



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL
LITORAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y
ECONÓMICAS**

**“PROYECTO INMOBILIARIO CON SERVICIO HOTELERO,
UBICADO EN LA AVENIDA FRANCISO DE ORELLANA”**

Tesis de Grado

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Especialización: FINANZAS

Presentada por:

KAREN PAMELA CALLE ANDA

Guayaquil – Ecuador

2008

DEDICATORIA

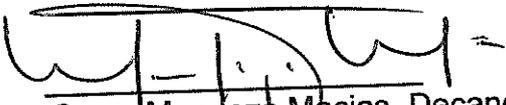
Dedicada a
mis padres y a
mis hermanos,
mis pilares
para lograr lo
inalcanzable.

AGRADECIMIENTO

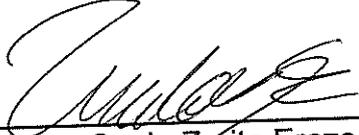
Agradezco principalmente a Dios, mi guía incondicional; a mis padres, y hermanos, por sus esfuerzos y empuje para llevar a cabo, cada plan en mi vida, a mi familia, a mis amigas las flores y amigos queridos, con quienes he compartido mis mejores momentos; a personas muy importantes que guiaron mi tesis como son: Ing. Mariuxi Mariscal, Eco. Marco Larco, Eco. César Tenorio, Sr. Jorge Enrique Gómez, Ing. Alejandro Lascano, Ing. Leonardo Manssur, Arq. Ma. Fernanda Gálvez; y a los maestros que me ayudaron a lo largo de mi carrera.

Finalmente, quiero agradecer a la Msc. Sonia Zurita, por su apoyo y guía, durante la elaboración de este proyecto.

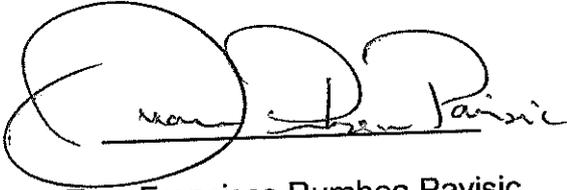
TRIBUNAL DE GRADO



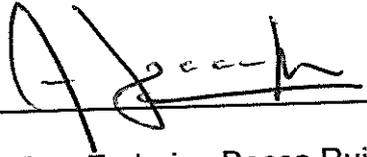
Ing. Oscar Mendoza Macias, Decano
PRESIDENTE



Econ. Sonia Zurita Erazo
DIRECTORA DE TESIS



Eco. Francisco Rumbea Pavisic
VOCAL PRINCIPAL



Eco. Federico Bocca Ruiz
VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de esta tesis de grado corresponde exclusivamente al autor y el patrimonio intelectual de la misma, a la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Karen Pamela Calle Anda

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
TRIBUNAL DE GRADO	III
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE CUADROS	VII
INDICE DE GRÁFICOS	IX
INTRODUCCIÓN	X

Capítulo 1.- Estudio Sectorial

1.1 Antecedentes	13
1.2 Planteamiento del Problema	20
1.3 Objetivos del Trabajo de Investigación	21
1.3.1 Objetivo General	21
1.3.2 Objetivos Específicos	21

Capítulo 2.- Estudio de Mercado

2.1 Selección del Terreno	22
2.1.1 Las Principales Inmobiliarias del País	23
2.2 Definición del Producto	24
2.2.1 Servicio Hotelero	32
2.3 Análisis de la Demanda	34
2.3.1 Perfil del Consumidor	34
2.3.2 Clasificación del Grupo Objetivo	35

2.4	Definición de la Oferta	36
2.4.1	Oferta Nacional	39
2.5	Precios	52
2.6	Forma de Pago	54
2.6.1	Incremento de Precio	55

Capítulo 3.- Plan de Marketing

3.1	Misión	56
3.2	Visión	56
3.3	Análisis FODA	57
3.3.1	Fortaleza	57
3.3.2	Oportunidades	59
3.3.3	Debilidades	59
3.3.4	Amenazas	60
3.4	Estrategias de Marketing	60
3.4.1	Perfil de las Asesoras	63
3.4.1.2	Políticas de Comisiones y Bonificaciones	65
3.4.2	Proceso de Ventas	66
3.4.3	Presupuesto de Marketing	67

Capítulo 4.- Estudio Administrativo y Organizacional

4.1	Organigrama	71
4.2	Descripción de Funciones	72

Capítulo 5.- Estudio Técnico

5.1 Marco Legal	74
5.2 Normas de Edificación	75
5.2.1 Usos Permitidos	76
5.2.2 Usos Condicionados	76
5.2.3 Usos Prohibidos	78
5.2.4 Normas Generales	79

Capítulo 6.- Información Financiera

6.1 Inversión	82
6.2 Costos	83
6.2.1 Costos Hundidos	83
6.2.2 Egresos	85
6.3 Ingresos	87

Capítulo 7.- Evaluación Económica y Financiera

7.1 Tasa de Descuento	89
7.2 Flujo de Caja	90
7.3 Valor Actual Neto	90
7.4 Tasa Interna de Retorno	91
7.5 Análisis de Sensibilidad	92

Conclusiones y Recomendaciones	99
---------------------------------------	-----------

Bibliografía

Anexos

ÍNDICE DE CUADROS

PG

Cuadro 2.4.1: Permisos de construcción otorgados en Guayaquil, expresado en metros cuadrados.....	38
Cuadro 2.5.1: Ofertas de departamentos y valor por metro cuadrado.....	53
Cuadro 3.4.3.1: Presupuesto de Publicidad.....	68
Cuadro 6.1: Inversión Inicial.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

PG

Gráfico 2.4.1: Variación de los permisos de construcción otorgados desde el 2002 hasta agosto de 2007.....	39
Gráfico 2.4.1.1: Oferta de departamentos en el sector norte, por número de pisos y valor por metro cuadrado.....	44
Gráfico 2.4.1.2: Oferta de departamentos en el sector vía la Costa, por número de pisos y valor por metro cuadrado.....	48
Gráfico 2.4.1.3: Oferta de departamentos en el sector vía Samborondon por número de pisos y valor por metro cuadrado.....	52
Gráfico 7.5.1: Ventas versus Valor Actual Neto.....	92
Gráfico 7.5.2: Costo de construcción versus Valor Actual Neto.....	93
Gráfico 7.5.3: Tasa Mínima Atractiva de Retorno versus Valor Actual Neto..	94

INTRODUCCIÓN

El desarrollo inmobiliario en Guayaquil ha estado en su mayor auge durante los últimos 10 años, creando un sinnúmero de nuevas ciudadelas, donde anteriormente eran explotadas las zonas típicas como son: Urdesa, Garzota, Alborada, Sauces, Guayacanes, Kennedy, Barrio Centenario, generando una sobrepoblación en dichas zonas. Por tal razón, estudiaron y desarrollaron las construcciones de las urbanizaciones en las zonas Vía la Costa y vía Samborondón, donde sólo un grupo exclusivo tenía accesibilidad a conseguir casas o departamentos, dado el alto nivel de precios y la falta de transporte público, obligando a los propietarios a contar con su propio medio de transporte. Aunque en la actualidad los inmobiliarios han desarrollado un sistema más asequible a los diferentes grupos económicos, contando así con los servicios de las urbanizaciones tradicionales.

La mayoría de las urbanizaciones, ubicadas tanto en vía a la Costa como en Samborondón están provistas de un sistema de seguridad especial, creando mayor confianza a los habitantes de la zona; así mismo, cuentan con áreas verdes, club y con vías como de un club, de vías internas en excelente estado. En dichas zonas se cuentan con pocas torres de departamentos, ya que de acuerdo a las normas del Municipio de Guayaquil y del Cantón de Samborondón, no se pueden hacer torres tan altas en dichas zonas, por tal motivo, se ha concentrado la mayoría de éstas en las zonas; comerciales como la Av. Juan Tanca Marengo, donde existen 2 torres de departamento junto al hotel Howard Johnson como son Torre Sol I y Torre Sol II. Así mismo, tendremos una torre frente al hotel Sheraton, con el nombre de Elite Building, la misma que estará lista para habitar en el 2010.

El siguiente estudio medirá la viabilidad de Desarrollar un edificio de “Apartamentos- Suites con servicio hotelero”, en la que sean dueños empresarios nacionales y extranjeros, que cuenten con las facilidades de un hotel, como el servicio de servidumbre y así puedan tener su propio departamento, y el cual pueda ser utilizado por las diferentes personas de una misma compañía.

Adicionalmente, éste proyecto está dirigido a quienes puedan comprar un departamento – suite parejas jóvenes con un sólo hijo o a personas de tercera edad, que no necesitan mucho espacio, pero puedan vivir cómodamente. La idea es crear una cadena de edificios

de apartamentos Suites en las ciudades más importantes del país, con un porcentaje grande de inversionistas y empresarios que les ayude a tener su propio lugar de hospedaje en cualquier momento del año, sin preocuparse de la disponibilidad de habitaciones como sucede en un hotel pero con las comodidades del mismo.

CAPÍTULO 1

Estudio Sectorial

1.1 Antecedentes

Ecuador es un país con 13 millones de habitantes, geográficamente está limitado al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico.

Las principales unidades del relieve ecuatoriano son la llanura costera al norte del Golfo de Guayaquil, la sección de la Cordillera de los Andes en el centro del país y un extenso sector de la llanura amazónica ubicado al oriente del país.

Hacia el suroeste se ubica el Golfo de Guayaquil, donde desemboca el río Guayas en el Océano Pacífico. Sobre la cordillera

de los Andes, muy cerca de Quito, la capital, se alza el Cotopaxi, el volcán activo más alto del mundo. El punto más alto del Ecuador es el volcán Chimborazo, con 6.310 metros de altura sobre el nivel del mar y cuya cima es el lugar más lejano al núcleo de la tierra debido a la silueta elíptica del planeta.

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones: húmeda y seca. Tanto en la Costa como en el Oriente la temperatura oscila entre los 20°C y 33°C, mientras que en la sierra, ésta suele estar entre los 8°C y 23°C. La estación húmeda se extiende entre diciembre y mayo en la costa, entre noviembre a abril en la sierra y de enero a septiembre en la Amazonía.

En el Occidente, adyacente a la costa, se encuentra el bioma del bosque seco y de los manglares. En las alturas cordilleranas, se hallan dispersos además los páramos. El Occidente forma parte del Chocó biogeográfico y el Oriente, de la Amazonía.

Los indicadores del país nos muestran la situación en la que se encuentra, el PIB ¹ es de 31.722 millones de dólares, el cual en términos numéricos ha aumentado un 300% desde el año 1978 lo que

¹ www.bce.com

no necesariamente significa que la economía se ha expandido sino que los precios finales aumentaron, creada por la inflación. La alta dependencia del petróleo hace que nuestros ingresos dependan directamente de él, lo que ha generado que las empresas desarrollen sus propias fuentes de ingresos, por medio del turismo, artesanías, productos típicos, producción de madera, frutas, flores, etc. El índice de desempleo en Quito es de 9,97%, para Guayaquil 10,37% y para Cuenca 5,02%

El Estado ha contribuido al desarrollo de importantes proyectos urbanísticos, a través de instituciones como el Seguro Social, y la creación del Banco Ecuatoriano de la Vivienda, las que entre la década del 60 y 70, construyeron proyectos como: Atarazana, Ciudadela 9 de Octubre, Saiba, Pradera.

Los diferentes gobiernos que ha tenido el país, han afectado directamente el desarrollo urbanístico de Guayaquil, donde no sólo han retrasado el progreso en algunos casos, sino que, en otros han hecho que se desarrollen diferentes programas habitacionales poco efectivos. A finales de la época de los 70, después de gobiernos fallidos, se asentaron las invasiones, las cuales fueron incentivadas por los políticos, como un medio de hacer campaña y empezaron a desarrollarse en las zonas como: Mapasingue, Guasmo, Prosperina; sectores que no cuentan con los servicios básicos, lo que propiciaba mas miseria y la proliferación de la delincuencia; convirtiéndose en un

problema para la urbe, sin embargo, con el paso de los años, las autoridades de la ciudad han realizado obras como: pavimentación de calles, áreas de recreación, parques, complejos deportivos; así como , obras sanitarias y de electricidad.

En el Gobierno del abogado Abdalá Bucaram en 1999 se desarrollo un plan de vivienda popular, denominado “un Solo Toque”, viviendas para las personas de bajos recursos ubicadas en la zona de Durán y posteriormente el Municipio de Guayaquil impulsó un plan de vivienda popular llamado “Mucho Lote”, cerca de la zona de las Orquídeas.

Desde 1997 se ha venido desarrollando un crecimiento urbanístico en la zonas tradicionales como Urdesa, Kennedy, Centro y el sur como el Centenario pero las zonas no tradicionales como vía Samborondón y vía La Costa, actualmente se ha incrementado su desarrollo donde encontramos un sin número de urbanizaciones. Dichas áreas aún no son zonas muy comerciales, descartándolo como zona para construir un hotel para empresarios, parejas y personas de tercera edad.

El principal puerto del Ecuador es Guayaquil, donde se concentra la mayor actividad económica y cuenta con importantes empresas nacionales y extranjeras. Guayaquil es la capital de Guayas, con tres millones trescientos nueve mil treinta y cuatro habitantes; además es

la ciudad con el mayor índice de crecimiento urbanístico. Centro de inversión nacional y extranjera, la cual se asemeja a las grandes ciudades, donde se encuentra bien definida el área comercial, industrial, turístico y financiero.

