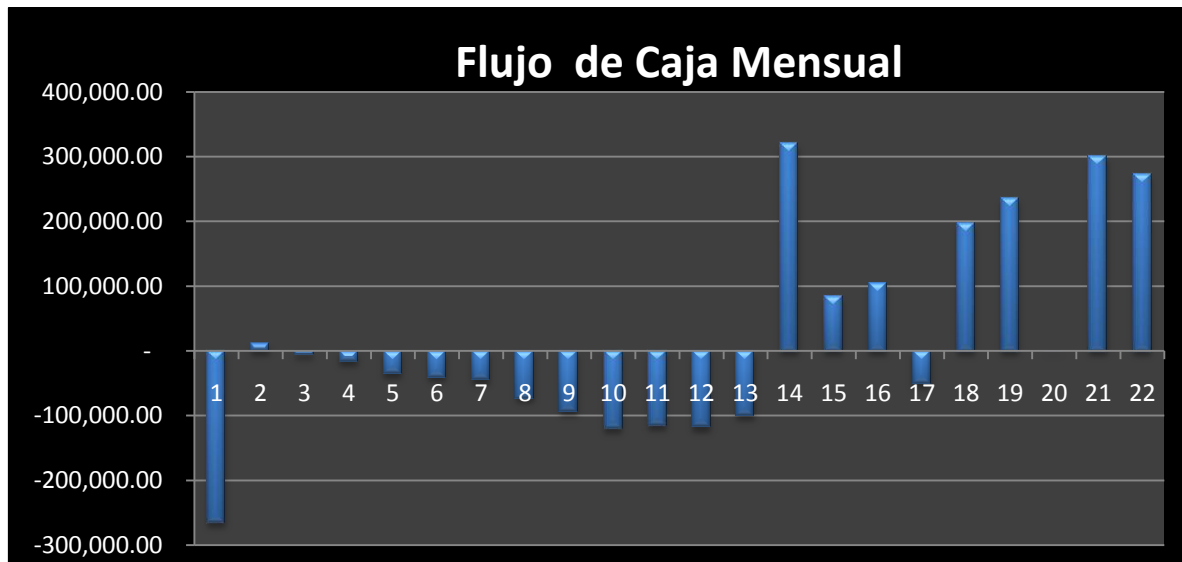
Con los ingresos por ventas y costos totales estimados, se obtiene una utilidad bruta esperada del proyecto de \$ 441. 986, con un margen del 20% (utilidad bruta sobre el total de costos).



6.2.4 ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO

A continuación en el gráfico No 6.6 se presenta el flujo de caja mensual y acumulado generado por el proyecto. En el ANEXO No. 7 se muestra el Flujo de Caja Base.

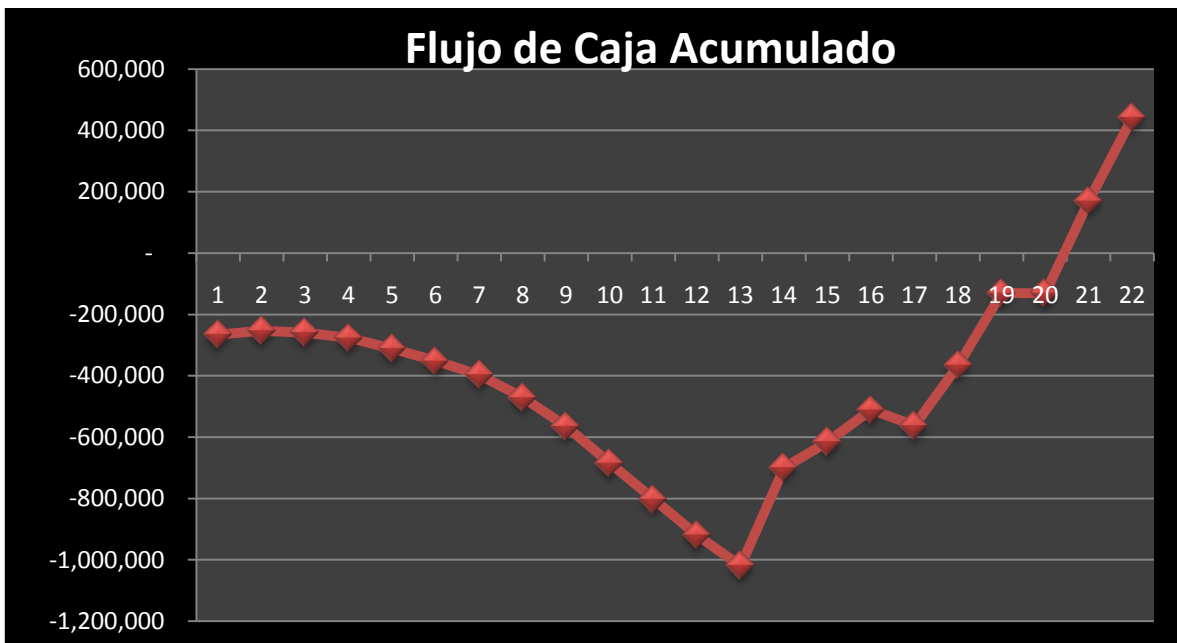
GRÁFICO 6-6 FLUJO DE CAJA MENSUAL



Elaborado por :Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-7 FLUJO DE CAJA ACUMULADO



Elaborado por: Alejandra Galarza

Se puede visualizar que hasta el mes trece el flujo de caja mensual es negativo, el valor más bajo en los flujo de caja acumulado es en el mes trece \$ 1, 019,830 por concepto de los costos directos ya que en este mes se está destinando recursos para las tres etapas simultáneamente. Además se empieza a gastar en acabados de la primera etapa. En el mes catorce el flujo es positivo ya que a partir de este mes se empiezan a entregar las viviendas. La inversión máxima requerida es de \$ 1,019,830.



6.3 ANÁLISIS DE INGRESOS Y EGRESOS CON FINANCIAMIENTO

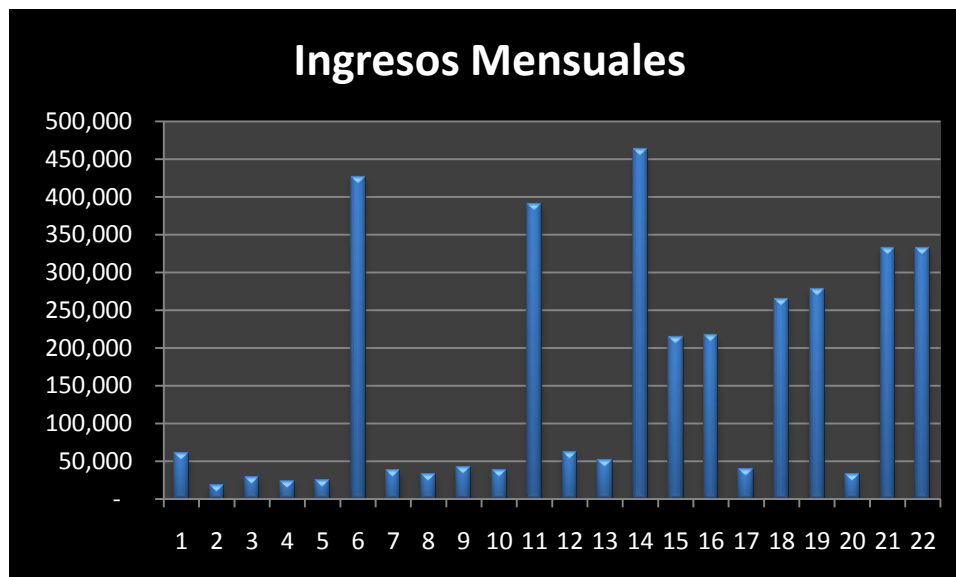
Es importante considerar que realmente el proyecto se va a realizar el proyecto con apalancamiento financiero y con aporte por parte de los promotores. Se presenta el Flujo de egresos en el ANEXO No.8.

6.3.1 INGRESOS

Supuestos:

- El terreno se paga al inicio de la construcción.
- Se solicita un crédito para la construcción de \$ 750.000 que representa el 34% del costo total del proyecto.

GRÁFICO 6-8 INGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-9 INGRESOS MENSUALES ACUMULADOS CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por Alejandra: Galarza

Como se puede observar en los gráficos en el mes seis y en el mes once se recibe el crédito del Banco, el primer desembolso es de \$ 400.000 y el segundo desembolso es de \$ 350.000.

6.3.2 EGRESOS.

CUADRO 6-7 COSTOS ESTIMADOS CON FINANCIAMIENTO

PONTEVEDRA			
Item	Costos Estimados con Financiamiento		
1	TERRENO	\$ 265,000	12%
2	COSTO DIRECTO	\$ 1,394,860.50	61%
3	COSTO INDIRECTO	\$ 615,030.15	27%
TOTAL		\$ 2,274,891	100%

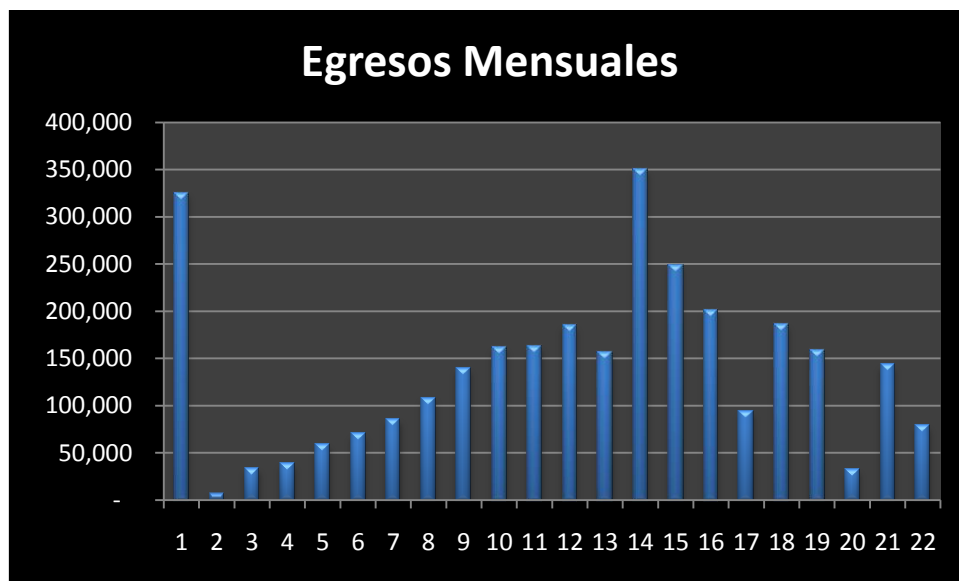
Elaborado por: Alejandra Galarza



Supuestos:

- Se calcula el costo financiero con una tasa del 11.20% lo que genera intereses por un monto de \$ 54.402.15 que se van pagando desde el primer desembolso que es en el mes seis hasta el mes veinte dónde se termina de pagar la deuda. Los intereses van disminuyendo a partir del mes catorce que se empieza a entregar las casas y parte de estos ingresos se destina al pago de la deuda, se ha calculado una alícuota de \$ 29.032 por casa liberada y entregada.

GRÁFICO 6-10 EGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-11 EGRESOS ACUMULADOS CON FINANCIAMIENTO

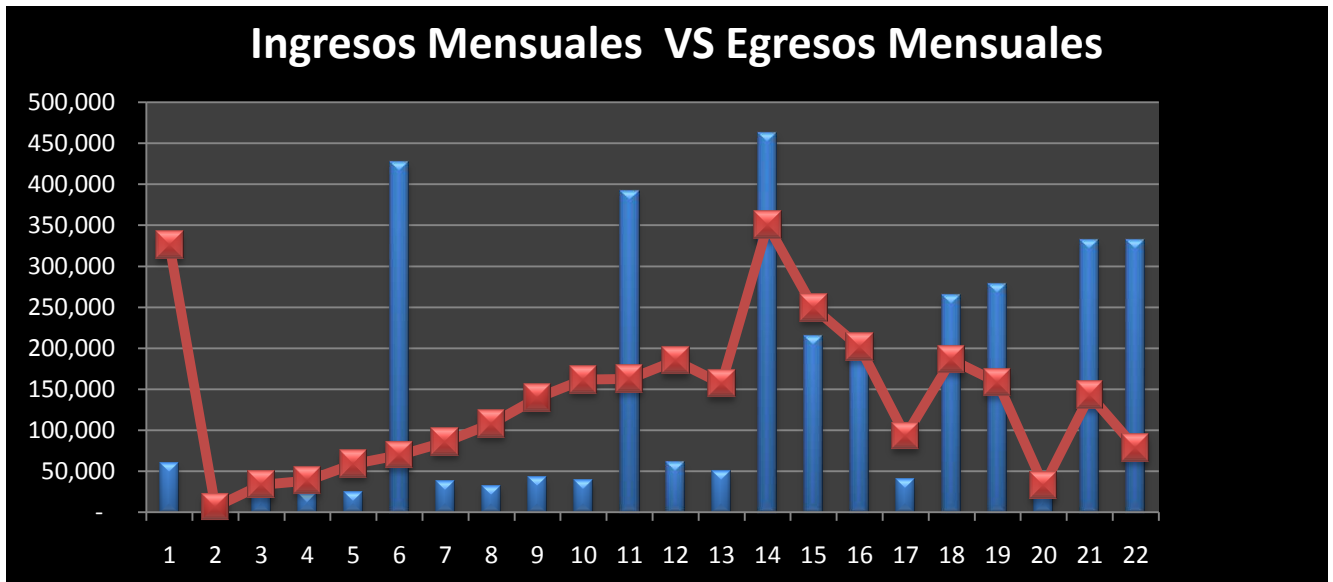


Elaborado por: Alejandra Galarza

Se puede observar que en el mes uno el egreso es alto ya que se cancela el terreno, a partir del mes catorce los valores son representativos ya que se empieza a pagar el capital de crédito. A continuación en el gráfico No 6.19 se presenta la evolución de los Ingresos y Egresos del proyecto con financiamiento y con aporte del promotor:



GRÁFICO 6-12 INGRESOS MENSUALES VS EGRESOS MENSUALES CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por :Alejandra Galarza

Los meses con flujo de ingresos representativos son en el mes seis, once por concepto del crédito y en el mes catorce porque se empieza a recibir flujo por concepto de créditos hipotecarios.

A partir del mes catorce se empieza a pagar el crédito con los ingresos recibidos por concepto de los créditos hipotecarios.