Está situada en las riberas del río Guayas, tiene una altitud de 4 m.s.n.m. La temperatura varía entre 23 y 27 grados centígrados, posee un clima tipo cálido tropical o tropical húmedo. El clima de Guayaquil es el resultado de la combinación de 2 grandes corrientes, una es la Humboldt (fría) y la del Niño (cálida) las cuales marcan dos períodos, el primero es húmedo y lluvioso, con calor tipo trópico que se extiende de diciembre a abril; y el otro seco y un poco más fresco que va desde mayo a diciembre.

Cuenta con un sinnúmero de lugares turísticos, que muestran la magia de la ciudad, entre ellos podemos destacar, el Barrio Las Peñas, la Catedral, El Malecón 2000, el Parque Histórico, el Museo Municipal, el Jardín Botánico, la Reserva Ecológica de Cerro Blanco, la Zona Rosa, Imax, Centros Comerciales, Museo Antropológico, Puerto Santa Ana, haciendo que la ciudad conserve su patrimonio y sea visitada por mas de 125.000 turistas al año.



Se concentran más de 13.000 compañías que desarrollan sus actividades comerciales, financieras, industriales, pesqueras entre otras. Es el puerto más importante del país, donde la mayor cantidad de los productos son exportados vía marítima, a diferentes partes del mundo.

Estas ventajas geográficas, hidrográficas y demográficas han sido una catapulta para que Guayaquil sea el centro de negocios del país, lo que ha generado la visita de más de 375.000 empresarios y ejecutivos, anualmente; concentrando sus operaciones en esta ciudad y son demandantes de hoteles para sus visitas nacionales o internacionales. Generando un desarrollo urbanístico, el cual se ha venido desarrollando desde hace algún tiempo, al inicio sin apoyo del estado, luego en colaboración conjunta con el Municipio de Guayaquil.



La región donde se encuentra la ciudad de Guayaquil tiene suelos muy fértiles que desarrollan una variada producción agrícola y ganadera. Es una de las principales ciudades de producción arroceras, algodón, banano, cacao, aleoginosas, frutas tropicales como el mango, maracuyá, papaya, melones y muchas más. También se exportan flores y plantas del río Guayas, así mismo con el bosque seco tropical Cerro Blanco, la presa de Chongón con su gran lago artificial y Puerto Hondo con los manglares y brazos de mar.

De la misma forma, cuenta con diversas especies como guasano, palo santo, muyuyo, pegapega, chipra, mosqueros y cardo; así mismo son muy numerosas las granjas: ganaderas, de pollos, y las haciendas

de ganado bovino y porcino. Adicionalmente, cerca del río y el mar se encuentran industrias pesqueras y camaroneras muy desarrolladas, que generan plazas de trabajo para un alto porcentaje de la población.

Bajo este panorama en que Guayaquil es un centro de inversión y desarrollo, se ha creado un proyecto de “Apartamentos- Suites con Servicio Hotelero”, ubicado en una zona estratégica, de alta plusvalía, desarrollo comercial y turístico, aprovechando la cercanía con los bancos mas importantes, también con el World Trade Center, el edificio Las Cámaras, con el hotel Hilton Colón, etc. . Este proyecto se encuentra ubicado en la avenida Francisco de Orellana, junto al concesionario Toyocosta.

1.2 Planteamiento del problema

Guayaquil en los últimos años hasta la actualidad ha tenido un incremento poblacional, debido al aumento de familias jóvenes, de inmigrantes de ciudades pequeñas o el campo y además ha albergado a compañías multinacionales en la ciudad, generando un déficit habitacional. Con el incremento de la demanda habitacional, se han desarrollado urbanizaciones en la zonas de vía la Costa y vía Samborondón, siendo un sector netamente familiar, con poco acceso comercial.

Por tal motivo se plantea el desarrollo de una torre de Departamentos - Suites en la avenida Francisco de Orellana, en pleno corredor comercial, cerca de los más importante bancos, empresas, hoteles, restaurantes etc., para que puedan tener acceso tanto familias como empresa que considerarían el proyecto como una inversión.

1.3 Objetivos del trabajo de investigación

1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un Proyecto de inversión económicamente factible que se ajuste a la demanda insatisfecha de vivienda para ejecutivos de carácter temporal y permanente, también para parejas con un solo hijo y personas de tercera edad, quienes puedan ser dueños de su departamento y al mismo tiempo cuenten con servicio hotelero.

1.3.2 Objetivos específicos

1 Elaborar un estudio de mercado identificando los competidores nacionales.

2 Desarrollar un estudio técnico para determinar los costos de construcción y adecuación de terreno.

3 Realizar el análisis administrativo para determinar el requerimiento de personal para el proyecto.

4 Elaborar el análisis financiero donde se determine la rentabilidad esperada, construir los flujos de efectivos proyectados, realizar un análisis de riesgo y sensibilidad del negocio

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se va a estudiar el mercado guayaquileño, identificando los proyectos similares en distintas zonas, nuestro grupo objetivo, precios para determinar la viabilidad de la ejecución del producto en la zona seleccionada

2.1 SELECCIÓN DEL TERRENO

El paso mas importante para definir el producto y el mercado objetivo es seleccionar el terreno, donde va a estar ubicada la torre de departamentos, de ello dependerá los precios y características del mismo. Así mismo de la acogida que va a tener en dicha zona.

Este proyecto está ubicado en la av. Francisco de Orellana en pleno corredor comercial, denominado así por estar rodeado de los mas importantes bancos, de uno de los centros de negocios mas importantes que alberga un sinnúmero de compañías importantes como es el edificio World Trade Center, cerca del hotel Hilton Colón, el edificio Las Cámaras, por tal razón este terreno es la mejor opción para realizar la torre de departamentos, de acuerdo al perfil establecido de los clientes potenciales.



2.1.1 LAS PRINCIPALES INMOBILIARIAS DEL PAÍS

Una de las inmobiliarias más grandes del país es el grupo Equinoccio, donde ha abarcado casi un buen porcentaje en el mercado inmobiliario en la ciudad de Quito. En Guayaquil, la inmobiliaria Pronobis, no solo ha desarrollado departamentos, sino un mall, hoteles etc. En la ciudad de Manta, se encuentra Conservigesa, la inmobiliaria más grande de esa ciudad, la misma que ha construido distintas ciudadelas, hoteles etc. Hay una nueva inmobiliaria, Prozone, la cual está desarrollando un proyecto en la av. Francisco de Orellana a la altura del centro comercial San Marino, llamado Blue Towers.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Es una torre con 11 pisos, que se desarrollará en un terreno de 3.348 mts² con un total de 113 apartamentos y 113 parqueos; tomando como referencia los mas modernos conceptos de urbanismo a nivel mundial y dirigido a un exclusivo y selecto grupo de clientes.

Una Torre Hotelera con una excelente ubicación en una zona comercial, con encantador entorno como el centro comercial San Marino, cines, plazoleta de comidas, boutiques, bancos, papelerías, etc., con servicios complementarios, con un ambiente cómodo,

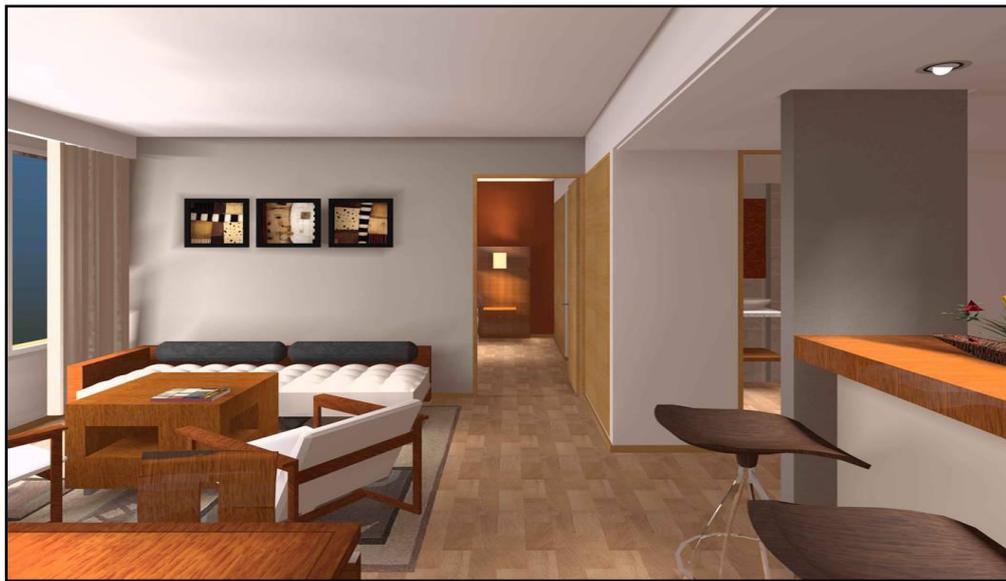
moderno y seguro para vivir o para desarrollar un excelente ambiente profesional, por el salón de convenciones.

Contará con un diseño funcional y contemporáneo. Al mismo tiempo se permitirá ampliar las áreas de los departamentos, ya que por su sistema modular se puede unir 2 o más apartamentos, de acuerdo a lo requerido por los compradores.

Cabe recalcar que la administración del edificio contará con una recepcionista que se encargará de recibir mensajes y paquetes cuando los propietarios no se encuentren en sus departamentos, así mismo, facilitará el servicio de taxi, valor que será asumido por cada uno de ellos, haciendo sentir cómodos y seguros al saber que cuentan con una persona que los asista sin tener que pagar un valor adicional, excepto por los servicios que soliciten.



Los apartamentos contarán con un diseño específico dirigido a las necesidades de los compradores, de tal manera, que podrán elegir entre varios modelos que se adaptarán a los gustos y exigencias de cada uno de ellos. Se han diseñado los siguientes:





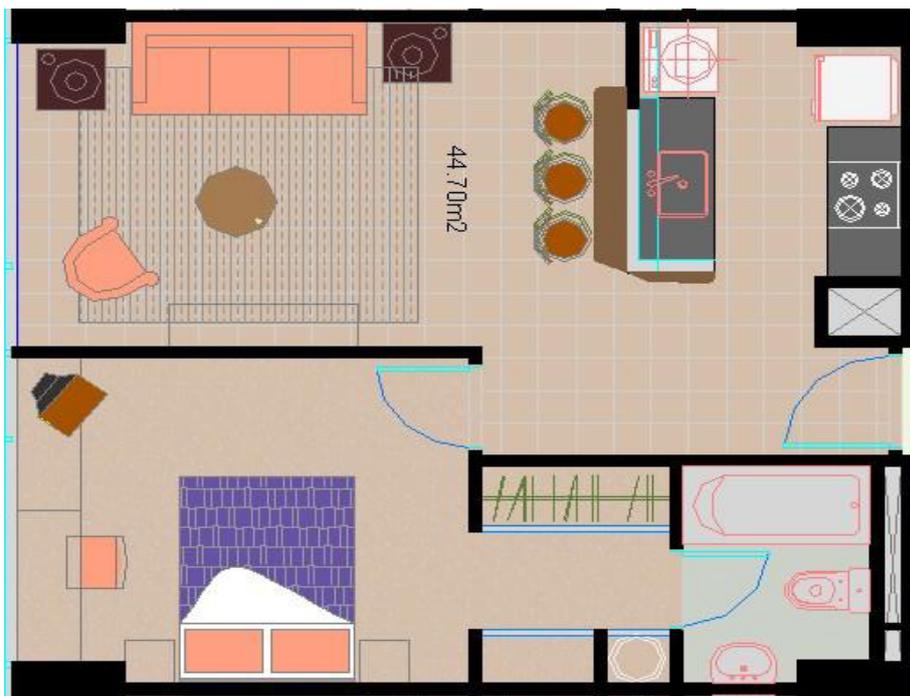
El diseño de los departamentos desarrollarán un estilo moderno con la implementación de materiales de la más alta calidad y su presentación final será un ambiente con una adecuada relación color-forma-textura y creará un ambiente diseñado para descansar.

La sala, comedor y cocina a diseñarse en este proyecto recogerá los más delicados gustos y exigencias producidos por la clase alta, en los cuales se deberán incorporar al diseño, la iluminación correspondiente y los acabados que vayan en relación con los elegidos por los futuros habitantes de esta vivienda.

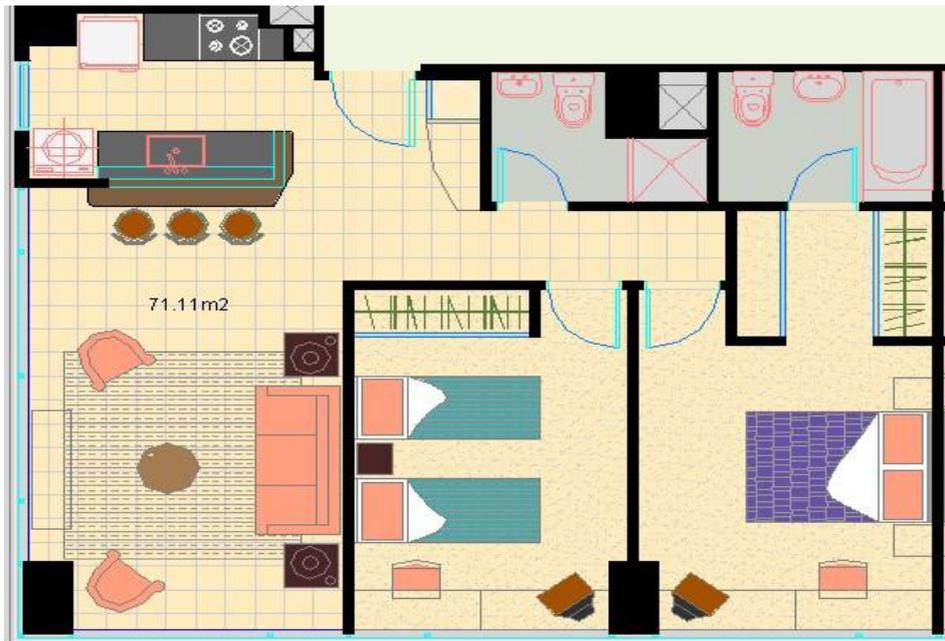
Los cuartos de baño manejarán criterios basados en implementar nuevos materiales y los más modernos modelos.