6.3.3 UTILIDAD ESTIMADA CON FINANCIAMIENTO.

CUADRO 6-8 UTILIDAD ESTIMADA CON FINANCIAMIENTO

Item	PONTEVEDRA	
	UTILIDAD ESTIMADA CON FINANCIAMIENTO	
1	VENTAS TOTALES	2,657,475
2	COSTO TOTAL	2,274,891
3	UTILIDAD ESTIMADA	382,584
4	MARGEN	17%

Elaborado por: Alejandra Galarza

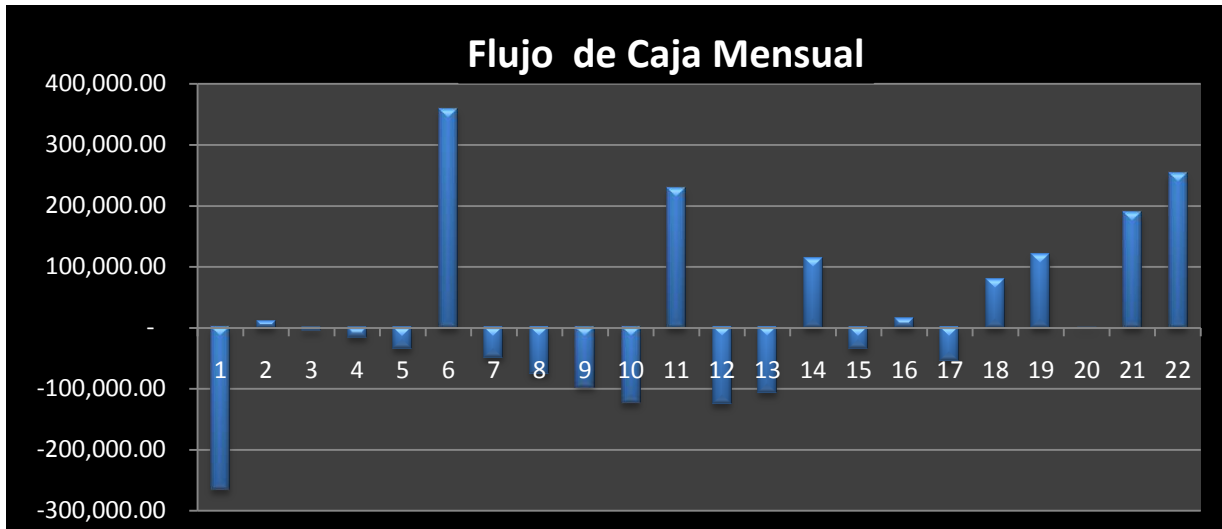
Con los ingresos por ventas y costos totales estimados, se obtiene una utilidad bruta esperada del proyecto de \$ 382.584, con un margen del 17% (utilidad bruta sobre el total de costos), inferior al margen sin financiamiento básicamente por el costo financiero.

6.3.4 ANÁLISIS DEL FLUJO DE CAJA MENSUAL Y ACUMULADO CON FINANCIAMIENTO.

A continuación en el gráfico No 6.13 se presenta el flujo de caja mensual y acumulada con financiamiento generado por el proyecto. El Flujo de caja con Financiamiento se presenta en el ANEXO No. 9

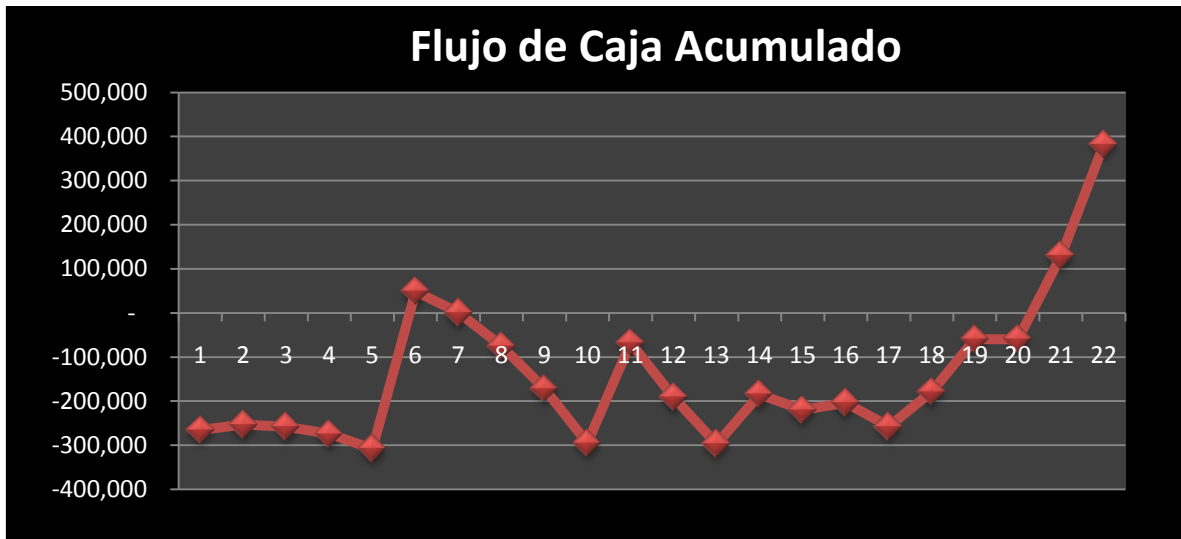


GRÁFICO 6-13 FLUJO DE CAJA MENSUAL DEL PROYECTO



Elaborado por: Alejandra Galarza

GRÁFICO 6-14 FLUJO DE CAJA ACUMULADO CON FINANCIAMIENTO



Elaborado por :Alejandra Galarza



Se puede visualizar que nueve de los veinte y dos meses existe flujo de caja mensual positivo, los otros meses el flujo es ligeramente negativo. En los otros meses el flujo es positivo por concepto del apalancamiento financiero.

La máxima inversión requerida es de \$ 307.979

6.4 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO.

CUADRO 6-9 PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO

PONTEVEDRA ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO				
INVERSION TOTAL	2,274,891	%	VENTAS	2,657,475
TERRENO	265,000	12%	canjes TERRENO (-)	0
COSTO DIRECTO	1,394,861	61%	canjes Materiales (-)	0
COSTO INDIRECTO	615,030	27%	canjes Honorarios (-)	0
			Ventas - canjes	2,657,475
			% de preventas sin canjes	42%
			Preventas sin canjes	1,114,425
			% A RECAUDAR EN OBRA	30%
INVERSION TOTAL	2,274,891		Preventas recaudadas en obra	334,328
TERRENO (-)	265,000	12%		
APORTE EN EFECTIVO (-)	557,000	24%		
CANJES TERRENO(-)		0%	Preventas Recaudadas - Monto a financiar (déficit de financiamiento)	-368,563
CANJES MATERIALES (-)		0%		
CANJES HONORARIOS (-)		0%		
CREDITO (-)	750,000	33%	CAPACIDAD DE PAGO	
MONTO A FINANCIAR CON PREVENTAS	702,891	31%	% a recaudar crédito vivienda	70%
			recaudación créditos	780,098
			Excedente (Crédito)	30,098
			índice de cobertura	1.0

Elaborado por Alejandra Galarza



En el cuadro se puede observar que el aporte del promotor representa el 37% de la inversión total, el crédito bancario de \$ 750.000 (34%), el nivel de preventas que el proyecto alcanza en el mes seis (42%) en el cuál recibe el primer desembolso del crédito.

Con esta estructura existe un desfase de financiamiento de \$ 309.161 que al ser un proyecto que se desarrolla por etapas este rubro se cubre a medida que incrementan las ventas y se entregan las viviendas, de esta forma el índice de cobertura exigido por el Banco va incrementando.

En el mes seis la Fiduciaria declara punto de equilibrio financiero.

6.5 DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO

Para poder evaluar la rentabilidad del proyecto se ha decidido utilizar una tasa de descuento del 25%. Esta tasa de descuento ha sido sugerida por el promotor ya que se ha manifestado que ese sería el rendimiento promedio esperado. En proyectos anteriores los rendimientos obtenidos para proyectos similares ha fluctuado entre el 20 y 25%.

Además se ha utilizado el Método CAMP, el cual utiliza indicadores de riesgo y de mercado de los Estados Unidos y se ha incorporado el riesgo país del Ecuador.

CUADRO 6-10 CÁLCULO TASA DE DESCUENTO.

TASA DE DESCUENTO	
Método Utilizados = CAPM	
Fórmula:	$R_a = R_f + (R_m - R_f) \beta_a$
VARIABLES	PORCENTAJES (%)
Rf (Tasa libre de riesgo)	2.65
Rm (Tasa de mercado)	17.40
(Rm - Rf)	14.75
β	0.72
Riesgo País	9.74
Tasa de descuento esperada	23.01 %

Elaborado por Alejandra Galarza



Considerando la estructura de financiamiento planteada para el proyecto y en entorno actual de la tasa activa en el mercado ecuatoriano; El Promotor ha decidido incrementar la exigencia al proyecto, utilizando una tasa de descuento del 25%.

6.6 ANÁLISIS DEL VAN

Considerando los supuestos establecidos en el Flujo de Caja Puro y con Financiamiento se tiene como resultado los siguientes indicadores:

CUADRO 6-11 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

PONTEVEDRA ANÁLISIS DE RENTABILIDAD	
Flujos	VAN
Puro	\$ 198,745.22
Con Financiamiento	\$232,198,72

Elaborado por: Alejandra Galarza

El Flujo Puro genera un VAN positivo por lo tanto el proyecto es rentable, considerando financiamiento el proyecto genera un VAN superior.

6.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y RIESGOS.

Se ha considerado tres variables a las cuáles el proyecto es vulnerable:

- Precio m²
- Costos
- Plazo en la recuperación de ventas



Precios

Se realizó una sensibilización considerando una disminución del 2% al 22 %. En este caso la disminución del gasto promoción disminuye proporcionalmente.

No se realizó un escenario optimista ya que si se incrementan los precios sobre los supuestos base, esto mejoraría indudablemente los indicadores analizados.

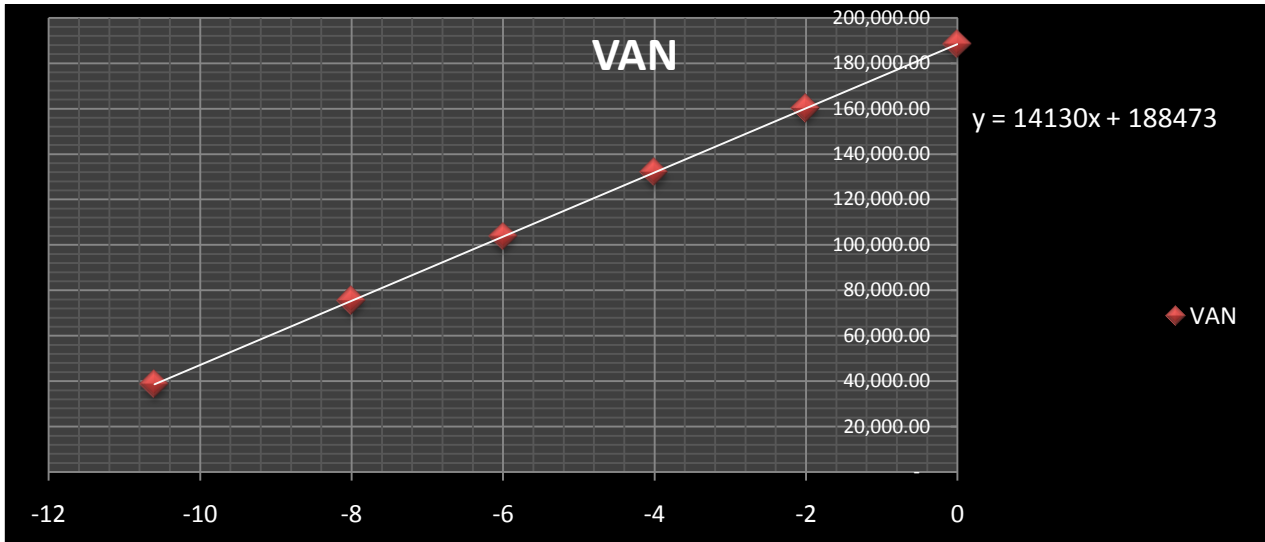
CUADRO 6-12 SENSIBILIDAD DE PRECIOS

PONTEVEDRA SENSIBILIDAD PRECIOS	
% Disminución Precios	VAN
0	188,472.59
2	160,213.49
4	131,954.39
6	103,695.28
8	75,436.18
10	38,682.13
12	18,917.97
14	- 9,341.13
16	- 37,600.23
18	- 65,859.33
20	- 94,118.44
22	- 122,377.54

Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-15 VARIACIÓN VAN CON SENSIBILIDAD DE PRECIOS DE VENTA



Elaborado por: Alejandra Galarza

Conclusión: El proyecto no es rentable a partir de una disminución en el 14% de los precios de venta de las casas ya que el VAN se vuelve negativo. La ecuación de la pendiente nos indica que por cada 1% en la disminución de precios el VAN decrece en \$14.130. El proyecto es poco sensible a la disminución en los precios de venta.

Costos:

Se realizó sensibilidades con los costos directos, se consideraron escenarios pesimistas, asumiendo incremento en los precios del 2 al 32%.

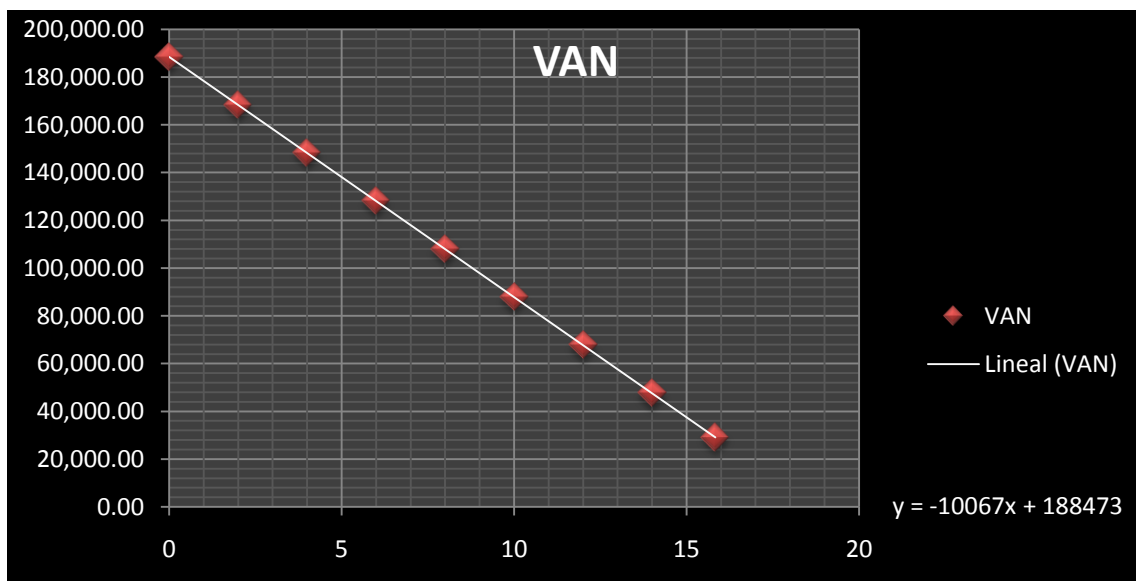


CUADRO 6-13 SENSIBILIDAD DE COSTOS DIRECTOS

PONTEVEDRA SENSIBILIDAD COSTOS DIRECTOS	
% Incremento Costos	VAN
0	188,472.59
2	168,339.54
4	148,206.48
6	128,073.42
8	107,940.37
10	87,807.31
12	67,674.25
14	47,541.20
16	29,097.26
18	7,275.09
20	- 12,857.97
22	- 32,991.03

Elaborado por: Alejandra Galarza

GRÁFICO 6-16 VARIACIÓN VAN CON SENSIBILIDAD DE COSTOS



Elaborado por: Alejandra Galarza



Conclusión: El proyecto deja de ser rentable cuando en el VAN se vuelve negativo con un aumento de 20% en los costos directos. El gráfico nos está indicando que por cada 1% en el aumento de costos directos de construcción el VAN cae en \$10.067. Se podría concluir que el proyecto es poco sensible a un aumento de costos.