El hall principal y la escalera de acceso a planta alta, por considerarse lugares con más tránsito peatonal deberán contar con materiales que garanticen durabilidad y resistencia al desgaste.

Los planos de los departamentos:



Los apartamentos de 1 alcoba están distribuidos para ser habitado por 1 o 2 personas, cuenta con 1 baño completo, cocina, comedor y sala, con la opción de adaptarse a espacios complementarios como un bar, medio baño, lavandería o terraza.



Los apartamentos de 2 alcobas están distribuidos para ser habitados máximo por 4 personas, cuentan con 2 baños completos, sala y comedor.

Las áreas de los apartamentos varía entre 45 mts² y 80 mts², **ANEXO #1** los cuales se beneficiaran de las ventajas del servicio hotelero, donde contarán además con una planta baja amplia que permitirá a los residentes recibir a sus visitas y desarrollar varia actividades sociales.

Las actividades sociales se contemplan en el enfoque moderno de este proyecto, al dotar con un gimnasio equipado con modernas máquinas, espacio suficiente para clases de aeróbicos, un sauna y vapor, una piscina de aproximadamente 50 metros donde podrán gozar del sol, el barbecue, y áreas complementarias como el bar y salón de convenciones que servirán para hacer recepciones de cumpleaños o reuniones de negocios.

Contará adicionalmente con ascensores panorámicos, a través de los cuales, los huéspedes y visitantes disfrutarán de una espectacular vista y la seguridad en los accesos otorgará la privacidad; al igual que en el interior los acabados y servicios que contará permitirán recibir la mayor sensación de confort y comodidad.

La "Torre de Apartamentos, para su mayor seguridad, tendrá un amplio Hall de Entrada e Intercomunicadores por apartamento; además la estructura será de hormigón armado, contará con aire acondicionado central por apartamento, planta eléctrica de emergencia, medidores de agua y luz, podrán solicitar adicionalmente

el servicio de TV Cable, Internet satelital. Contará con 36 parqueos privados para los residentes en el sótano de parqueos.

Se instalarán equipos de seguridad a través de tarjeta magnéticas para el ingreso a pisos y parqueaderos, así mismo se contará con un circuito cerrado de vigilancia para seguridad de los propietarios y visitantes.

2.2.1 SERVICIO HOTELERO

La torre de departamentos, al tener la facilidad de un servicio hotelero, creará mayor expectativa y plusvalía, garantizando a cada propietario un status de confort y comodidad, que no encontrará en otro lugar.

Actualmente en Guayaquil, el único lugar que cuenta con este servicio es el edificio Torre Sol I, que trabaja directamente con el hotel Howard Johnson, ubicado en la avenida Juan Tanca Marengo y calle Abel Romeo Castillo.

Contará con servicio hotelero, como servidumbre y lavandería. La servidumbre será proporcionada por una compañía, que se encargará de hacer la limpieza de los apartamentos de los copropietarios que soliciten este servicio; así mismo, se harán responsables por los equipos, materiales etc., que se encuentren en cada uno de ellos. De

la misma manera, este personal realizará un horario para realizar la limpieza de acuerdo a lo instruido por cada dueño, acomodándose a la disponibilidad del cliente. El servicio de lavandería será proporcionado por la misma empresa, que tendrá un horario establecido para realizar la recolección de ropa por departamento. Cabe mencionar, que estos servicios serán cargados a cada uno de los propietarios que lo soliciten. El pago de éstos servicios se realizará en el momento que se soliciten, siendo un valor adicional y diferente al cobro de alícuota que el edificio exige pagar por el mantenimiento de áreas comunes.

Se plantea la hipótesis de que 82 departamentos van a requerir los servicios hoteleros y solicitarán lavar 40 libras de ropa. El costo de lavandería es de US\$0,15, se contratarán 6 empleados para hacer la limpieza de los departamentos y se le pagará US\$280 a cada uno. Se planea que los ingresos por dichos servicios serán, por metros cuadrados por limpieza de los departamentos US\$0,50, por limpiar los baños US\$5,00 por departamentos, US\$3,00 por arreglar camas y US\$0,30 por lavar y secar la ropa. Estos costos e ingresos serán asumidos por la promotora quien se encargará de realizar la gestión de contratar el personal adecuado e idóneo para realizar estos servicios. Al elaborar la propiedad horizontal del edificio, se incluirán estos servicios, que serán proporcionados por la promotora.

2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En este capítulo se estudiará y definirá el perfil del consumidor y cual va a ser el mercado objetivo. La correcta definición del mercado objetivo dará la pauta para el posicionamiento, objetivos y estrategias que se van a implementar para captar este mercado.

2.3.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Residentes en Guayaquil, Quito o Cuenca

- ◆ Profesionales recién egresados
- ◆ Edades: 25 a 30 años
- ◆ Estudios: Maestrías, post grado
- ◆ Estado Actual: Solteros - Casados con 1 hijo.

Ingreso: US\$3.000 mensuales

Profesionales, Empresas Medianas y de Servicios

- ◆ Residentes: Quito, Manta, Machala, Ambato, Loja, Cuenca
- ◆ Edades: 25 - 40 años
- ◆ Trayectoria: 10 años mínimo
- ◆ Estado Civil: Casados o Solteros

Inversionistas:

- ◆ Edades: 30 -60 años
- ◆ Nivel Social: Medio, Medio Alto, Alto

Tercera Edad:

- ◆ Edades entre 55 – 70 años
- ◆ Nivel Social: Medio Alto, Alto

- ♦ Ingresos: Ahorros y jubilización.

2.3.2 CLASIFICACIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

I. Personas naturales de nivel socio económico medio alto y alto, con ingresos mensuales familiares actuales de mínimo \$3.000 en Guayaquil, Quito, y provincias importantes como el Oro, Azuay y otras en desarrollo económico y social, las cuales podrán contar con los ingresos para poder adquirir un departamento, ya sea para su uso personal o para inversión, garantizando a los inversionistas una plusvalía alta que generará rentas o utilización en su desempeño profesional convirtiéndose en un activo para sus compañías

II. Empresas nacionales y multinacionales que deseen adquirir un apartamento para el constante uso de sus ejecutivos que tienen que visitar Guayaquil, ya sea de otra ciudad del Ecuador o del extranjero y obtener todos los valores agregados que ofrecen los departamentos, lo que representará una ventaja para las empresas, ya que no tendrían que preocuparse por los gastos en hospedajes, contando con un lugar para alojarse sin preocuparse por disponibilidad, ni por los precios en temporadas altas o bajas.

III. Parejas jóvenes profesionales sin hijos o con un solo hijo, que necesitan un lugar con la ubicación estratégica y todos sus beneficios que ofrece el Edificio de Departamentos y Suites; de nivel

socio económico medio-alto y que tenga la perspectiva de que será temporal y luego podrá ser una inversión al obtener una renta, ya sea alquilándola o ganando plusvalía al momento de venderlo, dado que se encuentra en una de las zonas más comerciales de la ciudad. Este grupo de mercado deberá percibir unos ingresos mayores a los US\$3.000.

IV. Otro mercado importante y que no ha sido explotado es el de las personas de la tercera edad que valora mucho el tener un entorno tranquilo y seguro, cerca de los centros comerciales, clínicas, etc. y todos los beneficios adicionales que les ofrece.

2.4 DEFINICIÓN DE LA OFERTA

Durante la última década (1997-2007) se han desarrollado un sinnúmero de proyectos inmobiliarios y diversos, donde no sólo se ofrecen apartamentos, sino oficinas, parqueos, locales etc. que hacen mas atractivas las construcción, ese es el caso de la Ciudad del Sol, ubicados Av. Juan Tanca Marengo y Av. Joaquín Orrantia, donde podemos observar el hotel Sheraton y Howard Johnson, el edificio Executive Center, Equilibrium Center, Professional Center, Torre Sol I y II, Vitales I, Omni Hospital. En la Av. Francisco de Orellana, encontramos el edificio Centrum, el edificio de Las Cámaras, Torres del Norte A y B, World Trade Center, Blue Towards, y en la zona de Samborondon, el edificio, Samborondón Plaza y urbanizaciones, las

cuales se encuentran en una zona en la que no era común encontrar construcciones comerciales. El total de metros cuadrados ofertados fueron aproximadamente 100.000 mts², donde el 50% de ellos se terminaron de vender con los certificados de la AGD y luego de la dolarización se estabilizó, dejando al país marcado por sucesivos shocks financieros, con la crisis bancaria del 1999, los gobiernos derrocados, limitando a los inversionistas nacionales y extranjeros. Pero, pese a lo antes expuesto, Guayaquil continuó con la transformación urbana, resultado de la gestión municipal y la colaboración de las empresas privadas.



Howard Johnson



Torre Sol I y II



Samborondon

Plaza



La Gran Manzana



Ciudad Colón

A finales del 2006 y empezando el 2007, encontramos que varios proyectos están a las puertas de salir al mercado como son: oficinas Puerto Santa Ana, Parque Empresarial Colón.

Adicionalmente, según los datos presentados por el departamento de Estadística del Municipio de Guayaquil, en los últimos 6 años se han otorgado permisos de construcción equivalentes a 199.600 metros cuadrados, denotando un incremento del 42% en relación al 2002 frente al 2006, donde se otorgaron permisos para residencia en diferentes zonas de Guayaquil demostrando el auge de las inmobiliarias y la aceptación habitacional. Así mismo, se observa una tendencia al alza del total de los metros construidos desde el 2002 hasta agosto del 2007.

Cuadro 2.4.1 Permisos otorgados en Guayaquil, expresados en metros cuadrados

Usos	Mts2 en miles					
	2002	2003	2004	2005	2006	Ago-07
Construcción	683	733	691	812	1.575	655
Residencial	316	309	298	350	451	272
Oficinas	7	12	11	19	7	8
Bodegas	100	50	71	93	71	73
Comercio	52	127	94	62	88	65
TOTAL	1.158	1.231	1.165	1.336	2.192	1.073

Fuente: Dep. De Estadística del M.I. Municipio de Guayaquil

Gráfico 2.4.1 Variación de los permisos de construcción otorgados desde el 2002 hasta agosto 2007.



Fuente: Dep. De Estadística del M.I. Municipio de Guayaquil

2.4.1 OFERTA NACIONAL

Se ha desarrollado una investigación, en la que se ha logrado divisar la mayoría de la oferta de nuevos proyectos de apartamentos comercializándose en la ciudad de Guayaquil, la cual asciende a 10 nuevos edificios, de los cuales quedan 8.902 mts2 por vender, representados en 54 apartamentos, con un promedio de 1060 mts2 y con valores sobre los US\$115.000 con tres dormitorios, dos y medio baños, cuarto de empleada, parqueos privados y algunos para visitas, sus acabados son de primera y cuentan con áreas de recreación y comunes como piscina, cancha de tenis, juegos infantiles y algunos otros jacuzzi, hidromasajes, sauna, gimnasio, salones para eventos, entre otros.

La forma establecida es de 30% de entrada que se cancela durante la construcción y el 70% contra entrega o a través de un crédito bancario.

Los apartamentos que ofrecen los proyectos anteriormente descritos son de metrajes inferiores como de 90 mts² y sus valores no sobrepasan los US\$90.00 y cuentan con las mismas especificaciones.

El mercado al que se han dirigido es familiar, los que nos hace suponer que La Torre Hotelera, será un éxito total debido a que no cuenta con las ventajas y características que ofrece este nuevo concepto adicionalmente se capta otra parte del mercado como son los empresarios, empresas, personas naturales que no residen en Guayaquil y que vienen dos o tres días a la semana, adicionalmente a las personas de tercera edad que quiere tomar su retiro en una zona tranquila y con todas las comodidades antes explicadas.

A continuación se presentará una lista de ofertas de departamentos en las mejores zonas de Guayaquil:

- **Costa Norte**

Ubicado en Kennedy Norte, por Fasinarm, este proyecto se ha empezado a vender desde septiembre de 2006, y en la actualidad no ha terminado la venta de los departamentos. La construcción inició en agosto de 2006 y la fecha de entrega es junio de 2007. Cuenta con 18 suites y 4 departamentos, distribuidos en 3 pisos, el área de los apartamentos va desde 45,80 y 81 mts², existen apartamentos de 1 y

2 dormitorios, valor promedio por apartamento es de US\$830 por mts², por ejemplo un departamento de 1 dormitorio de 4mts² cuesta US\$37.500, un departamento con 2 dormitorios de 80 mts² cuesta US\$66.000. La forma de pago es: se reserva con US\$5.000 30% cancelado hasta la entrega y el 70% crédito bancario. Los acabados son de cerámica-granito importados para la cocina. Cada departamento tiene un parqueo, cuyo valor está incluido en el precio del departamento, no cuenta con parqueos para visitantes, ni bodegas ni áreas de recreación. Aún no tiene definido el valor de la alícuota por mts².