Aumento en el plazo de Recuperación de Ventas

Se sensibilizó en flujo de caja base ante variaciones en la velocidad de ventas de las unidades construidas.

Loa que se realizó es incrementar los plazos de venta para ver las variaciones del VAN.

CUADRO 6-14 SENSIBILIDAD VELOCIDAD DE VENTAS

PONTEVEDRA VAN DE ACUERDO AL AUMENTO EN EL PLAZO DE RECUPERACIÓN	
Incremento Plazo	VAN
21	160,783.13
25	136,919.67
29	110,512.80
33	77,033.80
37	39,637.73
41	- 59,197.92
45	- 59,197.92
49	- 196,624.58
53	- 409,246.96
57	- 493,176.85
61	- 566,099.54

Elaborado por: Alejandra Galarza



GRÁFICO 6-17 VARIACIÓN VAN CON AUMENTO EN EL PLAZO DE RECUPERACIÓN DE VENTAS



Elaborado por: Alejandra Galarza

Conclusiones: Se puede vender en un período de ventas de hasta el mes 37 obteniendo un VAN de 39.637. 73. A partir del mes 41 el proyecto ya no es rentable debido a que obtenemos un VAN negativo. Por cada mes de retraso en las ventas, el VAN disminuye en \$ 19.836. El proyecto es poco sensible a la incremento del plazo en las ventas.



6.8 CONCLUSIONES ANÁLISIS FINANCIERO

A continuación se presenta un extracto del capítulo Financiero que permite visualizar la situación financiera del proyecto.

CUADRO 6-15 EXTRACTO ANÁLISIS FINANCIERO

ANÁLISIS FINANCIERO			CONJUNTO PRIVADO PONTEVEDRA	
ESTRUCTURA DE COSTOS			COMENTARIOS	
Terreno	12%	265,000.00	Dentro del rango considerando proyectos similares (11 al 15 %)	
Costos Directos	63%	1,381,050	Bajo el promedio considerando proyectos similares (60 al 70%)	
Costos Indirectos	25%	555,628	Por encima del proyecto considerando proyectos similares (20 al 25%)	
TOTAL EGRESOS		2,215,488.60		
RENDIMIENTO				
INGRESOS		2,657,475.00		
EGRESOS		2,215,488.60		
UTILIDAD		441,986.40		
MARGEN		20%	Margen de Utilidad acorde considerando proyectos similares	
TASA DE DESCUENTO		25%	Sugerida por el promotor , considerando rendimientos obtenidos en proyectos similares	
VAN PURO		198,745.22	VAN Positivo por tanto se acepta la ejecución del proyecto	
VAN CON FINANCIAMIENTO		232,198.72	Se obtiene más rentabilidad cuando el proyecto está apalancado con aporte de los socios y con crédito bancario	



PUNTO DE EQUILIBRIO	% sobre el costo	Montos	
Aporte inicial socios terreno	12%	265,000.00	El terreno se encuentra aportado y a nombre del fideicomiso. Existe una obligación que se cancela al final de la construcción :Mes 22
Monto Preventas actual	74%	1,628,775.00	Indica el éxito comercial del proyecto , velocidad de ventas acorde al mercado
Flujo de ventas - correspondiente al efectivo a recibir durante la construcción (con promesas)	36%	797,242.50	Flujo que permite cubrir los desfases del flujo
Flujo a recibir una vez entregadas las viviendas	84%	1,860,232.50	De acuerdo a la política de ventas, el 30% de entrada y el 70% contra entrega.
LINEA DE CREDITO	34%	750,000.00	Representa la tercera parte del costo del proyecto , permite cubrir los desfases del proyecto y además apunta a que el proyecto alcance el punto de equilibrio
LINEA DE CREDITO			
Valor			750,000.00
Porcentaje de costos directos			61.68%
Porcentaje de costo total			33.85%



STATUS VENTAS

Detalle	#
Unidades Vendidas a junio 2010	19
Unidades por Vender	12
Total Unidades	31

%
61.29%
38.71%
100.00%

Período de Construcción: 22 meses

Período de Ventas: 19 meses

Desde el Ante proyecto hasta la liquidación del Fideicomiso ,el tiempo está adecuado, aunque se podría disminuir plazo optimizando costos y generando más ingresos

Plazo acorde considerando proyectos similares , es una estrategia conservadora.

Ingresos Representativos

Meses : 6 ,11 ,14 , 21 y 22

En estos meses se recibe el crédito bancario a partir del mes 14 se recibe el 70% de las unidades entregadas

Egresos Representativos

Meses: 14 , 15 , 16 , 18 ,19 y 22

En estos meses se empieza a precancelar las casas, con las subrogaciones del crédito hipotecario. En el mes 22 se cancela el 79% del valor del terreno.

Flujo de Caja Operativo

En la mayoría de los meses los ingresos superan a los egresos lo que genera un flujo de caja operativo positivo que permite el óptimo desarrollo del proyecto cubriendo todas las necesidades de efectivo.

SENSIBILIDAD

Precio : Disminución desde el 2% hasta el 22% del precio de venta

El proyecto es poco sensible a la disminución de precios, con una disminución del 14% en los precios de venta el VAN empieza a ser negativo.

Costos: Incremento desde el 2% hasta el 32% del costo directo

El proyecto es poco sensible al incremento de costos, con un aumento de 20% en los costos directos el VAN empieza a ser negativo.

Velocidad de Ventas: incremento del plazo de ventas desde 21 meses hasta 61 meses. El plazo que se plantea en el flujo base es de 19 meses

Se puede alargar el período de ventas hasta el mes 37 obteniendo un VAN de 39.637. 73. A partir del mes 41 el proyecto ya no es rentable



CAPÍTULO 7

ESTRATEGIA LEGAL



7 ESTRATEGIA LEGAL

El componente legal es indispensable para todos los partícipes de un proyecto inmobiliario, el objetivo es que cada uno de ellos cumpla sus expectativas salvaguardando sus intereses.

En el proceso legal se debe definir varias etapas:

- **Etapla preliminar:** Definición del esquema legal a utilizar, por ejemplo Fideicomiso Integral Inmobiliario, Asociación de Cuentas en Participación, suscripción de un convenio privado, elaboración de estudios técnicos, estudios de factibilidad financiera y de mercado, permisos legales, arranque de preventas, etc.
- **Etapla de Construcción:** incluye la construcción del proyecto inmobiliario
- **Etapla de Liquidación:** Entrega de las unidades de vivienda por medio de la escrituración, además se liquida el esquema legal utilizado.

7.1 PROMOTORES DEL PROYECTO.

El Grupo Promotor del Proyecto Pontevedra está conformado por los siguientes partícipes:

Propietarios del terreno: Terceros a los promotores

Promotores inversionistas: Constructora Romero & Pazmiño conformada por sus socios Alejandro Pazmiño y Javier Romero.

Constructores: Romero & Pazmiño Ingeniería Inmobiliaria.



7.2 FIDEICOMISO INMOBILIARIO INTEGRAL

Para el desarrollo del proyecto inmobiliario Pontevedra se constituyó un Fideicomiso Inmobiliario Integral con Fondos Pichincha para seguridad de todos los partícipes y para una adecuada administración del proyecto.

Un negocio fiduciario es un acto de confianza en virtud del cual una persona entrega uno o más bienes determinados, transfiriendo o no la propiedad de los mismos, para que la Fiduciaria los administre cumpliendo una finalidad específica, bien sea en beneficio del mismo constituyente o de un tercero llamado beneficiario.

En Fideicomiso Inmobiliario Integral es aquel fideicomiso al cual el constituyente tradente transfiere un bien inmueble y el constituyente promotor transfiere recursos financieros para que la Fiduciaria los administre con la finalidad de desarrollar un proyecto inmobiliario, de acuerdo con las instrucciones señaladas en el contrato, transfiriendo al final del proceso los bienes inmuebles construidos a quienes resulten beneficiarios.

7.2.1 PARTICIPES DEL FIDEICOMISO

- **Constituyentes del Fideicomiso:** Lo conforman el propietario del terreno y los promotores.
- **Fiduciaria:** Fondos Pichincha
- **Beneficiarios Principales:** Dueños del terreno, Grupo Promotor.
- **Beneficiario Acreedor:** Banco Promérica quién es el que otorga la línea de crédito para la construcción del proyecto.
- **Promitentes compradores:** Corresponden a las personas naturales o jurídicas interesadas en las unidades de vivienda, que adquieren el derecho a recibir la unidad o las unidades de vivienda que correspondan.
- **Junta del Fideicomiso:** Está conformada por los promotores del proyecto, el administrador fiduciario y delegados suplentes de estos, cada uno con derecho a



voz y voto. la Fiduciaria actúa como secretaria en la junta y no tiene derecho a voto pero sí a veto en caso de considerar que algunas decisiones puedan afectar a terceros.

7.2.2 CARACTERÍSTICAS

- Fondos Pichincha administra todos los recursos para la construcción del proyecto Pontevedra, brindando transparencia e independencia entre promotores, beneficiarios y partícipes del proyecto.
- Al fideicomiso se transfiere la propiedad del inmueble donde se desarrollará el proyecto inmobiliario, con el fin de precautelar los intereses de los promotores y beneficiarios.
- Se realiza el aporte de los recursos, estudios, planos, etc. por parte de los constituyentes promotores.
- Al ser el Fideicomiso quien recibe y administra los recursos, se facilita el manejo eficiente de los recursos en los proyectos inmobiliarios a través de controles permanentes.
- La figura del fideicomiso inmobiliario integral es un instrumento que brinda seguridad al acreedor.

7.2.3 ETAPAS DEL FIDEICOMISO INMOBILIARIO INTEGRAL

Etapas Preliminar: La Primera etapa es el período preoperativo donde se realizan las preventas hasta alcanzar el punto de inicio, el cual está determinado por contar con los permisos legales necesarios, tener lista la parte técnica y haber alcanzado el punto de equilibrio financiero para poder empezar la construcción del proyecto.



Durante esta etapa los dineros percibidos por concepto de preventas se mantienen invertidos por la Fiduciaria y no son aplicados en las obras de construcción.

- **Punto de Equilibrio:** La Fiduciaria declara tres puntos de equilibrio: Técnico, legal y financiero. El punto de equilibrio técnico consiste en contar con los debidos estudios técnicos que permitan el desarrollo del proyecto.

El punto de equilibrio legal se declara en el momento que se cuenta con los respectivos permisos y aprobaciones legales.

El punto de equilibrio financiero es el más crítico y se alcanza cuando se ha logrado un adecuado nivel de preventas, aporte de los promotores o el financiamiento de una entidad financiera.

En el evento de no alcanzar el punto de equilibrio en el plazo fijado en el contrato del Fideicomiso, se devuelve a los promitentes compradores de las unidades inmobiliarias, los recursos entregados más los rendimientos logrados y al dueño del terreno se le restituye nuevamente el terreno.

El proyecto Pontevedra empezó su etapa preliminar en octubre del 2009 y terminó esta fase en el mes seis (febrero 2010), es decir en esta fecha se declaró punto de equilibrio ya que La Constructora Romero & Pazmiño cumplió con lo siguiente:

- Inscripción y registro del fideicomiso en el Registro de la Propiedad.
- Aprobación y autorización de planos y obtención del permiso de construcción y otros.
- Planos estructurales, sanitarios y eléctricos, registrados en el cuerpo de bomberos de Quito.
- Inicio del trámite para obtener la declaratoria de propiedad horizontal.



- Cumplimiento del punto de equilibrio financiero ya que a esta fecha existía el 42% de preventas, esto es \$ 1, 114,425, aporte en efectivo de los promotores \$ 557,000 y el crédito por parte del Banco Promérica de \$750,000.

Etapa Operativa o de Construcción: Una vez alcanzado el punto de equilibrio comienza la etapa operativa donde los dineros de los compradores, el aporte de los promotores y el crédito percibido por el Banco Promérica, comienzan a ser invertidos en el proyecto, previa revisión y aprobación por parte del fiscalizador del proyecto quién se constituye en el soporte de la Fiduciaria para controlar el gasto y la debida utilización de los dineros.

De acuerdo al cronograma, esta etapa arranca en el mes seis (Febrero 2010 y termina en el mes 20 que se termina de construir la tercera etapa del proyecto Pontevedra (Abril del 2011).

Etapa de liquidación: La última etapa es la de liquidación, donde una vez finalizado el proyecto de construcción y entregadas las unidades habitacionales a quiénes la adquirieron, se procede a liquidar el Fideicomiso. Se procede a liquidar los contratos con cada uno de los proveedores y equipo de soporte técnico , a restituir a los promotores los remanentes que genere el proyecto , además se procede a cerrar el RUC (Registro Único de Contribuyentes) , según lo estipulado en el contrato constitutivo y a las normas de carácter general vigentes.

De acuerdo al cronograma, esta etapa arranca en el mes veintiuno (Mayo 2011 y termina en el mes 22 (Junio del 2011).