- **Condominio Libertad**

Ubicado en Kennedy Norte, atrás de Mi Juguetería, este proyecto se ha empezado a vender desde octubre de 2006, y en la actualidad no ha terminado la venta de los departamentos. La construcción iniciará cuando se venda uno de los tres apartamentos y la fecha de entrega es de 6 meses después que empiece la construcción. Cuenta con 3 apartamentos y 3 pisos, el área de los apartamentos es de 95 mts², con 3 dormitorios, donde valor promedio por departamento es de US\$800 por mts². Cada departamento aproximadamente cuesta US\$75.000 La forma de pago es: con el 10% del valor se reserva, el 20% a 10 meses plazo y el 70% con crédito bancario. Los acabados son de primera, con diseño funcional. Cada departamento tiene un parqueo, cuyo valor está incluido en el precio del departamento, no

cuenta con parqueos para visitantes, ni bodegas ni áreas de recreación. Aún no tiene definido el valor de la alícuota por mts².

- **Europa II**

Ubicado en Kennedy Norte, atrás del Edificio de Porta, este proyecto se empezó a vender en mayo del 2006, en la actualidad ya están vendidos todos los departamentos. El edificio está listo para ser ocupado, la construcción finalizó. Cuenta con 9 departamentos, los cuales están distribuidos en 3 pisos. El área de los apartamentos es de 89 mts, el edificio es de 534 mts² en total. Cada departamento cuenta con 2 dormitorios, el valor promedio por mt² es de US\$831, costando aproximadamente US\$74.000 cada uno. La forma de pago es: el 10% del valor como reserva, el 20% a 10 meses plazos, y el 70% financiado con banco. El edificio cuenta con acabados de primera, cada apartamento cuenta con un parqueo al aire libre, el cual se encuentra incluido en el valor del departamento. No cuenta con parqueo para visitas, no posee bodegas, como área de recreación es la terraza, la cual se puede convertir en oficinas, aún no está definido el valor de la alícuota por mts².

- **Condominio Pórticos de la Kennedy**

Ubicado en la Kennedy Norte, junto al puente que une con Urdesa Norte, las ventas iniciaron en enero de 2006 y en la actualidad está vendido todos los apartamentos, el condominio ya está listo para ser ocupado. Cuenta con 18 apartamentos, distribuidos en 3 pisos. El

área de los apartamentos fluctúa entre 62, 90 y 118 mts² y el edificio tiene en total 1.600 mts². Algunos apartamos tiene 1, 2 y 3 dormitorios, cuyo valor aproximado por mts² es de US\$806 incluyendo parqueo. El precio de los apartamentos va de US\$50.000, US\$65.000 y US\$80.000. La forma de pago es: 40% del valor como entrada y el resto financiado con banco. El condominio cuenta con acabados de lujos con puertas eléctricas y pisos de mármol. Cada apartamento cuenta con 1 parqueo, el cual se encuentra incluido en el valor del mismo. No cuenta con parqueos para visitantes, ni bodegas, ni áreas de recreación. Aún no está definido el valor de la alícuota por mts².

- **Ciudad Colón**

Ubicado en Urdesa Norte, avenida Rodríguez Chávez y avenida Juan Tanca Marengo, este proyecto empezó la venta en octubre de 2005 hasta la actualidad. La construcción inició en octubre de 2006 y finalizará en octubre de 2007. Cuenta con 36 apartamentos de 1 y 2 dormitorios y 24 apartamentos de 3 y 4 dormitorios, distribuidos en 12 pisos por edificios. Los apartamentos de 1 dormitorio son de 70 mts², de 2 dormitorios son de 127 mts², de 3 dormitorios son de 164 mts² y de 4 dormitorios son de 183 mts²; el área total del edificio es de 3.882 mts². El valor promedio por mt² es de US\$900.00, los departamentos van de US\$62.000, US\$108.000, US\$143.000 y US\$164.000 de acuerdo al número de dormitorios, cuyos valores incluyen parqueos. La forma establecida de pago es la siguiente: el 30% del valor total y el

70% financiado con banco. Los acabados presentados por Ciudad Colón son de primera y de lujo. El edificio cuenta con 8 mts² para parqueos de los visitantes, además los departamentos de 2, 3 y 4 dormitorios poseen una bodega, al mismo tiempo existe un área de recreación, la cual estará dotada de un jacuzzi, un gimnasio, la piscina y áreas verdes en el club de la ciudadela.

Gráfico 2.4.1.1 Ofertas de departamentos en el sector norte por número de pisos y valor por metro cuadrado.



Elaboración: Autora

- **San Carlos Apartamentos**

Ubicado en los Olivos, atrás del colegio Balandra, este proyecto inició ventas en septiembre de 2006 hasta marzo de 2007

aproximadamente, la construcción iniciará cuando las ventas lleguen al punto de equilibrio, la entrega está programada para octubre de 2007. El edificio cuenta con 15 apartamentos distribuidos en 7 pisos, los cuales tienen área que va desde 120 a 140 mts², el edificio en total cuenta con 1.960 mts² en total. Cada apartamento cuenta con 3 departamentos, cuyo valor aproximado por mt² es de US\$770.00 y el valor de los apartamentos va desde US\$85.000 hasta US\$97.000. La forma de pago es: US\$5.000 como entrada, el 30% diferido a 12 meses y el saldo contra entrega. Los acabados son de lujo, el piso es de porcelana, yeso falso y la estructura es metálica. El valor de cada apartamento incluye un parqueo. No cuenta con área de parqueo para visitas, ni bodegas, y el área de recreación es una pequeña terraza.

- **Torre Albisola**

Está ubicada en los Olivos II, por el Mc Donalds, este proyecto inició ventas en septiembre de 2006 y aún no culmina ventas, la construcción inició en septiembre de 2006 y se tiene prevista la entrega para octubre de 2007. Cuenta con 13 apartamentos distribuidos en 5 pisos, cuya área varía desde 46.70 hasta 162.73 mts², de un área total de 1.238,53 mts². Existen 7 apartamentos de 1 dormitorio, 1 apartamento de 2 dormitorios, 3 apartamentos de 3 dormitorios y 2 apartamentos de 4 dormitorios. El valor promedio por mt² es de US\$802.69, y por apartamento varía desde US\$37.500, US\$86.000 y US\$111.500. La forma de pago establecida es: el 30% como entrada y el 70% financiado con banco. Los acabados son de

lujo, cada apartamento cuenta con 2 parqueos con bodegas, donde el valor de cada parqueo está incluido en el precio. No cuenta con parqueo para vistas y el área de recreación tiene piscina, bar y área social techada.

- **Vizcaya**

Ubicado en Colina de los Ceibos, las ventas iniciaron el 20 de septiembre de 2006 y aún no han finalizado, la construcción iniciará al llegar al punto de equilibrio y tentativamente se proyecta que la finalizará la construcción en mayo de 2008 (18 meses de construcción). El edificio cuenta con 60 apartamentos en total, distribuidos en 2 edificios de 10 pisos cada uno. El área va desde 72, 94 y 116 mts² y el edificio de 2.880 mts² en total. El valor de los apartamentos varía de US\$50.730, US\$60.670 y US\$71.555. La forma de pago es: 10% a la firma del contrato, el 20% a un año plazo y el 70% contra entrega. Existen apartamentos de 1, 2 y 3 parqueos cuyo valor está incluido en el valor de la compra. Cuenta con 130 parqueos para visitas, además cuenta con bodegas y un área de recreación dotada de BBQ, jardín, piscina y gimnasio en la terraza, además contará con un ascensor con vista panorámica.

- **Ciudadela Los Olivos II**

Ubicado en los Olivos II, detrás del colegio Alemán Humbolt, las ventas iniciaron en julio de 2005 y terminaron las ventas, la construcción inició en octubre de 2005 y ya está listo para habitar.

Cuenta con 6 apartamentos distribuidos en 3 pisos. El área promedio por apartamento es de 155.17 mts² y un área total del edificio de 982 mts², los cuales cuentan con 3 dormitorios y baños privados. El valor promedio por mts² es de US\$700.00, por apartamento es de US\$105.000 y US\$110.000. La forma de pago establecida es de: 10% a la firma del contrato, el 20% a un año plazo y el 70% contra entrega. Los acabados son de lujo y cada apartamento cuenta con 2 parqueos, los cuales están incluidos en el precio. No cuenta con parqueos para visitas, cuenta con 1 sola bodega para todo el edificio, el área de recreación está dotada de piscina, jacuzzi, BBQ y una sala para reuniones sociales.

- **Bosque Real**

Está ubicado por Ceibos norte, junto al campus de la ESPOL, las ventas iniciaron en septiembre de 2006, quedando un saldo por vender, el cual se estima que para abril de 2007 esté todo vendido, la construcción iniciará al llegar al punto de equilibrio. Cuenta con 90 apartamentos distribuidos en 5 pisos, los cuales van desde 85 mts² hasta 125 mts², dejando un total de 11.340 mts² de todo el edificio; el valor promedio por metro cuadrado de US\$755.00 a US\$830.00 y por apartamento de US\$62.655 hasta US\$89.540. El financiamiento es: US\$5.000 como entrada, el 30% diferido a 12 meses y el saldo con financiamiento bancario. Los acabados van a ser de lujo, el piso de porcelanato, yeso falso y estructura metálica. Cada apartamento cuenta con 1 parqueo, cuyo valor está incluido en el precio. No cuenta

con parqueos para visitas, ni bodegas, adicionalmente el área de recreación contará con juegos infantiles, cancha multiuso y de tenis.

Gráfico 2.4.1.2 Ofertas de departamentos en el sector vía la Costa por Número de pisos y valor por metro cuadrado.



Elaboración: Autora

- **Condominio Brisa Lago**

Está localizado vía a la costa Km. 12 urbanización Laguna Club, este proyecto inició ventas en agosto de 2006, hasta la actualidad; la construcción iniciará al vender el 70% del proyecto, y finalizará en mayo de 2008. Cuenta con 8 apartamentos (iguales a los 3 edificios que ya fueron vendidos) distribuidos en 4 pisos. El área de cada apartamento es de 133 y 174 mts², y el área total del edificio es de 1.328 mts², los cuales son distribuidos para 2 y 3 dormitorios. El valor promedio por mts² es de US\$871.00 y por apartamento de US\$120.000 y US\$153.000. La forma de financiarse es: 10% a la firma del contrato, el 70% a 18 meses plazo o 30% con crédito directo el 70% hipotecado a 10 o 15 años. Los acabados son con productos

importados, cada apartamento cuenta con 2 parqueos, cuyo valor está incluido en el precio. El parqueo para visitantes está destinado dentro de la urbanización, no cuenta con bodegas y el área de recreación está dotada con piscina, pista de jogging, pérgola, cascada, estanque, cancha, fuente, glorieta y lago.

- **Bilmore**

Ubicado en la ciudadela Tenis Club, junto al anexo del Tenis Club de Samborondón, las ventas iniciaron en agosto de 2006 y terminará en septiembre de 2007; la construcción iniciará en mayo de 2007 y culminará en diciembre de 2008. Cuenta con 20 apartamentos distribuidos en 10 pisos, donde el área varía desde 141.74 hasta 266.30 mts², de un total de 5.630 mts² por edificio. Los apartamentos pueden ser de 2 y 3 dormitorios, y el valor aproximado por mts² de US\$1.180 y por apartamento de US\$167.000, US\$184.000 y US\$314.000. La forma establecida de pago es: US\$2.000 para reservar, el 10% como entrada, el 20% a 15 meses plazo y el 70% con crédito bancario. Los acabados son de lujo y cada apartamento cuenta con 2 parqueos, cuyo valor está incluido en el precio final. Cuenta con parqueos para visitas, con 1 bodega por apartamento y el área de recreación esta dotada con una piscina temperada, gym, sauna, baños, máquinas, jacuzzi, área de estar para choferes, área de reuniones sociales.

- **Condominio Capella II**

Ubicado vía Samborondón Km. 2.5, las ventas iniciaron en junio de 2006, y ya está lista para ser habitada. Cuenta con 18 apartamentos, distribuidos en 3 pisos, cuya área es 107 mts² y el edificio de 1.926 mts² en total. Cada apartamento cuenta con 3 dormitorios y el valor promedio por mts² de US\$680.00 y por apartamento US\$73.000. La forma de financiamiento es: 30% como entrada y el 70% a 10 años plazo. Los acabados son de lujo y cada apartamento cuenta con 2 parqueos, cuyo valor está incluido en el precio total. No cuenta con un área establecida para parqueo de visitas, ni con bodegas ni área de recreación.

- **Aranda del Río**

Ubicado vía Samborondón Km. 2 ½, las ventas iniciaron en octubre de 2006, la construcción inició en diciembre de 2006 y culminará en noviembre de 2007. Cuenta 12 apartamentos, distribuidos en 3 pisos, donde el área aproximada por apartamento es de 137 mts² y el área total del edificio es de 1.644 ms², además cada dormitorio cuenta con 3 dormitorios. El valor promedio por mts² es de US\$815.00 y por apartamento va desde US\$109.600, US\$112.340 y US\$113.710. Los acabados son de lujo y cada apartamento cuenta con 2 parqueos cubiertos, cuyo valor se encuentra incluido en el precio total. El área destinada para parqueos de visitas es el que se encuentra dentro de la urbanización, no cuenta con bodegas y área de

recreación está dotada con piscina, juegos infantiles, gimnasio, sauna y salón para eventos en la terraza del edificio.