7.2.4 RESPONSABILIDADES DE LA FIDUCIARIA EN LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO PONTEVEDRA.

Las principales responsabilidades de la Fiduciaria (Fondos Pichincha) de acuerdo a la ley son las siguientes:⁴

1. Actuar como representante legal y mantener la titularidad jurídica del bien inmueble.
2. Recibir y registrar en el patrimonio autónomo, los bienes y recursos aportados por todos los partícipes del proyecto.
3. Aplicar los recursos del patrimonio autónomo, según las instrucciones que determine la Junta del Fideicomiso.
4. Administrar los recursos del patrimonio autónomo y los que reciban por las promesas de compraventa, según el cronograma, flujos y presupuesto del proyecto.
5. Abrir una cuenta corriente, a nombre del Fideicomiso para la administración de los recursos.
6. Vigilar las gestiones de comercialización del proyecto.
7. Elaborar y suscribir los respectivos contratos de reserva, promesa de compraventa y escritura de compraventa, de las unidades construidas.
8. No utilizar los recursos provenientes de las preventas, mientras no se llegue al punto de equilibrio. En el evento de no cumplirse el punto de equilibrio, restituir los recursos a los promitentes compradores, con los respectivos

⁴ Hernández V, Dayana , Tesis: Fiducia y Titularización Inmobiliaria como apoyo al Sector de la Construcción ,PUCE , 2003



- rendimientos generados (en alternativas conservadoras y no especulativas), restituir el bien inmueble, los aportes de los socios.
9. Contratar por parte del Fideicomiso al equipo de soporte técnico necesarios para el desarrollo del proyecto (Fiscalizador, Comercializador, Constructor, etc.).
 10. Suscribir la declaratoria de propiedad horizontal del proyecto, planos, permisos de construcción, contratos a cargo del constituyente promotor.
 11. Con los planos aprobados y permisos necesarios iniciar la obra.
 12. Los desembolsos al constructor se efectuarán bajo lo que determine la Junta del Fideicomiso. Previa la entrega del primer desembolso, el constructor entregará una garantía a favor del Fideicomiso.
 13. De instruirlo la Junta del Fideicomiso, contraer créditos pudiendo constituir garantías y gravámenes sobre los bienes del Fideicomiso.
 14. Por instrucción de la Junta del Fideicomiso, realizar inversiones con los recursos que reciba.
 15. Inscribir el Fideicomiso en el RMV y contratar auditoría externa (una vez al año)
 16. Una vez terminado y liquidado el proyecto, distribuir a los beneficiarios lo determinado en el contrato en la cláusula de Régimen de Beneficios.
 17. Liquidar y terminar el Fideicomiso de conformidad a lo establecido en el contrato.
 18. Liquidar y terminar el Fideicomiso de conformidad a lo establecido en el contrato.



7.2.5 VENTAJAS DE DESARROLLAR EL PROYECTO PONTEVEDRA CON FIDEICOMISO

- **Comercial:** El promotor no puede iniciar el proyecto hasta que tenga certeza de su éxito comercial; esto es generación de preventas.
- **Financiero:** Al efectuar preventas sabe con certeza que tendrán flujos de efectivo de ventas reales y no hipotéticas.

Adicionalmente sabe que es un requerimiento la aprobación de Línea de crédito para lograr el desarrollo de las obras

- **Legales:** 1.- Cuenta con el terrenos desde el inicio con lo que aísla la propiedad. 2.- Si se presenta algún obstáculo de última hora en los permisos legales, o se presentan dificultades técnicas, puede renunciar al negocio, sin ningún tipo de multa.

7.3 GARANTÍAS

Para la aprobación de la línea de crédito en el Banco Promérica se constituyó como garantía el lote del terreno más las edificaciones, se irán realizando liberaciones parciales de las unidades habitacionales con subrogaciones a la deuda que provienen de los créditos hipotecarios.

7.4 CONTRATOS CON PROFESIONALES:

Una vez que se constituyó el Fideicomiso, se procedió a suscribir los respectivos contratos, con los profesionales que conforman el equipo de soporte técnico del proyecto.



7.5 SEGUROS

Los seguros contratados por el Fideicomiso Pontevedra son los siguientes:

- Seguro contra todo riesgo para el proyecto, que incluye todos los posibles riesgos por accidentes o desastres naturales.
- Seguro de salud y vida para los obreros que participan en la construcción del edificio.

7.6 OTROS REQUISITOS LEGALES:

Una vez terminado el proyecto, la gerencia del proyecto es la responsable de conseguir el permiso de habitabilidad, la asignación de las alcúotas y la subrogación respectiva de los créditos otorgados.

El permiso de habitabilidad se obtiene una vez que se ha cumplido con todos los requerimientos legales y municipales y se devuelve el fondo de garantía entregado al municipio de Quito al momento de registrar los planos, para lo cual se solicita una revisión municipal en la cual se verifique el cumplimiento estricto a los planos aprobados y la obtención de los servicios básicos requeridos para las viviendas.

El cuadro de alcúotas es usado por parte de la entidad financiera que otorgó el crédito para hacer el traspaso de la hipoteca del terreno. Para generar el cuadro de alcúotas se toma como base el cuadro de áreas arquitectónico, bajo el esquema de propiedad horizontal, cada unidad de vivienda representa una cantidad de área frente a la totalidad del proyecto.

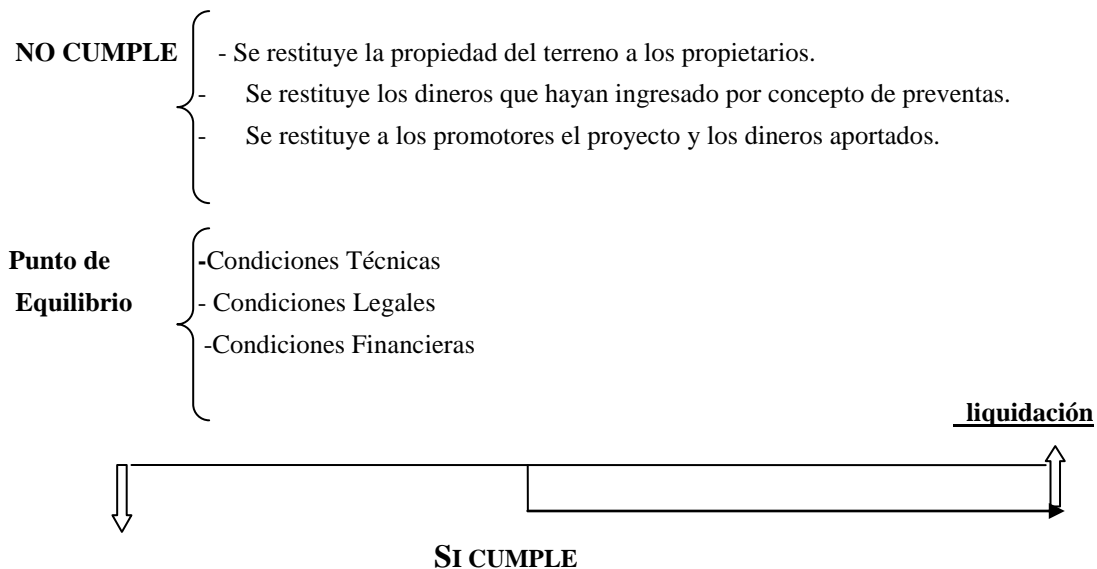


7.7 ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA Y CONTABLE:

Al ser administrado el proyecto Pontevedra por un Fideicomiso y considerando que éste es un sujeto pasivo de tributación, el Grupo Promotor ha decidido que la liquidación tributaria se realizará una vez concluido el proyecto. El esquema contable a utilizar es por precio fijo.

7.8 CONCLUSIONES:

El Proyecto Pontevedra ha avanzado con todos los trámites legales y para brindar seguridad, transparencia y confianza a todos los partícipes del proyecto inmobiliario se ha constituido un Fideicomiso Inmobiliario Integral con Fondos Pichincha. La operatividad del Fideicomiso Inmobiliario Integral es la siguiente:



Constitución del Fideicomiso

- Transferencia de la propiedad al Fideicomiso
- Revisión de presupuesto de obras y cronogramas para lo cual se requiere la presencia de la Fiscalización

Construcción

Junta del Fideicomiso

- Promotores
- Administrador Fiduciario.

Al momento ya se ha declarado punto de equilibrio en el proyecto Pontevedra



CUADRO 7-1 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO ÓPTIMO PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO			
PUNTO DE EQUILIBRIO LEGAL			
33% de preventas	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
33% Aporte de los promotores	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
33% crédito Bancario	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
PUNTO DE EQUILIBRIO LEGAL			
El terreno se encuentra aportado en el Patrimonio del Fideicomiso.	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
El terreno registra algún gravamen o impedimento legal.	<input type="checkbox"/>	Si	<input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
PUNTO DE EQUILIBRIO TÉCNICO			
Planos Aprobados.	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
Permiso de Construcción.	<input checked="" type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Trámite
Declaratoria de Propiedad Horizontal.	<input type="checkbox"/>	Si	<input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> Trámite

Elaborado por: Alejandra Galarza

El Fideicomiso Pontevedra se encuentra en la etapa operativa o de construcción, de acuerdo al cronograma la liquidación se realizará en los meses 21 y 22 (mayo y junio del 2011).

Es beneficioso que los promotores hayan escogido la Figura del Fideicomiso Inmobiliario Integral por las siguientes razones:

- **Constituye un mecanismo de seguridad y de confianza** para todos los involucrados en el proyecto.



- **Administración Profesional adecuada** por Fondos Pichincha , una de las Fiduciarias más importantes del país por su experiencia en hacer cumplir las disposiciones del contrato y en precautelar los intereses de las partes y en velar por los recursos del patrimonio autónomo
- **Es más seguro que otros convenios** , los contratos de asociación y la constitución de compañías , son otros mecanismos utilizados para desarrollar proyectos inmobiliarios .Sin embargo éstos han probado que no protegen adecuadamente los bienes y a las partes involucradas
- **Amplía las posibilidades de asociación,** facilita la asociación de múltiples partes, tales como propietarios de terrenos, inversionistas, promotores e instituciones del sistema financiero.
- **Mejora las relaciones comerciales,** sin perjuicio de que la imagen del Grupo Promotor Romero & Pazmiño sea fundamental en la gestión comercial, el Fideicomiso Mercantil posibilita una mayor aceptación por parte de los clientes, ya que estos serán los primeros beneficiados con la transparencia que éste brinda.



CAPÍTULO 8

GERENCIA DEL PROYECTO.



8 GERENCIA DEL PROYECTO

Para el desarrollo de este capítulo sea considerado guía el Project Management Institute (PMI, que constituye la base para una adecuada dirección y gerencia del proyecto inmobiliario Pontevedra.

8.1 ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO.

8.1.1 ANTECEDENTES

La constructora Romero & Pazmiño dio origen a la creación del proyecto inmobiliario Pontevedra, el proyecto se desarrollará a través de varias fases: prefactibilidad, planificación, ventas, construcción y cierre.

El equipo de soporte técnico está conformado por:

Arquitectura (Diseño ,Planificación y dirección	Arq. Roberto Villacreses
Construcción y Administración Técnica	Constructora Romero & Pazmiño
Promoción y Ventas	Constructora Romero & Pazmiño
Fiscalización	Placegé

Elaborado por: Alejandra Galarza

Todo el equipo formará parte del Fideicomiso Inmobiliario Integral administrado por Fondos Pichincha.



8.1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.

Objetivo General: Desarrollar y comercializar un proyecto de casas que ofrece a sus clientes comodidad, seguridad y satisfacción; logrando la maximización de las utilidades de los inversionistas.

Objetivos Organizacionales:

- Desarrollar un producto atractivo y diferenciado en el mercado
- Vender todas las unidades de vivienda a los precios y tiempos establecidos
- Cumplir con el cronograma de construcción y especificaciones técnicas
- Conformar un equipo de trabajo que contribuya al desarrollo exitoso del proyecto.
- Generar la utilidad esperada por los promotores.

Prioridades Organizacionales:

- Entregar el producto final
- Obtener un retorno de inversión mínima del 24%



8.2 GESTIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO.

8.2.1 DESCRIPCIÓN DEL ALCANCE DEL PRODUCTO

Desarrollar un conjunto habitacional ubicado en una zona en proceso de consolidación, ubicado en el Valle de los Chillos – Sector La Armenia.

El proyecto a desarrollarse comprende la construcción de 31 unidades de vivienda, las áreas de las casas son de 135 m².

El diseño del proyecto propone un estilo moderno, las viviendas son de tres pisos con altillo.

El confort y la comodidad acompañados de un moderno diseño y amplios espacios verdes y áreas comunales hacen de Pontevedra un lugar atractivo para vivir.

8.2.2 REQUISITOS DEL PROYECTO

- Cumplir con lo establecido en el IRM (Informe de Regulación Metropolitana del Municipio de Quito), estos es retiros, coeficiente de ocupación del suelo, coeficiente del uso del suelo, cantidad de pisos y metros cuadrados edificables en la zona, entre otros.
- Incluir en el proyecto acabado que satisfagan las necesidades del cliente.
- En la documentación de ventas se incluye toda la información necesaria acerca de las viviendas, casa tipo, especificaciones técnicas, el contrato del Fideicomiso, información acerca de la trayectoria que tiene Romero & Pazmiño.
- Todos los cambios solicitados por el cliente debe ser dirigido por escrito al Arquitecto, con copia al Gerente del Proyecto y a



la Fiduciaria, quiénes evalúan la solicitud y en caso de ser factible, darán una respuesta de manera oficial y por escrito , especificando las condiciones de dicho cambio.

8.2.3 LIMITES DEL PROYECTO

Límites Generales:

- No se iniciará la construcción del proyecto si el Fideicomiso no declara punto de equilibrio técnico, legal y financiero.

Límites del Personal:

- El equipo contratado debe cumplir con el trabajo delegado, dentro de los tiempos establecidos que permitan un óptimo desarrollo del proyecto.

Límites de Gasto:

- El proyecto deberá cumplir el presupuesto y flujo establecido , debe existir optimización en el uso de los recursos. Cualquier cambio deberá ser aprobado por la directiva del proyecto en la Junta del Fideicomiso.



8.2.4 PRODUCTOS ENTREGABLES DEL PROYECTO

Entregable Final: Los entregables constituyen las 31 casas con sus respectivos parqueaderos y bodegas, jardines, patios y los componentes de las áreas comunales.

Criterio de Finalización del Proyecto: El proyecto finaliza el momento en que todas las unidades de vivienda han sido entregadas a sus respectivos dueños. Para considerar entregado el proyecto, los documentos necesarios son los siguientes:

- ✓ Acta de entrega recepción, deberá estar suscrita por el cliente, fiduciaria, son constructor y fiscalizador.
- ✓ Acta de liquidación de todos los contratos que se hayan firmado durante la ejecución del proyecto.
- ✓ Rendición de cuentas de la Fiduciaria y escritura de liquidación del Fideicomiso.
- ✓ Permiso de habitabilidad y levantamiento de la garantía otorgado por el municipio.

Entregable Organizacional: Son todos los reportes de administración que deben ser presentados:

- ✓ Estudio de Factibilidad
- ✓ Informe mensual de ventas y cobranzas
- ✓ Declaración del punto de equilibrio fiduciario
- ✓ Informe mensual de construcción y fiscalización
- ✓ Informe mensual de administración legal y económica del proyecto



- ✓ Informe final sobre presupuesto, balance general , utilidades o pérdidas y liquidaciones.

8.2.5 RESTRICCIONES DEL PROYECTO

- Se debe cumplir con el presupuesto analizado en el capítulo financiero
- El desarrollo del proyecto se debe realizar por etapas, la etapa 1 finaliza en el mes 14, la etapa dos finaliza en el mes 16 y la etapa tres finaliza en el mes 20. Mientras menos tiempo tarde la construcción permite generar una mayor utilidad.
- No se podrá ir en contra de la ordenanza municipal.

8.2.6 RIESGOS DEL PROYECTO

- Incremento de precios en los materiales de construcción, que provoquen un desfase en el presupuesto estimado.
- Riesgo de mercado, que no se vendan las unidades de acuerdo al presupuesto de ventas.
- Riesgo Financiero, que no se cumpla el punto de equilibrio por falta de aporte o que no se apruebe el crédito para la construcción.
- Inestabilidad política y económica.



8.2.7 ASUNCIONES DEL PROYECTO

- Se alcanza el punto de equilibrio en el mes seis
- Relativa estabilidad económica y política.
- No existirá variación en los precios de los materiales.
- El periodo de construcción será de 20 meses contados a partir del anteproyecto.
- El mercado acepta el producto de una manera exitosa
- No existirán fuerzas climáticas o geográficas que afecten la construcción normal del proyecto.

8.2.8 HITOS DEL PROYECTO

CUADRO 8-1 HITOS DEL PROYECTO

HITOS DEL PROYECTO	
Acta de Constitución del Proyecto	Cumplido
Cronogramas Valorados	Cumplido
Fase de Factibilidad	Cumplido
Fase de Diseños	Cumplido
Fase de Ventas	19 meses
Fase de Construcción etapa I	12 meses
Comienzo entrega de unidades	mes 12
Fase de Construcción etapa II	12 meses
Fase de Construcción etapa III	12 meses
Final de la Construcción	20 meses
Cierre del proyecto	22 meses

Elaborado por: Alejandra Galarza



8.2.9 GESTIÓN DE COSTOS DEL PROYECTO

Los costos del proyecto se controlan a través del cronograma valorado y el informe de fiscalización para determinar el avance de obra.

Los costos del proyecto son los siguientes:

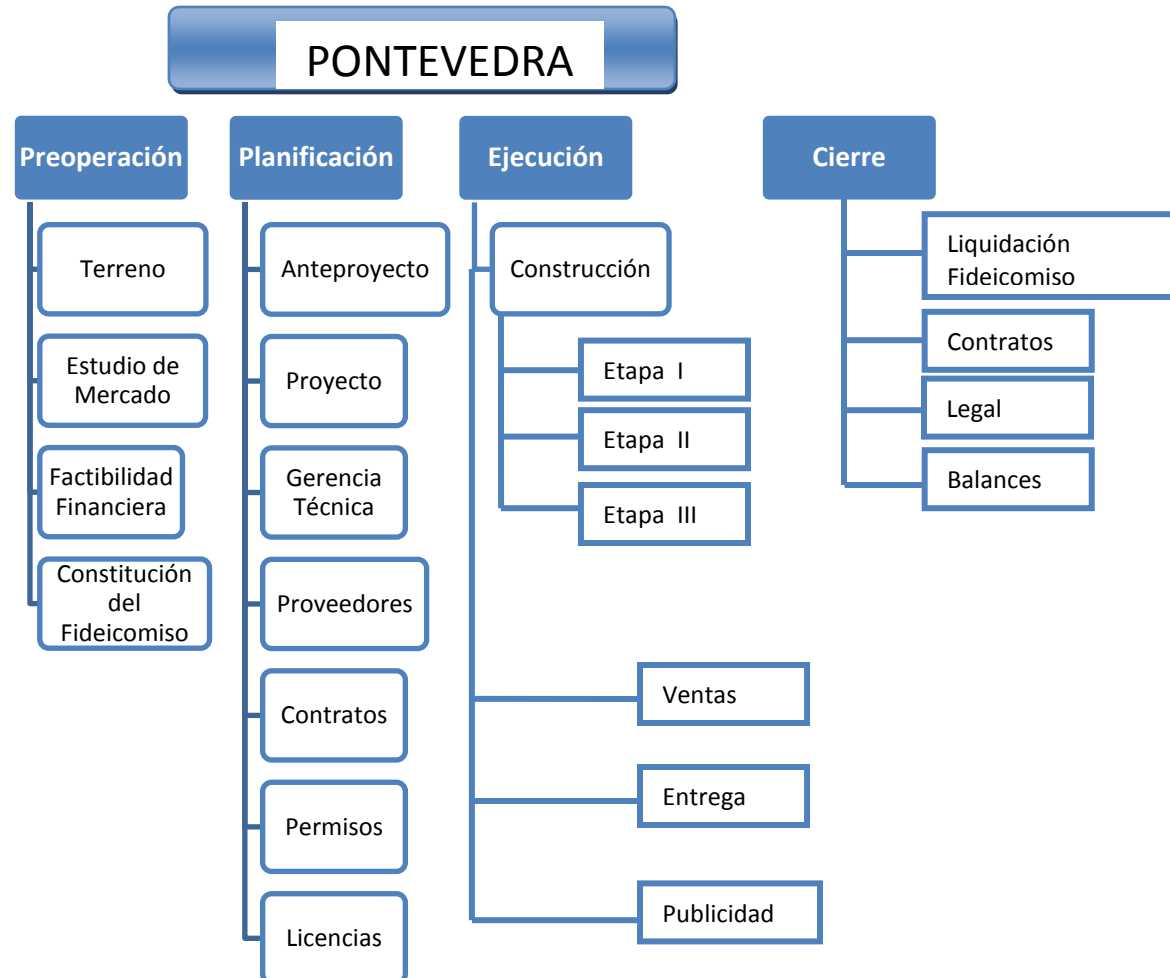
CUADRO 8-2 COSTOS DEL PROYECTO

PONTEVEDRA			
Item	Costos Estimados con Financiamiento		
1	TERRENO	\$ 265,000	12%
2	COSTO DIRECTO	\$ 1,394,860.50	63%
3	COSTO INDIRECTO	\$ 555,628	25%
TOTAL		\$ 2,274,891	100%

Elaborado por: Alejandra Galarza



8.3 ESTRUCTURA DEL DESGLOSE DEL TRABAJO (EDT)

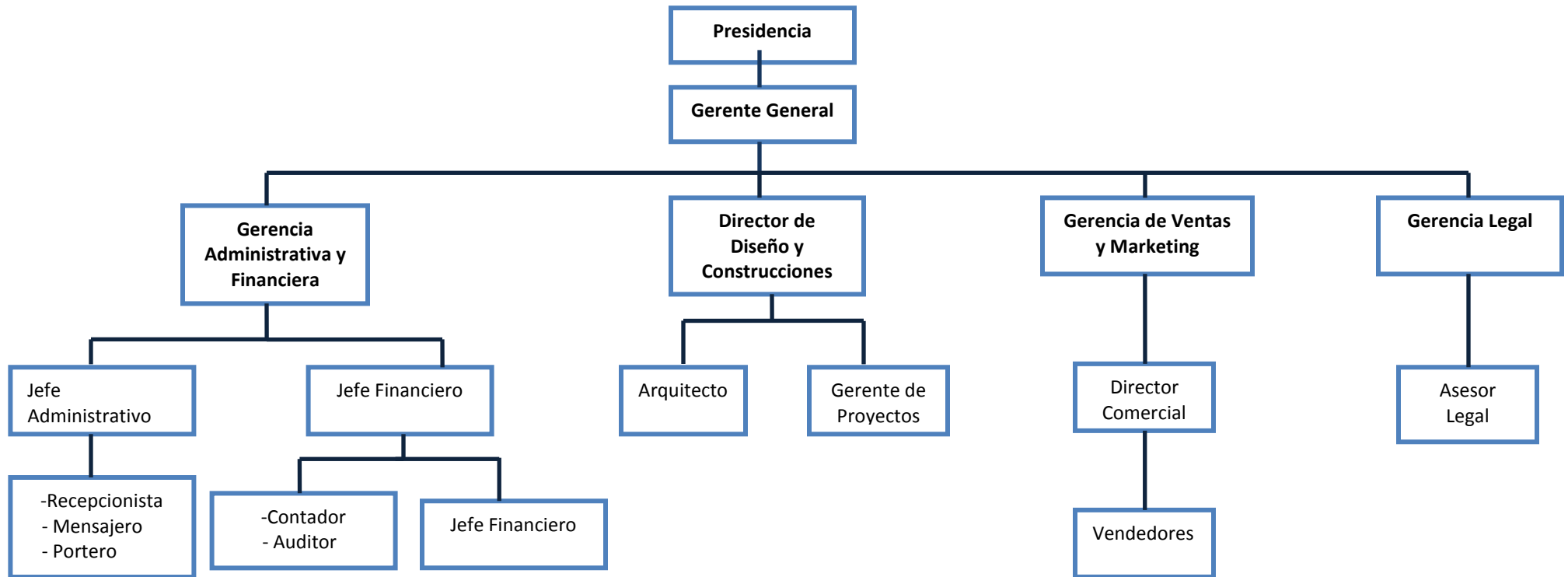


Elaborado por: Alejandra Galarza



8.4 PLAN DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

8.4.1 ORGANIGRAMA



Elaborado por: Alejandra Galarza



8.5 MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

PAQUETE DE TRABAJO	RESPONSABLE
PREOPERACIÓN	
Terreno	Constructora Romero & Pazmiño
Estudio de Mercado	Empresa a contratar
Factibilidad Financiera	Constructora Romero & Pazmiño
Constitución Fideicomiso Inmobiliario Integral	Constructora Romero & Pazmiño / Fondos Pichincha
PLANIFICACIÓN	
Anteproyecto	Constructora Romero & Pazmiño
Proyecto	Constructora Romero & Pazmiño
Gerencia Técnica	Constructora Romero & Pazmiño
Contrataciones	Constructora Romero & Pazmiño
Publicidad	Constructora Romero & Pazmiño
Ventas	Constructora Romero & Pazmiño
Contratos	Constructora Romero & Pazmiño
Permisos	Constructora Romero & Pazmiño
Licencias	Constructora Romero & Pazmiño
EJECUCIÓN	
Construcción	Constructora Romero & Pazmiño
Etapas I	Constructora Romero & Pazmiño
Etapas II	Constructora Romero & Pazmiño
Etapas III	Constructora Romero & Pazmiño
Ventas	Constructora Romero & Pazmiño
Entrega	Constructora Romero & Pazmiño
CIERRE	
Liquidación Fideicomiso	Constructora Romero & Pazmiño/ Fondos Pichincha
Contratos	Constructora Romero & Pazmiño/ Fondos Pichincha
Balances	Constructora Romero & Pazmiño/ Fondos P.



8.6 PLAN DE GESTIÓN DE CALIDAD, CONTROL DE CAMBIOS Y CONTROL DE RIESGOS.

Es necesario definir y conocer los procesos de la organización, la constructora Romero & Pazmiño es la única constructora en el Ecuador que tiene la certificación ISO 9001, ya que tienen claramente definidos los procesos para cada una de las actividades , existe una correcta asignación de recursos y procesos de control que permiten un producto final de calidad.

8.7 CONTROL DE CAMBIOS

Existe una política para el control de cambios, que consiste en que todo cambio deberá ser documentado y actualizado en el alcance general del proyecto, existe un formulario de cambios y aprobaciones diseñado por la Junta del Fideicomiso que se utilizará durante la ejecución del proyecto.

8.8 GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Las comunicación es un factor fundamental durante el desarrollo de un proyecto inmobiliario, debe existir una adecuada comunicación dentro de todos los partícipes del proyecto, desde la Gerencia hasta la mano de obra , de tal forma que exista sincronización y alineación con los objetivos de la Constructora.

Para mantener una adecuada comunicación se llevarán a cabo juntas del Fideicomiso semanalmente, el objetivo es conocer ciertos aspectos como avances de obra, abastecimiento de materiales, cuentas por cobrar y pagar , estado de ventas del proyecto , revisión del flujo de caja y demás novedades que existieran, lo que permitirá tomar las mejores decisiones que permitan un óptimo desarrollo del proyecto. La Gerencia del Proyecto será el responsable de difundir la comunicación a todos los miembros.



8.9 GESTIÓN DE ADQUISICIONES.

La gestión de adquisiciones del proyecto se canaliza a través de la Junta del Fideicomiso que se debe realizar de acuerdo al siguiente proceso:

- Definición de los materiales que requiere la obra
- Identificar potenciales proveedores
- Realizar negociaciones con proveedores, para definir precios, formas de pago , créditos y tiempos de entrega.
- Definir contratos con proveedores que otorguen seguridad y cumplimiento.

8.10 CONCLUSIONES.

La Gerencia del proyecto tiene la responsabilidad de realizar un manejo y control eficiente de todos los recursos que se requieran para la construcción del Proyecto Pontevedra, para lo cual será necesario que cumpla con todas las actividades detalladas en este capítulo.

El seguimiento y la práctica de los conceptos aprendidos en la metodología del TenStep como herramienta organizacional maximiza la posibilidad de éxito del proyecto ya que plantea controles en las diferentes etapas del proyecto.



CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES



9 CONCLUSIONES:

- La situación actual de la economía ha permitido el crecimiento del sector de la construcción , impulsado por las nuevas medidas y políticas impuestas por el Gobierno , enfocadas al desarrollo de proyectos inmobiliarios , por ejemplo financiamiento del IESS , MIDUVI , Banco del Pacífico , CFN.
- La inflación ha tendido a la baja comprando desde el 2008, actualmente la inflación es del 3.82% lo que es un indicador importante para el desarrollo del proyecto Pontevedra ya que se concluye que no existirán elevados incrementos en los precios de los materiales de la construcción.
- Para el sector de la Construcción es importante el financiamiento, para el 2010 se espera una colocación en cartera de vivienda de \$ 750 millones, el 40% otorgado por el IESS que está enfocado en financiar viviendas de nivel medio, el proyecto Pontevedra se enmarca dentro de este segmento.
- Se han analizado las diferentes variables macroeconómicas las cuáles muestran un claro mejoramiento de la economía comparando con el año anterior en el cual debido a la crisis el sector de la construcción estuvo altamente afectado. Desde el punto de vista de la economía del Ecuador, es conveniente desarrollar el proyecto Pontevedra.
- Se estima una plusvalía media en el sector donde se desarrolla el proyecto, considerando su ubicación, entorno inmediato y la presencia de varios conjuntos multifamiliares en proceso de comercialización dirigidos a los estratos socioeconómicos medio típicos que determinan un comportamiento de oferta y demanda positivo.
- De acuerdo a las características del proyecto este se encuentra dirigido a un estrato socioeconómico medio típico, segmento de mercado bien orientado considerando su ubicación, entorno, servicios y características específicas.
- En el sector de la Armenia II que es donde se está desarrollando el proyecto Pontevedra, existen 18 proyectos de los cuales 5 son las más representativos: Samara,



Tolouse Garden, Bizancio, Curitiba. El Proyecto Pontevedra es competitivo por su diseño arquitectónico, áreas confortables, áreas verdes, servicios que ofrece y por el precio de las viviendas.