- **Bellagio**

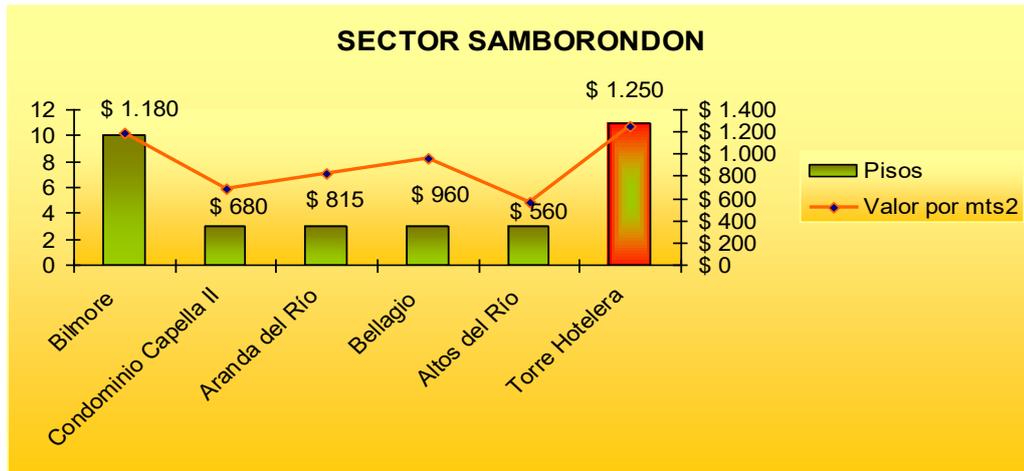
Está ubicado vía Samborondon Km. 5.0, las ventas iniciaron en septiembre de 2006, la construcción inició en septiembre de 2006 y finalizará en octubre de 2007. Cuenta con 24 apartamentos con vista al río y 24 apartamentos al área social, distribuidos en los edificios de 4 y 3 pisos. Cada apartamento cuenta con 3 dormitorios, el área va desde 95, 133 y 188 mts². El valor promedio por mts² es con vista al río de US\$960.00 y con vista al área social de US\$900.00 y el valor total de los apartamentos va desde US\$82.500, US\$120.000, US\$168.000 y US\$175.000. La forma de pago es: \$5.000 para reservar, el 30% durante la construcción y el 70% contra entrega. Los acabados son de primera y cada apartamento cuenta con 2 parqueos, cuyo valor está incluido en el precio. Cuenta con parqueos para visitas, y con bodegas además el área de recreación está dotada con 2 piscinas, spa, gym, juegos y áreas verdes.

- **Altos del Río**

Está ubicado vía Samborondon Km. 14, las ventas iniciaron en septiembre de 2006, la construcción inició en diciembre de 2006 y finalizará en octubre de 2007. Cuenta con 32 apartamentos distribuidos en 3 pisos, los cuales tiene un área aproximada de 125 mts² y en total 4.000 mts² por edificio. El valor promedio por mts² es

de US\$560.00 y por apartamento de US\$70.000. La forma de pago es: el 30% a 6 meses plazo y el 70% con crédito bancario. Cada apartamento cuenta con 2 parqueos, cuyo valor está incluido en el precio total. Cuenta con parqueos para visitas, con bodegas.

Gráfico 2.4.1.3 Ofertas de departamentos en el sector vía Samborondón por número de pisos y valor por metro cuadrado.



Elaboración: Autora

Las anteriores ofertas de departamentos en la ciudad de Guayaquil son competencia directa del proyecto en estudio, debido al concepto habitacional que se desarrolla mas no por el valor agregado que cuenta, ni la ubicación, creando así diferencias abismales, generando ventajas al proyecto.

2.5 PRECIOS

Guayaquil es una ciudad comercial y turística, generando así grandes oportunidades de inversión en el ámbito habitacional, por la regeneración urbana, el desarrollo cosmopolita, el incremento del comercio, y la plusvalía que ha adquirido ciertas zonas como en

especial el corredor comercial de la avenida Francisco de Orellana, ha generado que esta ciudad sea atractiva para invertir o para vivir. Es puerto principal y capital económica del país.

Está ubicado en una de las mayores zonas económicas de la ciudad, el paisaje que se logra observar desde el edificio que se construirá en dicha zona, mostrará el desarrollo urbanístico, arquitectónico de los edificios cercanos.

Las diferentes ofertas de departamentos en guayaquil tienen en promedio un precio ente US\$800 y US\$1.000, como observaremos en el siguiente cuadro.

Cuadro 2.5.1 Ofertas de departamentos y valor por metro cuadrado.

Nombre	Valor Promedio por Mts2
Torre Hotelera	\$ 1.250
Costa Norte	\$ 830
Condominio Libertad	\$ 800
Europa II	\$ 831
Condominio Pórtico de la Kennedy	\$ 806
Ciudad Colón	\$ 900
San Carlos	\$ 770
Torre Albisola	\$ 803
Vizcaya	\$ 800
Ciudadela Los Olivos II	\$ 700
Bosque Real	\$ 800
Condominio Brisa Lago	\$ 871
Bilmore	\$ 1.180
Condominio Capella II	\$ 680
Aranda del Río	\$ 815
Bellagio	\$ 960
Altos del Río	\$ 560

Elaboración: Autora

2.6 FORMA DE PAGO

- ♦ Se realiza una reservación con US\$1.000
- ♦ 10% a los 8 días de reservar, a la firma del contrato
- ♦ 50% será en cuotas iguales durante 24 meses, mientras dure la construcción, excepto la primera cuota que será cancelada en la primera y segunda cuota.
- ♦ El 40% a la entrega del inmueble con recurso propios o crédito hipotecario, y si es de contado se realizará un descuento del 3%, con un plazo de 30 días.

Esta forma de pago dependerá de la fecha de compra, a medida que acerque al término de la construcción variará de 45% a 55%, dependiente del tiempo de ventas.

Se fija un precio inicial promedio de US\$1.250 y cada parqueo en US\$11.000 el cual se establece de acuerdo a la zona y a la tendencia de precios de proyectos similares, como Torre Sol II, con precio de U\$1.200, Elite Building de US\$1.420. Considerando la ubicación, en zona comercial, bancaria y empresarial. El nivel de precios se establece para lograr obtener utilidades aproximadamente del 10%.

2.6.1 INCREMENTO DE PRECIO

Se fijará un incremento de precio con relación al valor inicial a medida que se vea una aceptación del cliente, donde espera un aumento del 3% después del punto de equilibrio.

A los clientes se los motivará con descuentos a mayor área o entrada, igualmente se premiarán con bonos para cenas en los mejores restaurantes a quienes refieran nombres de clientes que compren.

De acuerdo a datos presentados por la revista de la construcción hay una oferta de nuevos proyectos de apartamentos comercializándose en la ciudad de Guayaquil, la cual asciende a una oferta de 10 nuevos edificios y más de 50 ofertas de viviendas para familias cuyos miembros es mayor a 3 personas.

CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING

3.1 MISIÓN

Ofrecer un producto de calidad donde el cliente se sienta seguro y cómodo, donde pueda vivir junto a su familia y los inversionistas puedan recibir rentabilidad, dejando establecido una relación de confianza entre el consumidor y la inmobiliaria fundamentada en la calidad de los servicios que ofrece.

3.2 VISIÓN

Conseguir posicionarse en el mercado ecuatoriano, como un producto de calidad y competitivo frente a productos similares, captado el mercado objetivo, a través de un plan intensivo de marketing, antes y durante de las ventas, así mismo un servicio post venta, y lograr un plan de financiamiento acorde a las necesidades del cliente.

3.3 ANÁLISIS FODA

En este análisis se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes si se ejecuta este proyecto, con la finalidad de identificar los puntos fuertes y débiles para tomar medidas correctivas y mejorar la operación del producto.

3.3.1 FORTALEZA

- ♦ Estar ubicado en una de las más importantes zonas comerciales de Guayaquil.
- ♦ Cercanía con los centros comerciales más grandes, como Mall del Sol a 880 mts, San Marino a 1.360 mts, El Policentro

1.420m, bancos mas importante, empresas mas prestigiosas y centros de negocios como Centro Empresarial Las Cámaras a 260 mts, Edificio Centrum a 712 mts, Expoplaza a 110 mts.



- ◆ Estar a 2 minutos de uno de los edificios comerciales más importantes de la ciudad como es el World Trade Center, el cual alberga un sinnúmero de empresas importantes tanto nacionales como extranjeras.
- ◆ Estar a 2 minutos del Ministerio de Relaciones Exteriores
- ◆ Contar con el servicio de uno de los bancos mas importantes como el Pichincha a solo 2 minutos.
- ◆ El status profesional al estar cerca de uno de los edificios comerciales más importantes como es el World Trade Center, las Torres etc.
- ◆ Disponer de los servicios de un hotel 5 estrella, como es el Hilton Colón a 290 mts, el Sheraton a 820 mts.
- ◆ Dispone de restaurantes gourmet con variados platos y precios, sin requerir movilizarse grandes distancias.
- ◆ La cercanía a la Iglesia La Dolorosa a 35 mts, al Templo Mormón a 500 mts, a centros educativos como la Escuela Interamericana a 200 mts, el Jardín Infantes a 60 mts, la universidad ITSU y colegio Urdesa School a 1.420 mts, también

de áreas verdes y recreacionales como Complejo deportivo 2 Cerros a 640 mts, Parque Antonio Neumane a 580 mts, El Club de Leones a 1.340 mts.

- ♦ Las calles están perfectamente señalizadas y cuenta con semáforos en cada intersección, haciendo que el tránsito sea más ágil.
- ♦ Tiene acceso directo al servicio de transporte público, provisto de varios paraderos, adicionalmente las calles adyacentes sirven para descongestionar la circulación de vehículos particulares y al mismo tiempo sirven de acceso para otras zonas.
- ♦ Contará con servicios hoteleros, como servidumbre y lavandería, los mismos que serán contratados por la Promotora, dando facilidades y mayor comodidad a los copropietarios, olvidándose de conseguir a personas que hagan la limpieza y que sean de confianza, salvaguardando sus muebles y enseres.

3.3.2 OPORTUNIDADES

- ♦ Debido a la zona en que se encuentra ubicado y de los edificios futuros que se desarrollaran en la zona obtendrá una alta plusvalía.
- ♦ Diversificar y asegurar su capital al invertir en un inmueble.
- ♦ Contar con una practica forma de pago, donde el inmueble va adquiriendo mayor valor a medida que la construcción avanza.

- ♦ Las facilidades del servicio hotelero, donde no se preocuparán por los servicios básicos de aseo.

3.3.3 DEBILIDADES

- ♦ La percepción del precio que tienen los clientes debido a la adquisición de un apartamento.
- ♦ Al estar ubicada en un corredor comercial, se tiene dificultades en el ingreso y salida del mismo.

3.3.4 AMENAZAS

- ♦ Incertidumbre del cliente con el esquema de comprar un inmueble sin ver las edificaciones listas.
- ♦ Competencia de productos similares a precios menores.
- ♦ El auge de las urbanizaciones vía Samborondón.
- ♦ La apreciación del cliente referente al tiempo de entrega del inmueble, considerándola muy lejana.

3.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Se realizará una investigación al inicio del proyecto para descubrir las necesidades del mercado, y de las expectativas que generaría un proyecto inmobiliario en la zona, de la misma manera se identificará el perfil del cliente objetivo y el tipo de producto que demandarían.

Una vez establecidas las necesidades del consumidor, se realizará un estudio de mercado mas profundo, el mismo que establecerá las características específicas y el valor que estarían dispuestos a pagar.

Se deberá alimentar una base de datos recurriendo a diferentes fuentes como, los integrantes de la Cámara de Comercio, Asociaciones de industrias, asociaciones profesionales, miembros de clubes sociales etc., para seleccionar a los clientes potenciales de acuerdo al perfil establecido por la compañía.

Se debe empezar con el posicionamiento en la mente de los consumidores, por medio de estrategias, objetivos y campañas de información, para dar a conocer los beneficios y ventajas que hay al invertir en este producto, creando así una necesidad que será satisfecha con la adquisición de un inmueble. Establecer el producto con el concepto de status, inversión, plusvalía, seguridad, y alta calidad,

La penetración del mercado mediante estrategias a nivel nacional, las cuales no descuide a los clientes potenciales que viven en otras ciudades como Quito, Machala, Cuenca , Loja y demás ciudades que mantienen vínculos económicos y de negocios con

Guayaquil. El esfuerzo en la cobertura nacional está concentrado el 70% en Guayaquil y un 30% para el resto del país.

Las acciones que generen mayor demanda para lograr el cumplimiento de metas del proyecto, las cuales se enmarcan dentro de las actividades y tareas que se combinen y produzcan un efecto multiplicador:

- Las ventas externas, mediante la acción de la fuerza de venta directa, visita a clientes.
- Correo directo, mediante envío de material informativo a clientes diseccionados, utilizando una base de datos debidamente elaborada por el departamento de ventas.
- Solicitar a la Cámara de Comercio la lista de empresa para impartir información como es folletería, brief de información etc.
- Correo electrónico, desde el cual se enviara información básica del producto adicionalmente se enviará folletos, brochures.
- Telemarketing generando contacto con los potenciales clientes, dando una explicación resumida del producto que se ofrece y realizando citas con el personal adecuado para que gestione la venta.
- Preparación de un plan de medios: especialmente para televisión y revistas, donde se explique a los consumidores las ventajas de adquirir un inmueble.

Se planeará un evento de presentación y lanzamiento del producto con sus ventajas y beneficios, para lograr captar la atención e interés de futuros compradores, generando expectativa y ansiedad a la hora de que el producto salga a la venta.

Para lograr un nivel de ventas esperado, se deberá realizar estrategias de comunicaciones las cuales se basarán en programas de publicidad, promoción y merchandising.