- El perfil del cliente son personas residentes en el Ecuador o ecuatorianos residentes en otros países que trabajen en relación de dependencia o con negocios independientes, edad comprendida entre 28 y 42 años de edad con ingresos mensuales entre \$ 2.200 y \$ 3.500 dólares.
- Se determinó un precio por metro cuadrado incluido parqueadero es de 635 USD/m², valor que se encuentra dentro del promedio de comercialización en relación a proyectos similares en la zona, tomando en cuenta los servicios y acabados que brinda el proyecto.
- La Empresa Promotora Romero & Pazmiño tiene amplia experiencia en el desarrollo de proyectos inmobiliarios lo que le permite lograr posicionamiento y por ende las estrategias de comercialización han impulsado la aceptación del proyecto en el mercado, llegando a ser líderes en el entorno comparando con proyectos de la competencia.
- El mix de marketing a aplicarse está enfocado al segmento al cual está dirigido el proyecto.
- Se realizará promoción y publicidad por medio de revistas, periódicos, folletos, vallas, letreros, mail ,páginas web, estados de cuenta de las tarjetas de crédito. Además se realizarán las ventas desde la casa modelo y desde las oficinas de la constructora.
- La promoción y publicidad representa el 3.50% sobre el costo total.
- El proyecto cuenta con una planificación arquitectónica adecuada la cual se enmarca dentro de la normativa con buenos estándares arquitectónicos .Posee servicios comunales acordes a la magnitud del proyecto y al mercado al cual está dirigido.
- El COS en PB total según el IRM es del 35% , el COS utilizado es 24.09% , es decir es utilizado casi en su totalidad , la generosidad en espacios comunales y áreas no vendibles genera una interesante arquitectura en Planta Baja.



- El COS total de acuerdo al IRM es del 105%, el COS total utilizado es del 75.13%, existe una ligera optimización del COS total permitido, se da prioridad a las áreas verdes y a los parqueaderos.
- El Margen de Utilidad que se obtiene con el Flujo Puro es del 20% y con el Flujo financiado es del 17%, disminuye por los costos financieros.
- Se requiere aporte de los promotores por un monto de \$ 557.000 y un crédito para la construcción de \$750.00, la tasa es del 11.20%, se deben realizar dos desembolsos.
- Es imprescindible la construcción del proyecto por etapas, para alcanzar un adecuado punto de equilibrio, se pueden ir entregado las viviendas desde el mes catorce lo que permite una inyección de liquidez para la construcción de las siguientes etapas, además va disminuyendo el costo financiero ya que se empieza a abonar a la operación desde el mes catorce.
- El proyecto alcanza el punto de equilibrio financiero, técnico y legal en el mes seis lo que permite que se empiece la construcción del proyecto de acuerdo a lo estimado y proyectado por el promotor
- El VAN con el flujo puro es de \$ 191, 752.50, el VAN con el flujo financiado es de \$ 778,478.35.
- El tener la constitución de un Fideicomiso Inmobiliario Integral con Fondos Pichincha garantiza seguridad para todos los partícipes del proyecto: promotores, clientes e Instituciones Financieras.
- El proyecto es rentable para los inversionistas por lo que se recomienda desarrollar el proyecto.



10 **BIBLIOGRAFÍA:**

Libros:

- Aaker David y Day George S. (2002) Investigación de Mercados. Colombia: MacGraw-Hill
- Arboleda V. Germán. (1998). Proyectos: formulación, evaluación y control. A. C. Editores.
- Baca U. Gabriel. (2005) Evaluación de Proyectos. México: McGraw-Hill. Cuarta edición.
- Baquerizo Arosemana César. Gerencia de Proyectos para Constructores e Inmobiliarios. Colombia
- Borello Antonio. (2000). El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. Colombia: Mc Graw-Hill. Primera edición
- Canelos Salazar Ramiro (2003). Formulación y Evaluación de un plan de Negocio. Ecuador: Lerc. Primera Edición
- Cruz A. Luis, Guzmán S. Oscar y Noboa G. Paúl. (2002). Diseño y evaluación de proyectos de inversión: una aplicación práctica. Ecuador: Corporación Financiera Nacional.



- Sapag & Sapag (2004). Preparación y Evaluación de Proyectos. Chile: McGraw-Hill. 4ta edición.

Material de Apoyo:

- GRIDCON. Estudio de la Demanda de vivienda de la Ciudad de Quito , año 2009
- MARKET WATCH- Estudio de Oferta Inmobiliaria, onceava medición, abril 2010.
- Eliscovich Federico. Plan de Negocios Proyecto El Vergel Tesis MDI 2006..Universidad San Francisco de Quito,
- Material de apoyo (MDI 2009-2010). Universidad San Francisco de Quito.

Revistas:

- El Portal , (2010 ,abril y mayo)
- Bienes Raíces Clave , (2010 ,marzo , abril , mayo y junio)
- Suplemento El Comercio Romero & Pazmiño (2010 , marzo)
- Superintendencia de Bancos, Boletines Estadísticos. Volúmenes de crédito 2005-2009

Páginas web

- www.bce.fin.ec..BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, marzo 2010
- WWW.quito.gov.ec. DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, marzo 2010
- www.gridcon.com. GRIDCON CONSULTORES, abril 2010
- **¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.** DE BANCOS DEL ECUADOR , marzo 2010
- www.habitar.ec. PROYECTOS INMOBILIARIOS BANCO PICHINCHA, marzo 2010
- www.ryp.com.ec. CONSTRUCTORA ROMERO Y PAZMIÑO.
- www.ccquito.org CÁMARA DE LA CONSTRUCCIÓN DE QUITO , marzo 2010



PLAN DE NEGOCIOS

ING. ALEJANDRA GALARZA

- www.fondospichincha.com.ec. _FONDOS PICHINCHA-ADMINISTRADORA DE FONDOS Y FIDEICOMISOS.
- www.tenstep.com.ec. TENSTEP ECUADOR.



11 ANEXOS



Anexo No.1 IRM

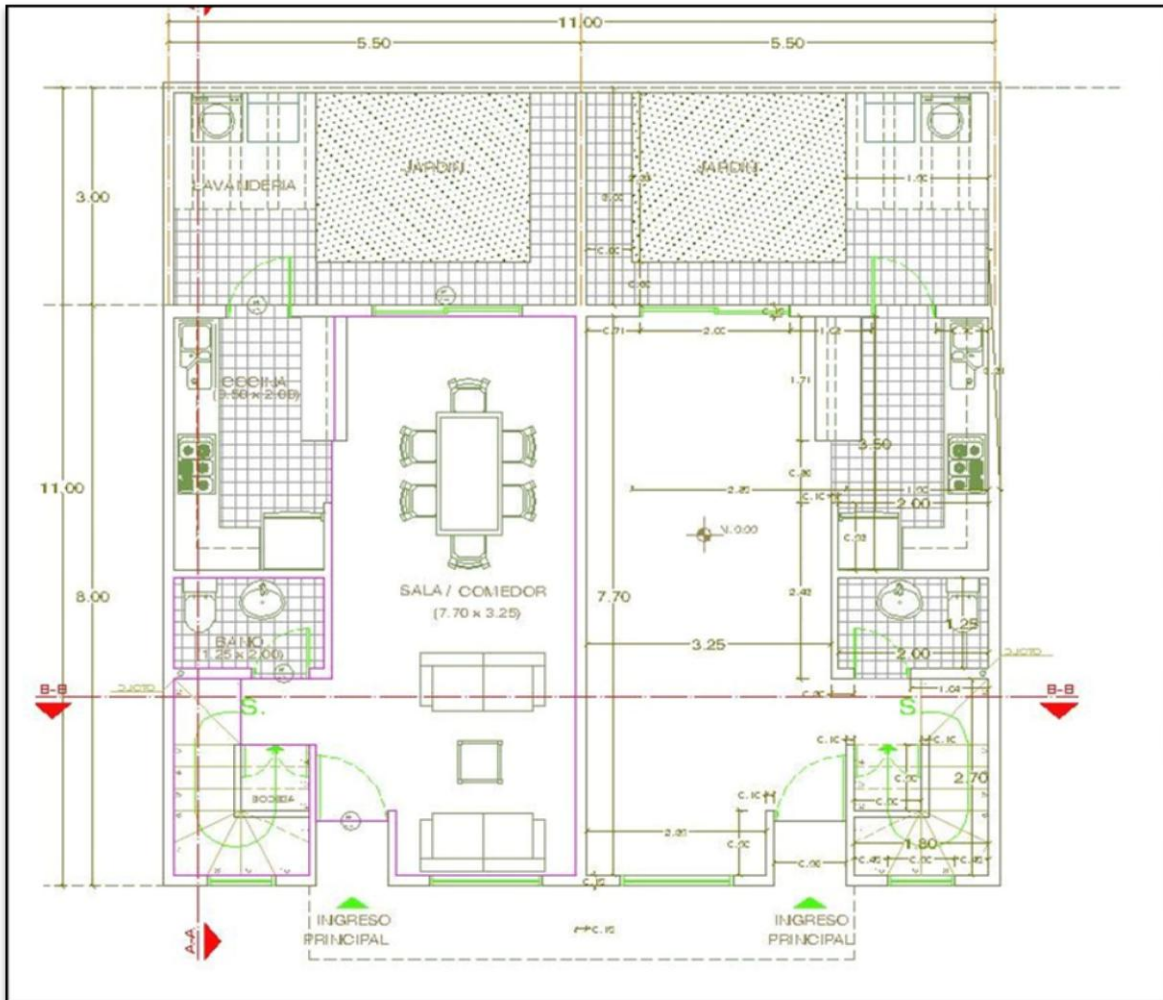
		MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DIRECCIÓN METROPOLITANA DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL	
INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA			
Fecha: Viernes 28 de Mayo del 2010 (11:15)		Número: 304659	
1.- Identificación del Propietario *		3.- Esquema de Ubicación del predio	
Número del predio: 110373 Clave Catastral: 21509 02 004 000 000 000 Cédula de identidad: 01792120853001 Nombre del propietario: FIDEICOMISO MERCANTIL ALCAZAR DE PONTEVE			
2.- Identificación del Predio *			
Parroquia: Conocoto Barrio / Sector: LA ARMENIA 1 Datos de terreno * Área de terreno: 5570,00 m2 Área de construcción: 470,0 m2 Frente: 71,0 m Propiedad horizontal: NO Derechos y acciones: NO			
Calle	Ancho	Referencia	Retiro mts
- CALLE 3	12.0	ESTACAS DEL URBANIZADOR	0.0
4.- Regulaciones			
Zona Zonificación: A9(A1003-35) Lote mínimo: 1000 m2 Frente mínimo: 20 m COS-TOTAL: 105 % COS-PB: 35 % Forma de Ocupación del Suelo: (A) Aislada Clasificación del suelo: (SU) Suelo Urbano Etapas de incorporación: Etapas 1 (2006 hasta 2010) Uso Principal: (R1) Residencia baja densidad		Pisos Altura: 9 m Número de pisos: 3	
		Retiros Frontal: 5 m Lateral: 3 m Posterior: 3 m Entre Bloques: 6 m	
Zona Zonificación: A31(A50000-0) Lote mínimo: 50000 m2 Frente mínimo: 125 m COS-TOTAL: 0 % COS-PB: 0 % Forma de Ocupación del Suelo: (A) Aislada Clasificación del suelo: (SNU) Suelo No Urbanizable Etapas de incorporación: sin etapas SNU (0 hasta 0) Uso Principal: (PE) Protección ecológica / Áreas naturales		Pisos Altura: 0 m Número de pisos: 0	
		Retiros Frontal: 0 m Lateral: 0 m Posterior: 0 m Entre Bloques: 0 m	
5.- Afectaciones			
6.- Observaciones			
- NO EXISTE AFECTACION POR PLANIFICACION VIAL. EL ALCANTARILLADO SOLUCIONARA CON LA EMAAP-Q. - PARA CONSTRUCCION MANTENER RETIRO 10.00 M DEL BORDE SUPERIOR DE QUEBRADA. SOLICITE EL BORDE EN LA DAYC - ZONA LOS CHILLOS-PARROQUIA CONOCOTO./			
7.- Notas			
- (-) La propiedad se encuentra en protección de quebrada (PQ), para precisar el área correspondiente a la zona PQ solicitará la definición del borde superior de quebrada a la DAYC. - Para urbanizar y/o subdividir deberá solicitar a la EMAAP-Q la provisión de servicios y/o parámetros de diseño - Este informe no representa título legal alguno que perjudique a terceros - De acuerdo al Art. 80 de la Ord. de Régimen del Suelo, éste informe tendrá validez durante el tiempo de vigencia del PUOS. - Este informe no autoriza ningún trabajo de construcción o división de lotes - Este informe tiene validez únicamente con sello y firma de responsabilidad			