La publicidad será a través de los diarios más importantes del país, para captar tanto el mercado guayaquileño, como otros sectores especialmente Quito, Manta, Machala. Aparte de la publicidad que salga en los diarios, hay que colocar estratégicamente vayas, banners tanto en las oficinas de la compañía como en el área de construcción, donde se informe sobre la venta de apartamentos.

Otros lugares importantes para promocionar el producto son en los malles, hoteles en los aeropuertos de las principales ciudades, facilitando folletería en las salas VIP.

A través del material de merchandising que se diseña: pósters, pendones que sean atractivos y convincentes sobre el estilo de las personas que van a adquirir un bien para toda la vida, ya sea como inversión o para uso personal, realzando el sinnúmeros de atractivos que contarán como son salones ejecutivos, locales.

3.4.1 PERFIL DE LAS ASESORAS

Las asesoras son capital humano fundamental para alcanzar el éxito de venta. Es imprescindible contar con el mejor personal con características particulares y altamente motivadas que genere un fuerte compromiso con el proyecto dando como resultado ventas pro activas. Son las encargadas de realizar la gestión de ventas del producto inmobiliario, las cuales deberán hacer planta en las oficinas, donde se recibirá a los posibles compradores y realizarán llamadas a otros clientes, los cuales serán proporcionados por una base de datos por la gerente de ventas y así mismo ellas generarán su propia base.

El perfil de las asesoras:

- ♦ Sexo: Femenino
- ♦ Edad: a partir de 23 años
- ♦ Nivel económico: Medio Alto – Alto
- ♦ Nivel académico: Superior o cursando
- ♦ Características: Gentil, Atrayente, fluidez verbal, inteligente, disciplinada, preferible con experiencia en ventas y con vehiculo. Por lo menos dos asesoras que dominen el inglés.

Las asesoras comerciales recibirán un programa de capacitación y entrenamiento durante una semana intensiva previa al lanzamiento del proyecto, donde la gerente de ventas y demás personal ejecutivo se encargarán de indicar el tipo de producto, descripción del medio y a quienes va dirigido. Adicionalmente el gerente técnico deberá explicar las especificaciones y diseños arquitectónicos para mejor entendimiento del producto, asimismo se explicará la política de reservación, el contrato de compra-venta a cargo del jefe de cobranzas y gerente de ventas.

Durante esa semana de capacitación, se explicará la política de bonificaciones y premios dirigido por los altos ejecutivos de la compañía, a cargo del gerente general, culminando así la capacitación de las asesoras comerciales, paralelamente ellas irán creando y generando su propia base de clientes, de acuerdo al perfil establecido por los ejecutivos.

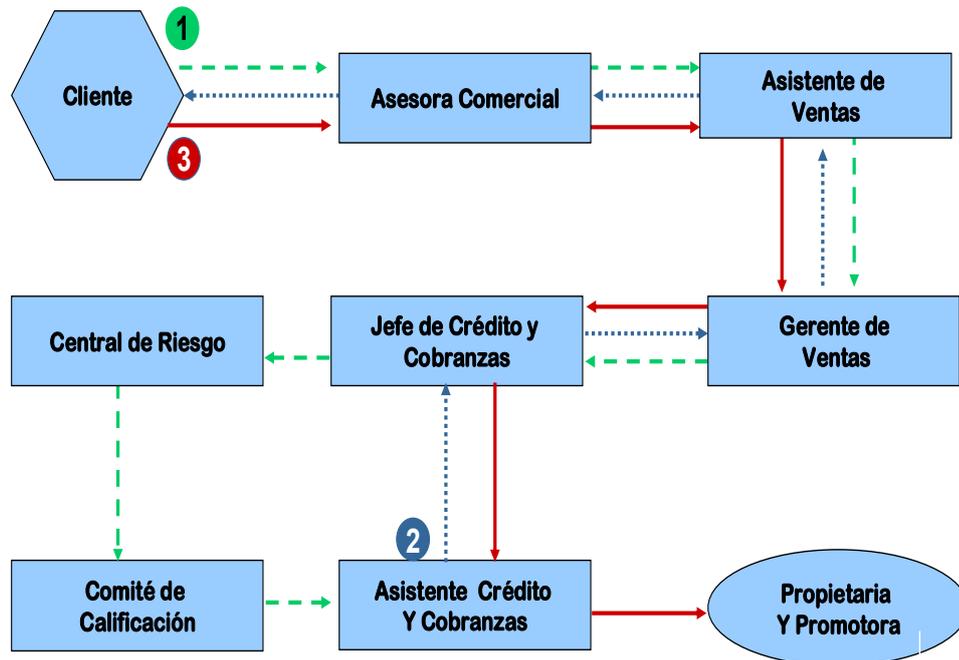
Se implementará un control de ventas por asesora, donde se especifique el presupuesto mensual de ventas en dólares un presupuesto de gestión de visitas y llamadas efectuadas, como parámetros para medir la eficiencia y tomar medidas correctivas si no cumplen con las metas.

3.4.1.2 POLÍTICAS DE COMISIONES Y BONOS

Se necesitan 8 asesoras para lograr cumplir las ventas promedio, para el número de meses establecidos y así lograr cumplir el punto de equilibrio. La remuneración de la fuerza de ventas estará compuesta por 3 elementos:

- Salario Básico: el cual consiste en movilización y se realizará un contrato de servicios prestados, el valor será de US\$300.
- Comisiones: por cada venta que realice, bajo las condiciones establecidas por la compañía, cada asesora recibirá el 1% y la Gerente Comercial comisionará el 0.50%
- Bonificación: de acuerdo a las metas establecidas por la gerente de ventas, la superación del presupuesto mensual generará una bonificación.
- Premio: de acuerdo al nivel de ventas como incentivo se crearán premios al primer, segundo y tercer lugar de ventas por metas superadas, resultado de la mejor gestión.

3.4.2 PROCESO DE VENTA



- 1 - - - Primer Ciclo (Emisión de Contrato con reservación + calificación del Cliente)
- 2 - - - Segundo Ciclo (Firma de Contrato - Cliente)
- 3 - - - Tercer Ciclo (Firma de Contrato – Promotor con 10% cuota entrada cancelada), 3 ejemplares

El proceso de ventas inicia con el acercamiento de la asesora al cliente, una vez concretada la venta, deberá pagar US\$1.000 para reservar y durante ocho días deberá cancelar el 10% de la entrada, los documentos del cliente, junto a la reservación la asesora, la misma que deberá entregar a la asistente de venta, quien la ingresa en el sistema, para que conste ese inmueble como reservado y nadie lo pueda vender, adicionalmente la asesora debe solicitar al cliente todos los documentos para realizar la calificación, la misma que se envía al departamento de cobranzas, quienes son los encargados de ingresar el dinero y de realizar las investigaciones financieras del

cliente, así mismo de su situación frente a los bancos y medir su capacidad de pago, esta calificación se realiza mediante un comité de calificación.

Una vez que el cliente haya sido aprobada su calificación crediticia se procede a emitir el contrato por parte del departamento de crédito y cobranzas, el mismo que le facilita a la asesora para que gestione la firma del mismo, previo visto bueno de la Gerente de Ventas.

Una vez que firme el contrato deberá cancelar el 10% durante ocho días máximo, de caso contrario si él no ha indicado otro plazo de pago, se anulará el proceso de ventas

3.4.3 PRESUPUESTO DE MARKETING

A continuación se detalla el presupuesto de marketing para llevar a cabo las estrategias de marketing, cabe recalcar que éste valor está dividido en 2 etapas, la primera que pertenece a los costo pre operativo donde se gastará aproximadamente el 20% del total asignado y el segundo que se efectúa durante el proceso de ventas y construcción que es el 80%.

El cerramiento del terreno será cercado con una valla publicitaria la misma que mostrará el nombre del proyecto y los datos de la promotora para realizar la compra.

Cuadro 3.4.3.1 Presupuesto de publicidad.

Presupuesto de Publicidad		
Tipo	Dólares	Porcentajes
Papelería, folletería	37.618.13	25%
Prensa escrita	44.689.00	30%
Stands	6.000.00	4%
Televisión	22.570.88	15%
Vallas Publicitarias	30.094.50	20%
Radio	5.500.00	4%
Investigación de mercado	4.000.00	3%
TOTAL	150.472.50	100%

Elaboración: Autora

El 25% del presupuesto de publicidad está destinado a la elaboración de papelería, folletería, brochures, volantes, etc., los mismo que serán entregados a los clientes interesados y vía courier a los clientes potenciales, y así lograr promocionar el producto.

El 30% será invertido en prensa escrita, de preferencia en La Revista del Universo los días domingos, donde se espera lograr que se realice el especial habitacional, donde se promocionan las ofertas de departamentos y casas.

El 4% está destinado para participar en un stand en la feria habitacional que se organiza en Guayaquil anualmente, para promocionar por medio de folletos, videos y asesoramiento de las

vendedoras del producto que se ofrece, así mismo se contará con una maqueta del modelo de la torre de departamento.

El 15% será invertido en televisión, donde se promocionará el producto en el horario nocturno, durante las noticias de canales más importantes.

El 20% del rubro de publicidad será gastado en vallas publicitarias, especialmente en el cerramiento del terreno, en el que se indicará el producto que va a ser construido, un valor aproximado en dólares, un metraje promedio y los números de contactos para que realicen sus compras.

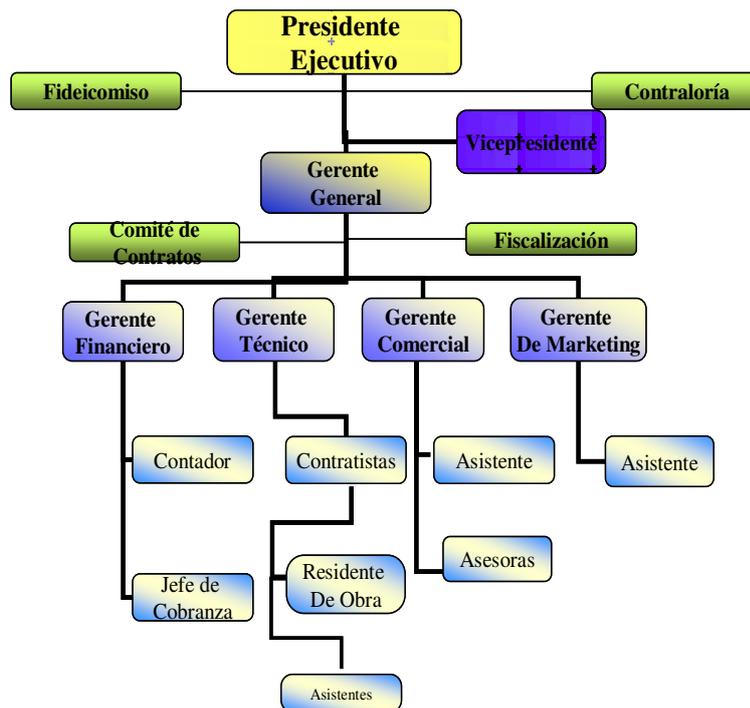
Solo el 4% se invertirá en radio, considerando que es un medio dirigido a otro nivel de consumidores, pero se lo toma en consideración por ser un medio de propagación rápido a nivel nacional.

El 3% del presupuesto será para realizar dos investigaciones de mercado, la primera servirá para definir cuáles son las necesidades de los consumidores, enfocados al tipo de producto de este estudio y cuál sería el perfil de los consumidores potenciales, la segunda investigación, ilustrará detalles sobre los consumidores potenciales, de cómo desearían vivir, cuáles serían las características del mismo, la aceptación a cierto nivel de precios. Las dos investigaciones son claras, para lograr definir el producto y el perfil de los clientes.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y ORGANIZACIONAL

4.1 ORGANIGRAMA



4.2 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

La inmobiliaria deberá estar dirigida por un Presidente Ejecutivo, quien se encargará de tomar las decisiones más importantes, y quien impartirá directrices de las funciones que ejercerán el Vicepresidente y los Gerentes.

El Vicepresidente reportará directamente al Presidente, quien se encarga de dirigir, y contratar a un Contralor, el mismo que se encargará de revisar y asegurarse que la operación del negocio está direccionada de manera adecuada, además será el encargado de tratar definir las condiciones del fideicomiso y de tratar directamente con ellos.

El Gerente General, se encargará de la parte operativa del negocio, abarcando la parte comercial del producto, la parte técnica, así mismo estará presente en las negociaciones mas importantes que se realicen, dirigiendo el comité de compras y adquisiciones, de la misma manera, el Gerente de Marketing y el Gerente Financiero deberán reportarle su gestión.

El Gerente Comercial tendrá a su cargo un asistente y a las asesoras, se encargará de vender y de promocionar el producto, así mismo deberá presentar informes al Gerente sobre su gestión, adicionalmente trabajará en forma conjunta con el Gerente de Marketing el mismo que deberá identificar el medio de comunicación apropiado para promocionar el producto. Deberá motivar a las

asesoras, quienes a su vez deberán informar y presentar los beneficios del producto a los clientes.

El Gerente Técnico es el encargado de realizar el estudio técnico del producto, de la elaboración de las bases de los concursos de las diferentes ingenierías, de elaborar presupuestos. Adicionalmente los contratistas reportaran los avances de construcción, los mismos que serán controlados por un Fiscalizador, quien tendrá un residente de obra igualmente que el Gerente Técnico.

El Gerente Financiero, se encargará de realizar el pago de sueldos, honorarios, servicios básicos, todos los gastos relacionados con el proyecto. Así mismo tiene bajo su control al Contador y el Jefe de Cobranzas, el mismo que se encargará de realizar las recaudaciones de dinero y de realizar los balances de la compañía, de hacer lo pagos legales etc.

CAPÍTULO 5

ESTUDIO TÉCNICO

5.1 MARCO LEGAL

Para la construcción de la torre de departamentos es requisito fundamental obtener el permiso de construcción otorgado por el Ilustro Municipio de Guayaquil. Los pasos para su obtención son los siguientes:

1) Sacar las normas de edificación, presentando los certificados de:

- Planos de levantamiento planimétrico
- Copia de la escritura del predio
- Certificado de no adeudar al Municipio
- Certificado de avalúo

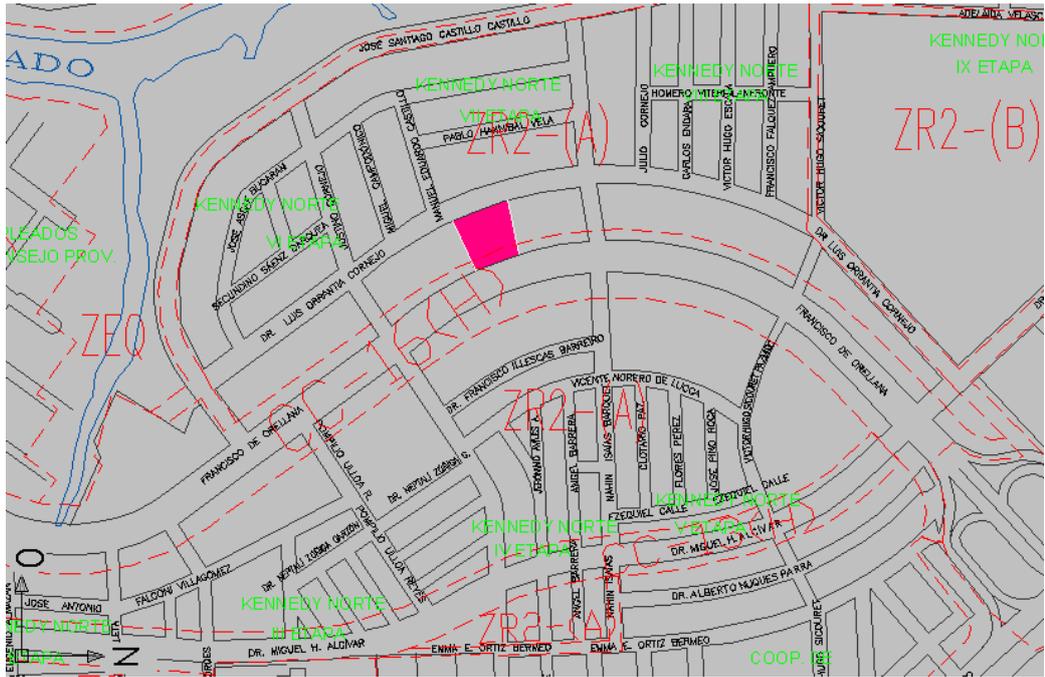
2) La aprobación de construcción, toda vez que han aprobado y entregado los requisitos anteriores, adicionalmente se deberá entregar lo siguiente:

- Estudios con sus respectivos planos de alcantarillado, agua potable, pluvial, instalaciones eléctricas, hidrosanitarias, telefónicas etc.
- Planos del loteo
- Pagos a los respectivos Colegios de Ingenieros Civiles y de Arquitectos

5.2 NORMAS DE EDIFICACIÓN

Las Normas de Edificación 2 son los parámetros establecidos por el M. I. Municipio de Guayaquil que establece características de edificación permitas por zona. En Guayaquil el órgano regulador es el M.I Municipio de Guayaquil, donde se encuentran los permisos de construcción, los tipos de construcción y las características. De acuerdo a la zona donde se va a desarrollar el proyecto, las Normas de Edificación varían.

² *Normas de Edificación, establecido por el M.I. Municipio de Guayaquil*



5.2.1 USOS PERMITIDOS

- Vivienda
- Servicios prestados a las empresas; finanzas, seguros, inmobiliarios.
- Servicio personales diversos.
- Hoteles, casa de huéspedes y otros lugares de alojamiento.
- Comercio al por menor o al detalle.
- Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas.
- Bibliotecas, museos y otros servicios culturales.

5.2.2 USOS CONDICIONADOS

En áreas planificadas y autorizadas, separadas con espacios públicos del uso residencial, se admite:

- Clubes de deportes, estadios y piscinas, en lugares cubiertos y cerrados sin concurrencia masiva de espectadores.
- Ferias de exposición de industrias, agricultura.
- Centro comerciales que incluyan comercio al por menor y servicios comerciales, servicios comerciales de diversión, vídeo y juego, instituciones monetarias, productores teatrales y servicios de esparcimiento si se controlan emisiones sonoras.
- Expendio de combustibles para el hogar y automotores, si se cumplen medidas de seguridad previstas por Ley de ordenanza de gasolineras y estaciones de servicio.
- Escuelas primarias y secundarias y otras escuelas si cumplen normas de Ley y código municipal de arquitectura.

En solares independientes no combinados con otros usos, se admite:

- Salud y asistencia social, en solares 300 a 600 m² de área y 15 a 20 m de frente.
- Recepción, conducción o despacho de información alámbrica o inalámbrica por medios mecánicos, eléctricos, electrónicos u ópticos, si se controlan emisiones que afecten a vecinos.
- Seguridad, gobierno y administración pública y defensa, restringidas a dependencias administrativas.
- Instrucción pública, condicionados a normas de ley y código municipal de arquitectura.

- Organizaciones religiosas si controlan emisiones sonoras
- Asociaciones comerciales profesionales y laborales, si se controlan emisiones sonoras.
- Estaciones de servicio o gasolineras, si se cumplen medidas de seguridad previstas por: Ley ordenanza de gasolinera y estaciones de servicios.
- Educación preescolar en solares de al menos 600 m², si se controlan emisiones de ruido, olores y vibraciones, servicios médicos sin servicio de hospitalización en máximo 2000 m² de terreno, cafeterías salones de te y restaurantes, en solares de entre 350 y 600 m².

En mismo solar combinado con otros usos se admite:

- Servicios de esparcimiento: videos de juegos.
- Carnicerías, pescaderías y mariscos son admisibles en locales dotados de instalaciones frigoríficas
- Servicios prestados a las empresas, cuya área será máxima el 25% de la de residencias unifamiliares y hasta 400 m² en plurifamiliares.
- Servicios comerciales diversos, en locales de al menos 30 m².

5.2.3 USOS PROHIBIDOS

- Cabarets, discotecas, etc., salas de billar, bowling, etc. Y vídeo, juegos, etc.

- Industria pequeña, mediana y grande, de bajo mediano y alto impacto e industria peligrosa.
- Venta de gas, depósito, almacenamiento o bodegaje de mercaderías.
- Hospitales, sanatorios y similares.
- Bares, cantinas y similares.
- Comercio al por mayor.
- Hipódromos y plazas de toros.
- Lubricadoras, plomero y hojalatero, y vulcanizadoras.
- Botillería: depósitos de vinos, licores y bebidas alcohólicas, ventas de papas, ataúdes, verdulerías, baldisas, casas prefabricadas, rodantes, hierro, lubricantes y afines, madera, materiales de construcción,
- Servicios de esparcimiento: clubes de deportes, parque y salas de atracción, circos, pistas de patinaje.
- Cabañas, hosterías, moteles, y casas de citas y otros establecimientos de alquiler de habitaciones.
- Instalaciones para la comunicación, transporte, energía, agua

5.2.4 NORMAS GENERALES

Art.14. Indicadores de Edificabilidad.- Las condiciones de edificabilidad constan en los cuadros Normas de Edificación, anexos e inherentes a esta Ordenanza y se desarrollan en atención a los siguientes indicadores: **ANEXO: 2**

14.1. Frente del lote o solar.- De acuerdo a frentes mínimos exigibles en las diversas subzonas se regula la altura de las edificaciones. En caso de que los lotes o solares existentes no satisfagan dichos mínimos, se permitirá edificar hasta dos plantas en aquellos medianeros y esquineros cuyos frentes sean de al menos tres y seis metros (3 y 6 m.), respectivamente, de acuerdo a los coeficientes de la correspondiente subzona y consignados en los cuadros Normas de Edificación.

14.2. Área del Lote o Solar.- Constituye el indicador que permite tipificar una subzona. En casos en que una subzona se encuentre lotes o solares con áreas menores a las tipificadas como propios de aquella, los mismos se acogerán a las Condiciones de Edificación de la Subzona en que tal tamaño de lote o solar se registre. Esta disposición no constituirá argumento para autorizar subdivisiones en áreas menores a las establecidas para la subzona de la que forman parte. El área del terreno es 3.348 mts².

14.3. Densidad Poblacional.- Permite cuantificar la utilización urbanística del suelo, para lo que se establecerá el número de habitantes u ocupantes permanentes de una edificación, multiplicando el área del lote o solar por la densidad neta establecida para la correspondiente subzona.

Densidad = 502

ANEXO: 3

Para la estimación del número de habitantes imputables a un proyecto de edificación de uso residencial, el cálculo de la densidad neta se realizará estimando lo siguiente:

Dos personas para el dormitorio principal.

Una persona por cada espacio habitable cuya privacidad esté asegurada por algún componente de cierre o puerta.

14.4. Intensidad de edificación:

a) Coeficiente de Ocupación del Suelo (COS), correspondiente a la relación entre el área máxima de implantación de la edificación y el área del lote.

$$\text{COS} = 2.176$$

ANEXO: 3

b) Coeficiente de Utilización del Suelo (CUS), correspondiente a la relación entre el área de construcción y el área del lote; para el cálculo de este componente no se considerará la parte edificada hacia el subsuelo, ni las destinadas a estacionamientos para servicio de sus residentes, ni las destinadas a instalaciones técnicas del edificio.

$$\text{CUS} = 26.784$$

ANEXO: 3

CAPÍTULO 6

INFORMACIÓN FINANCIERA

En este capítulo se va a determinar cuáles son los requerimientos financieros y el e impacto que genere la construcción de este proyecto.

6.1 INVERSIÓN

La inversión inicial comprende parte del terreno y el capital de trabajo, estos rubros son de vital importancia antes de iniciar la operación del proyecto, cuyos costos deben incluirse solo si se decide llevar a cabo. El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación del normal del proyecto, donde se utilizó el método de déficit máximo acumulado.

En este proyecto se plantea, como inversión inicial el 20% del valor del terreno, equivalente a US\$435.240, valor que será pagado en el tiempo 0 y durante 25 meses se pagará el valor de US\$69.638.

El cálculo del capital de trabajo se estimó por el método del déficit acumulado máximo de los primeros doce meses, debido a que las ventas no se generan inmediatamente y al saldar con los egresos hay un déficit que es suplido en meses posteriores. El valor equivalente al capital de trabajo es US\$492.443. A

Cuadro 6.1 Inversión inicial

INVERSION INICIAL DÓLARES	TOTAL
TERRENO (20% DEL VALOR TOTAL)	435.240
CAPITAL DE TRABAJO	492.443
TOTAL INVERSION INICIAL	927.683

Elaboración: Autora

6.2 COSTOS

6.2.1 COSTOS HUNDIDOS

Los costos hundidos son aquellos costos que el mentalizador del proyecto debe asumir al generar la idea principal, así sea que se realice o no el proyecto.

Los costo que deberá asumir son: el estudio de suelo, donde se identifica el mejor terreno y que tipo de proyecto se puede construir de

acuerdo a las características y condiciones, adicionalmente se deberá incluir el estudio topográfico el mismo que deberá ejecutarse paralelamente al estudio de suelo, el que define el tipo de suelo, cual va a ser la cimentación y cual es la medición exacta.

Una vez establecido que el terreno es el adecuado, se deberá contratar a un calculista quien se va a encargar de identificar cual va a ser el peso que puede soportar dado el bosquejo que el arquitecto indique sobre el diseño del edificio, el número de pisos, cuantos departamentos de acuerdo a los parámetros del calculista, con estas ingenierías se definir cual va a ser el producto, las características superficiales, así mismo se deberá investigar cuales el la norma establecida por el Municipio de Guayaquil, para ejecutar este proyecto.

Se ha estimado que se gastarán alrededor de US\$2.500 en la investigación de mercado, en Guayaquil, para medir la acogida y aceptación del producto que es planteado por el arquitecto.

Se gastará aproximadamente un total de US\$16.500, para identificar el producto, las condiciones del mercado y si el terreno es el adecuado para desarrollar una torre de departamentos, este valor deberá ser asumido por el dueño de la idea.

6.2.2 EGRESOS

La Torre Hotelera contará con 11 pisos, el material que se usará es de hormigón armado, y se realizarán concursos para las diferentes ingenierías, donde se negociará el precio y los materiales para la construcción, además será supervisado por un Ingeniero o Arquitecto que se encargará de verificar todo el proceso desde el pilotaje hasta el acabado.

Los costos están resumidos en 8 grandes rubros, que comprende los siguientes: ANEXO# 4

El Terreno, es uno de los rubros más importantes, debido a que el precio que se negocie por la tierra influirá en el nivel de costos de construcción. Casi el 30% de los costos corresponde al terreno y al pilotaje.

El rubro de construcción abarca desde obra gris, hasta las instalaciones más importantes para el funcionamiento del edificio. Aproximadamente el 53% corresponde a este rubro del total de costos de construcción. Es de vital importancia realizar el cálculo exacto sino puede ocasionar un desbalance en el flujo.