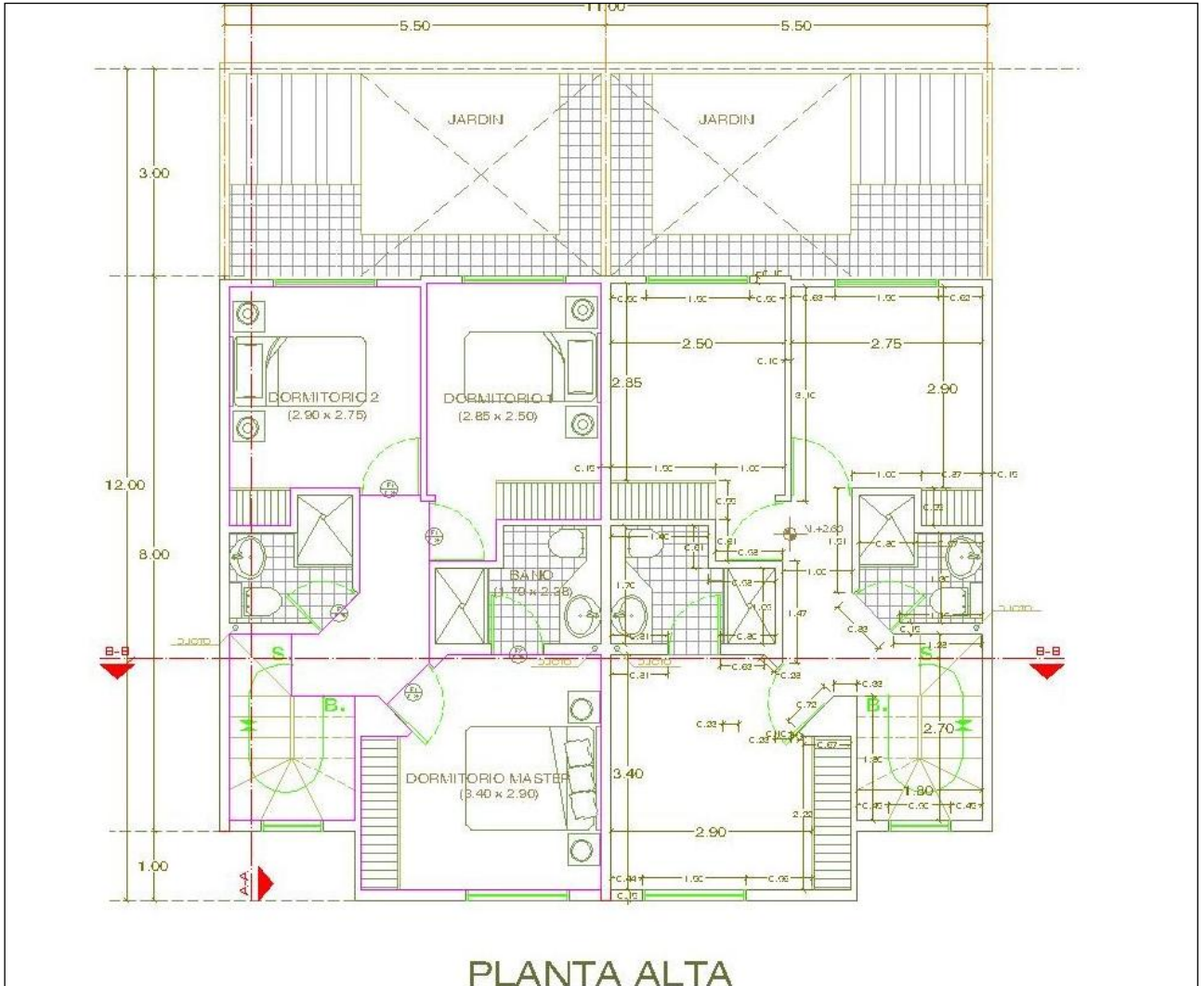
ANEXO No.2 PLANOS DEL PROYECTO.



Implantación General

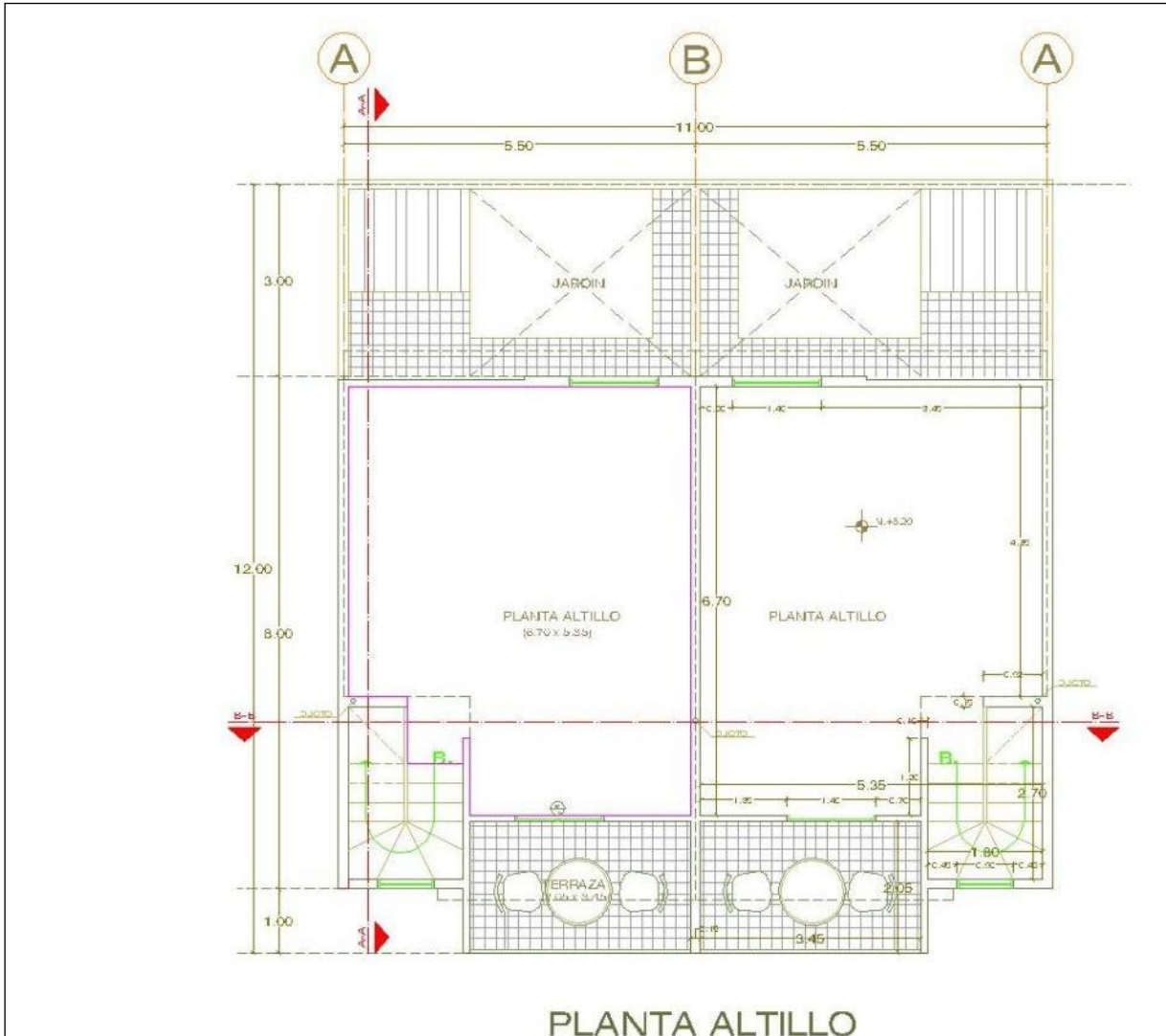


Plano Planta Baja



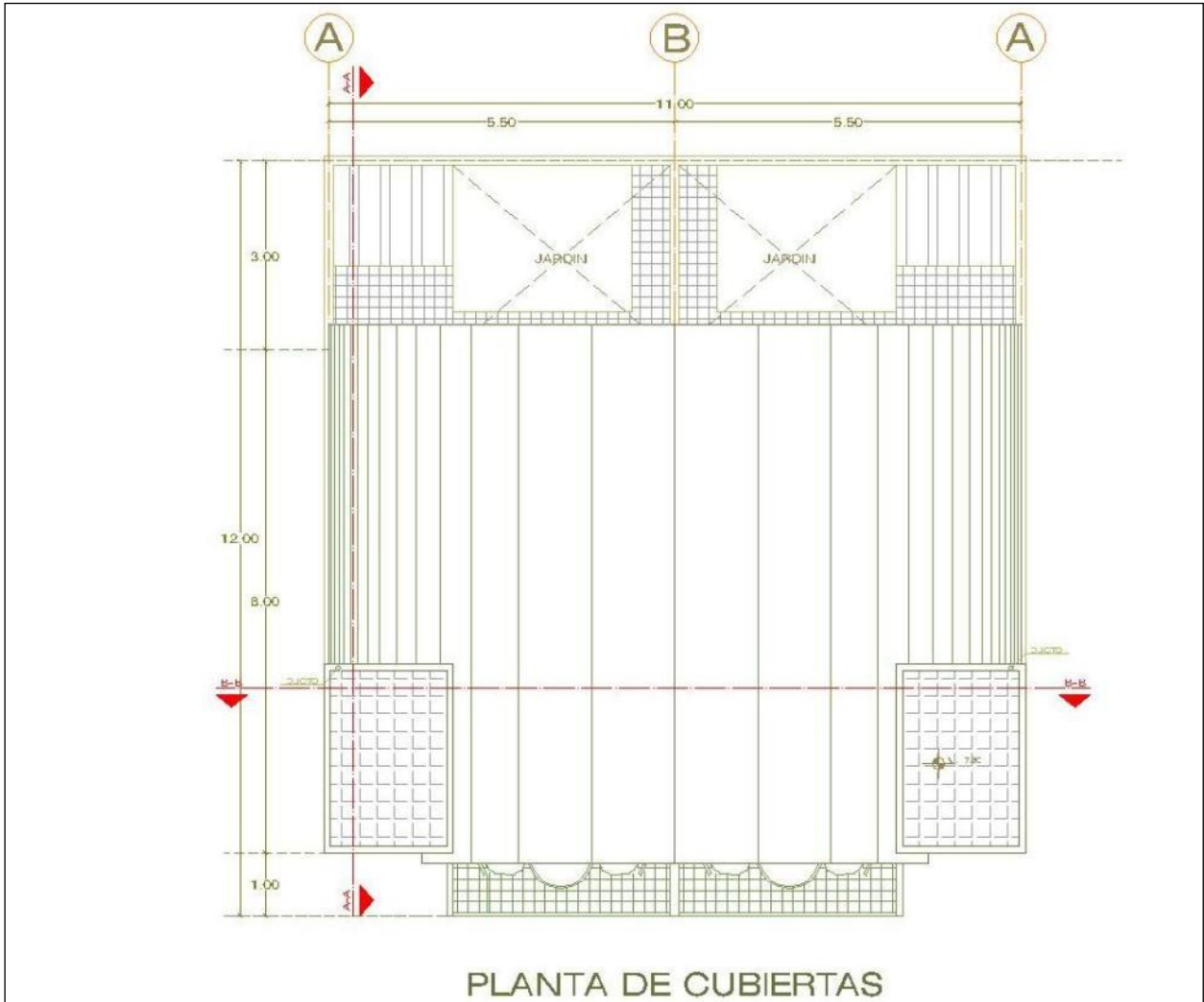
PLANTA ALTA

Plano Planta Alta

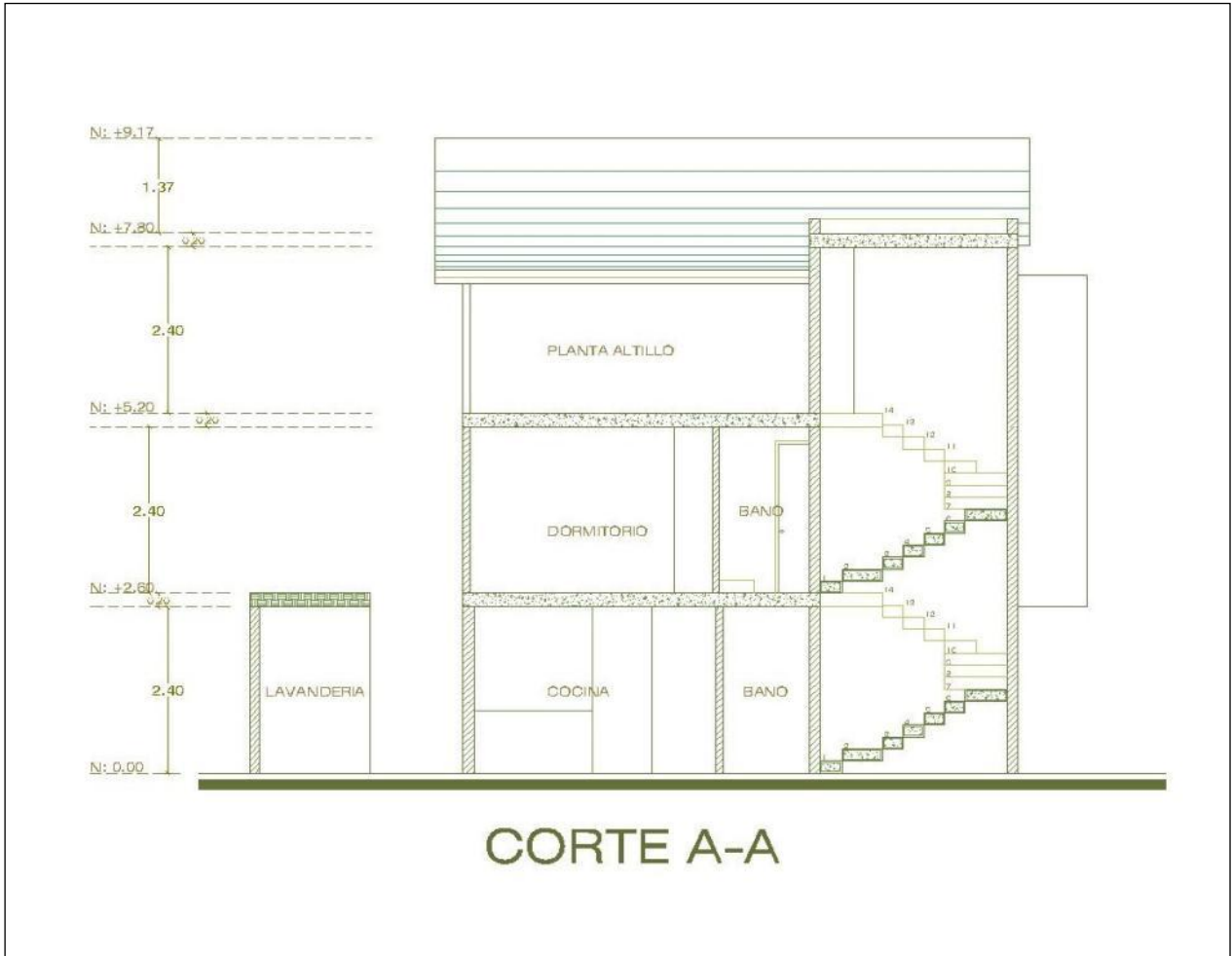


PLANTA ALTILLO

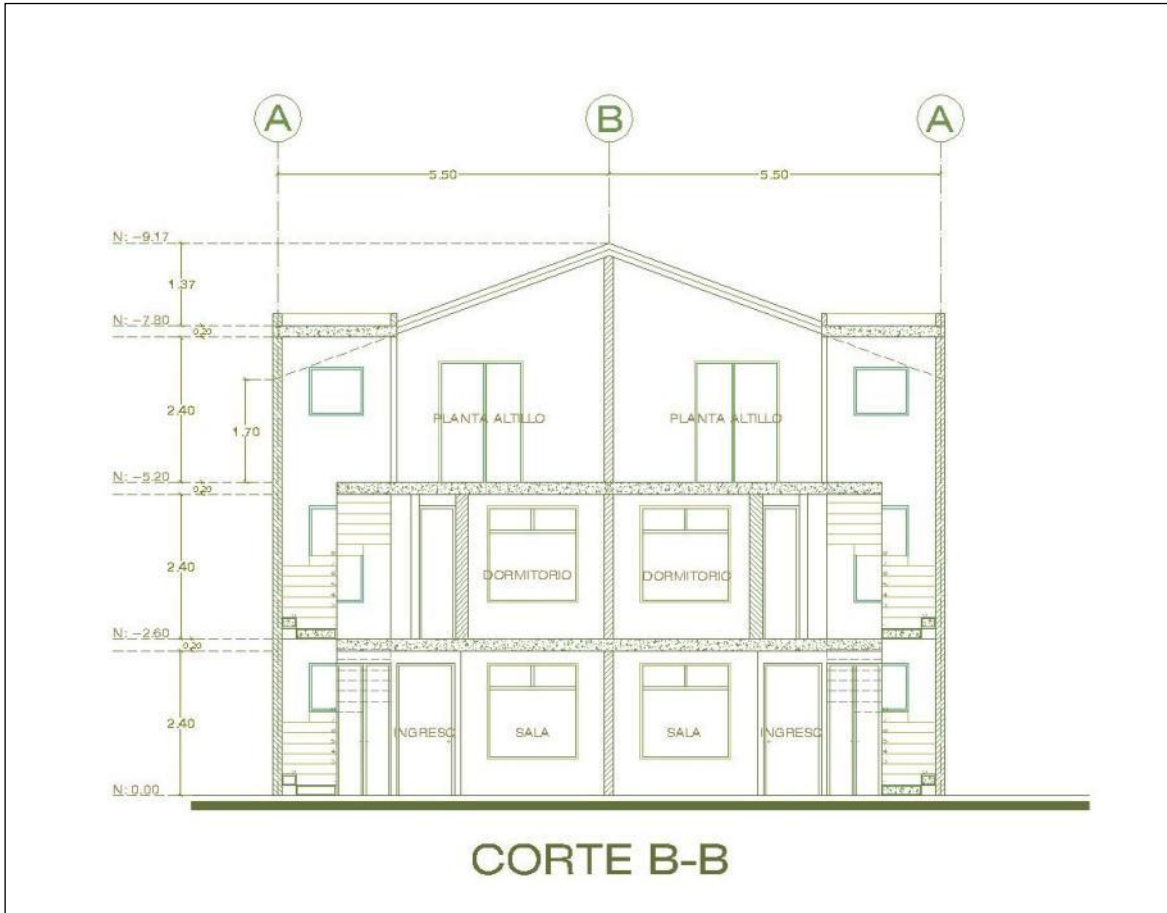
Plano Planta Altillo



Plano de Planta de Cubiertas



Plano Corte A-A



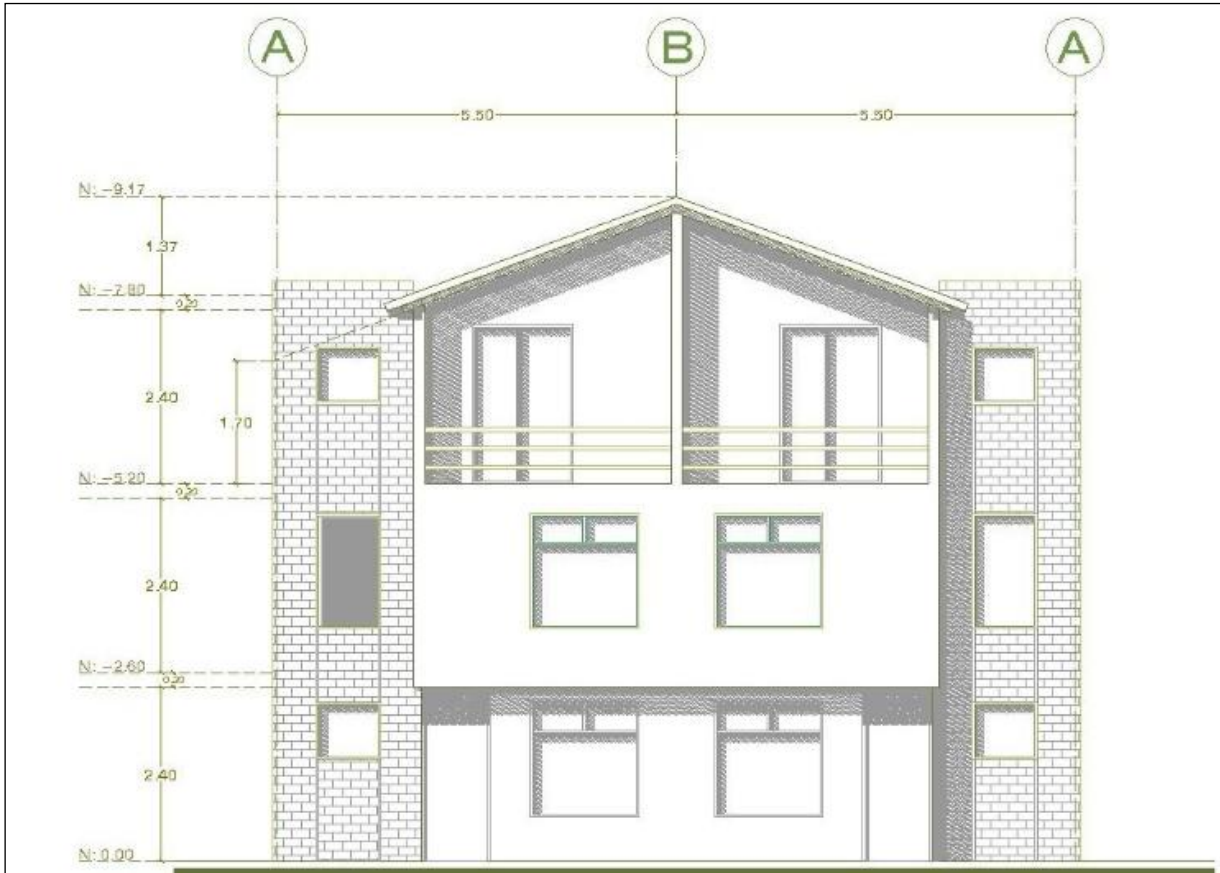
Plano Corte B-B



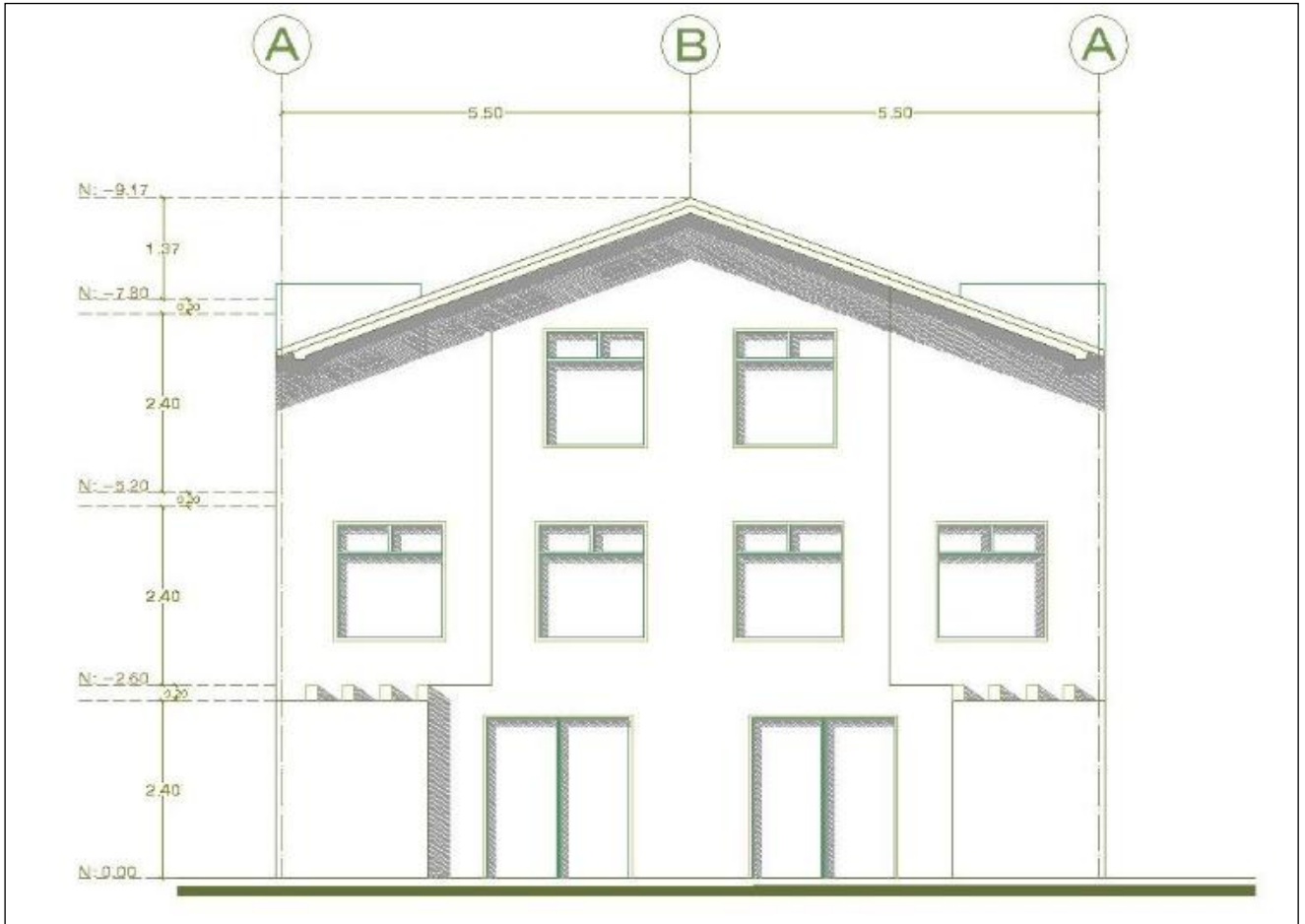
Fachada Frontal Calle D



Fachada Posterior Calle D



Fachada Frontal Tipo



Fachada Posterior Tipo



Anexo N.3 COSTOS DEL PROYECTO

Pontevedra						
COSTOS DEL PROYECTO						
1. COSTO DE TERRENO	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
		m2	5500	48.18	265,000.00	11.96%
2. PLANIFICACION	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
2.1 Proyecto Urbano-Arquitectónico	CD	%	3.00%		41,845.82	1.89%
2.2 Diseño Hidro-Sanitario	CD	%	0.30%		4,184.58	0.19%
2.3 Diseño Eléctrico-Telefónico	CD	%	0.30%		8,327.73	0.38%
2.4 Estudios de Suelos	CD	%	0.30%		4,184.58	0.19%
2.5 Levantamiento Topográfico	CD	%	0.20%		2,789.72	0.13%
2.6 Cálculo Estructural	CD	%	0.30%		4,184.58	0.19%
2.7 Declaración propiedad horizontal	CD	%	0.60%		8,369.16	0.38%
2.8 Fotocopias Planos y Varios	CD	%	0.03%		418.46	0.02%
2.9 Diseño Interior	CD	%	0.05%		697.43	0.03%
SUBTOTAL					75,002.06	3.39%
3. URBANIZACION	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
3.1 Obras de Urbanización		m2	5,500	35.00	-	0.00%
4.0 CONSTRUCCION	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
4.1 Viviendas		m2	4,185	330.00	1,381,050.00	62.34%
4.2 Postventa			1%	13,811	13,810.50	
SUBTOTAL					1,394,861	62.96%
						0.00%
5. Costo Directo (CD) (2 + 3+ 4)					1,394,860.50	62.96%
6. Monto Administrado (MA) (1 + 5)					1,659,860.50	74.92%
7. TASAS E IMPUESTOS (Indirectos)	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
7.1 Cuerpo de Bomberos	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
7.2 Colegio de Arquitectos (Planificación)	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
7.3 Impuestos Aprobación (Municipio)	CD		0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
7.5 Fondo de Garantía (Póliza)	CD		0.10%	2,215	2,307.00	0.10%
7.6 Servicios	CD		0.10%	2,215	2,300.00	0.10%
7.7 Impuestos EMAAP Matriz	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%



7.8 Empresa Eléctrica (Obra)	CD		0.10%	2,215	2,299.00	0.10%
7.9 Seguridad	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
7.10 Acometida ANDINATEL	CD		0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
7.11 Impuesto Predial	CD		0.08%	2,232	2,231.78	0.10%
7.12 Gastos Legales	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
7.13 Seguro Todo Riesgo	CD		0.15%	2,092	2,092.29	0.09%
7.14 Gastos Varios	CD		0.10%	1,395	1,394.86	0.06%
7.15 Condominios			0.20%	1,000	1,000.00	0.05%
7.16 Patente y 1.5 x mil					15,241.37	0.69%
SUBTOTAL					41,420.04	1.87%
8. OTROS INDIRECTOS	<i>Relación</i>	<i>Unidad</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>% Porcentaje</i>
8.1 Fiducia			0.16%	2,240	2,240.00	0.10%
8.2 Fiducia variable	Vtas		1.60%	42,520	42,519.60	1.92%
8.3 Ventas	Vtas		2.50%	66,437	66,436.88	3.00%
8.4 Gerencia de Proyecto	CD		6.00%	83,692	83,691.63	3.78%
8.5 Dirección Técnica	CD		10.00%	139,486	139,486.05	6.30%
8.6 Fiscalización	CD		1.60%	22,318	22,317.77	1.01%
8.7 Promoción y Publicidad	Vtas		3.00%	79,724	79,724.25	3.60%
8.8 Estructuración Legal	CD		0.20%	2,790	2,789.72	0.13%
8.9 Gasto Financiero						0.00%
SUBTOTAL					439,205.89	19.82%
9 Total Costos Indirectos (2 + 7 + 8)					555,628.00	25.08%
10. Costo Total del Proyecto				71,467.37	2,215,489	100.00%
11. VENTAS ESTIMADAS	135	635	31	85,725.00	2,657,475.00	

Elaborado por: Alejandra Galarza