La Dotación del edificio corresponde a las áreas comunes, el hall de la entrada, los corredores, los jardines, el área de la piscina, donde

se ha destinado el valor de US\$60.000 para la compra de todos los muebles, lámparas, alfombras etc. para crear un ambiente acogedor y moderno como los edificios más importantes del mundo.

Los Honorarios Profesionales, son parte de la columna vertebral del proyecto, donde se encuentran las principales ingenierías que lo definen, desde el diseño arquitectónico hasta el estudio de suelo. Parte de estos rubros son imprescindibles contratarlos en el período de pre operativos, debido a que definirán la viabilidad técnica del proyecto, donde los contratantes deberán negociar la forma de pago, para que parte del estudio sea solo pagado en pre operativos y la diferencia en cuotas hasta terminar la construcción.

Los Honorarios de Construcción de Obra, corresponde a lo que se contemplará pagar al Fiscalizador de la obra, quien se encargará de llevar un control minucioso de el dinero que se desembolse, dando fe del avance físico y aprobando los pagos de acuerdo a dicho avance, el Constructor, es el responsable directo de contratar a los obreros y personal que se encargarán de realizar la gestión de construcción y por último está el Gerente Técnico quien llevará un control paralelo con el fiscalizador y será el intermediario entre el fiscalizador y a la promotora, así mismo deberá aprobar las solicitudes de pagos que serán previamente aprobadas por el fiscalizador.

Es imprescindible definir cuales son los permisos y tasas que se deberán pagar para realizar este proyecto inmobiliario, así mismo ciertas tasas y permisos deberán cancelarse antes de la construcción para saber en que fecha podrá iniciar.

En la actualidad los inversionistas, compradores, quieren disminuir su riesgo, por lo que exigen que los proyectos donde ellos van a depositar su dinero sea administrado por un Fideicomiso quien se hará cargo de sus intereses, generando mayor confianza y garantizando el buen uso de sus recursos.

El rubro de publicidad y comisiones, es importante desde el inicio del proyecto ya que no solo se encargará de introducir el producto al mercado sino de medir como se encuentra, es decir que con el estudio de mercado se cuantificará las necesidades, el perfil, y condiciones del cliente potencial, así mismo una vez identificado el perfil se deberá contratar al personal indicado para realizar la gestión de venta del producto, por tal motivo en este rubro se incluye las comisiones de las asesoras, las mismas que ganarán el 1% por venta y serán incentivadas con premios adicionales por metas superadas, así mismo la gerente ganará el 0,5% por comisiones.

6.3 INGRESOS

Los ingresos de éste proyecto, se definen por la venta de departamentos y parqueos y el otro ingreso por servicios hoteleros. El

por metro cuadro para la venta de los departamentos es de US\$1.250, para un área promedio de 45 a 80 mts², se estable el supuesto de ventas del 6% durante el primer mes, el 8% durante el segundo mes; considerando que el producto está iniciando el proceso de aceptación; y el 10% durante el tercer mes y un nivel de ventas del 13% durante el cuarto al séptimo mes, considerando que en estos meses, el mercado ha llegado a conocer mejor el producto, impactando fuertemente el mercado al introducir el producto; después el nivel de ventas será menor, debido a que se ha logrado vender el 79% de los departamentos y parqueos, quedando un 24% que será vendido en los últimos tres meses. **ANEXO #5**

Una vez establecido las ventas por mes se deberá a proceder a cuantificar el nivel de entrada de dinero de acuerdo a las ventas y las políticas de compra establecidas donde el 10% se deberá cancelar al firmar el contrato, el 50% se deberá financiar durante la construcción, quedando un saldo del 40% el mismo que deberá ser cancelado con crédito directo o de contado, otorgando un descuento del 3% si el pago es dentro de los primeros 30 días.

Las ventas se realizaran durante 10 meses y las recaudaciones serán durante los 24 meses de construcción. Una vez que se logre el punto de equilibrio de ventas, es decir se haya logrado vender el 60%, dará inicio al periodo de construcción.

CAPITULO 7

EVUALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA

7.1 TASA DE DESCUENTO

Para realizar el cálculo de la tasa de descuento o tasa de capital propio, que representa la tasa de retorno exigida a la inversión realizada en un proyecto, la misma que corresponde a aquella rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos propios en proyectos con riesgos similares, se la calcula en base a la siguiente ecuación:

$$K_p = R_f + [E (R_m) - R_f] \beta + \Theta$$

Donde:

K_p → tasa de capital propio

R_f → tasa libre de riesgo = 4.25%³

B → beta = 0,9⁴

$R_m - R_f$ → tasa de mercado y tasa libre de riesgos = 8.4%⁵

Θ → Tasa de riesgo país = 6%⁶

Remplazando estos valores obtenemos un costo capital propio

$K_p = 17,81\%$. ANEXO #6

7.2 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un estado requerido que reporta las cantidades recibidas y pagadas en efectivo durante un periodo específico.

ANEXO #7

7.3 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto establece que un proyecto debe aceptarse como viable si su valor actual es igual o superior a cero, cuyo flujo es una diferencia entre los ingresos y gastos.

Su formulación matemática es la siguiente:

³ Fuentes, Standard and Poor's

⁴ Fuentes, Ibbots and Associates

⁵ Fuente, Banco Central del Ecuador

⁶ Fuente, www.yahoofinance.com

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde:

Y_t → representa el flujo de ingresos del proyecto

E_t → representa el flujo de egresos del proyecto

I_0 → la inversión inicial en el momento cero de la evaluación.

La tasa de descuento que se usa para descontar el flujo es la obtenida de acuerdo al k_p (tasa de capital propio) obtenido en el capítulo anterior. Según este criterio y con una tasa del 17,81%, el proyecto presenta un valor actual neto de US\$214.316. **ANEXO # 7**

Con un VAN positivo y mayor a 0 el proyecto se considera económicamente viable.

7.4 TASA INTERNA DE RETORNO

Este criterio evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por período con lo cual los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, es decir aquella tasa que hace 0 el valor actual.

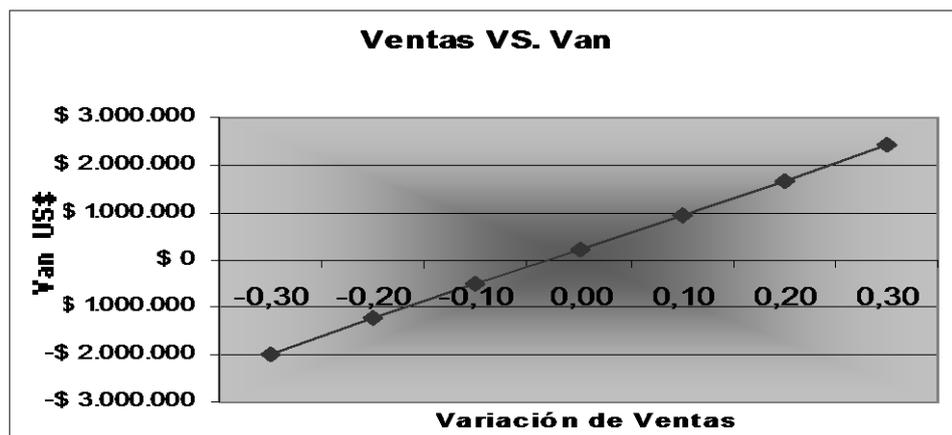
La tasa una vez calculada se la compara con la tasa de descuento de capital propio. Si la TIR es igual o mayor que ésta, el proyecto debe aceptarse y si es menor, debe rechazarse. Para éste proyecto la

TIR es 22.32%, tasa superior a la tasa de descuento, lo que nos indica que el proyecto se acepta. ANEXO # 7

7.5 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Esta es una herramienta que se utilizará para identificar los cambios que se producen en la tasa interna de retorno y valor actual neto del flujo de caja, al modificar variables importantes en la construcción del proyecto. ANEXO # 8

Gráfico 7.5.1 Ventas versus valor actual neto

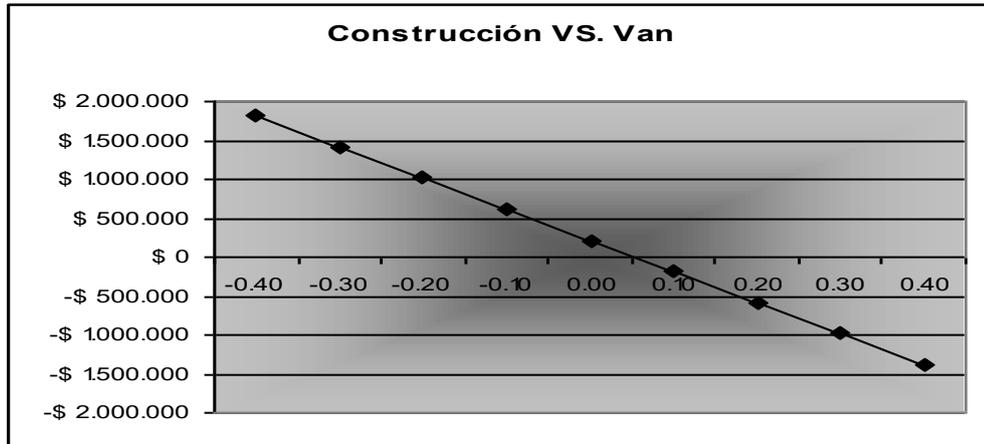


Elaboración: Autora

Cualquier acrecentamiento en las ventas hará un incremento en el VAN, con el aumento del 10% el VAN inicial varía mas del triple, creando un panorama favorable ante un posible aumento del precio de ventas.

Por otro lado, una disminución del 10% del precio de ventas, afecta negativamente el VAN, generando un escenario desfavorable frente una disminución del precio.

Gráfico 7.5.2 Costo de Construcción versus valor actual neto



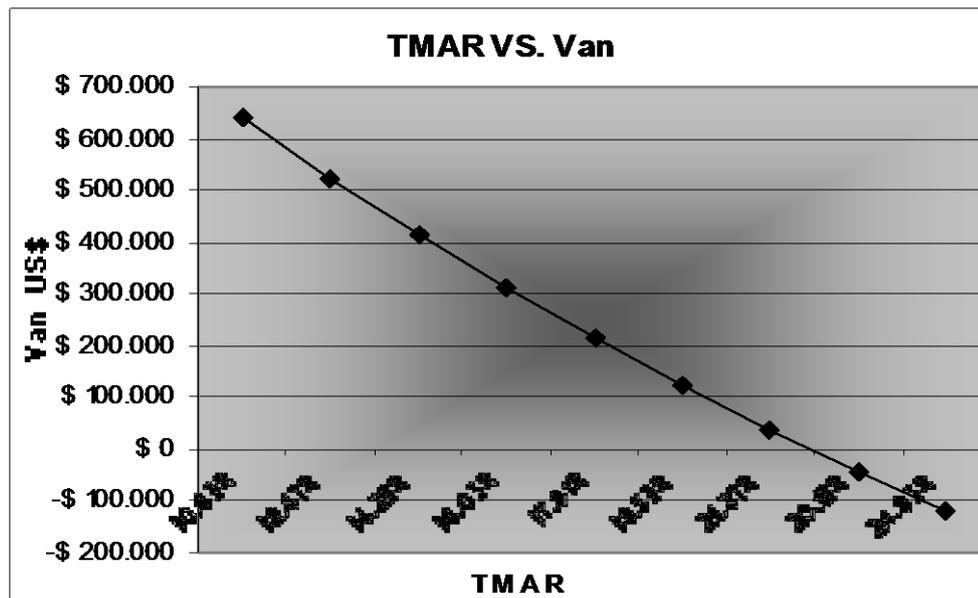
Elaboración: Autora

Frente a un aumento del 5.37% de la variable costo de construcción, el VAN es igual a 0. Denotando que es una variable muy sensible frente a cambios negativos y positivos.

Con un aumento del 10% del costo de construcción, el VAN es negativo y disminuye más del 100% del valor inicial. Creando escenarios negativos para el proyecto.

Por otro lado, con una disminución del 10% del costo, el VAN es positivo y aumenta casi un 200%, detonando que es una variable sensible a los cambios.

Gráfico 7.5.3 Tasa mínima atractiva de rentabilidad versus valor actual neto



Elaboración: Autora

La intención al realizar este gráfico es mostrar los efectos que tendría cambios en la tasa mínima atractiva de retorno, provocando cambios en la tasa libre de riesgo y en la prima de mercado. Claramente se observa que el proyecto sigue teniendo valor actual neto positivo, incluso cuando existen grandes variaciones en la TMAR, hasta un aumento del 29%. Se puede concluir que la TMAR es una tasa que al variar no tiene grandes efectos en la viabilidad del proyecto.

SENSIBILIDAD CON PARISI MC

El objetivo primordial del análisis de sensibilidad es incorporar información a los resultados pronosticados del proyecto, con el propósito de medir cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros decisivos.

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. La evaluación del proyecto será sensible a las variaciones de uno o más parámetros sí, al incluir estas variaciones en el criterio de evaluación empleado, la decisión inicial cambia.

Dependiendo del número de variables que se sensibilicen en forma simultánea, el análisis puede clasificarse como unidimensional o multidimensional. El análisis unidimensional, la sensibilización se aplica a una sola variable, mientras que en el multidimensional se examinan los efectos sobre los resultados que se producen por la incorporación de variables simultáneas en dos o más variables relevantes.

Análisis Multidimensional

Para la interpretación de los resultados obtenidos en el presente proyecto se ha utilizado el análisis de sensibilidad en base al programa de simulación "PARISI MONTE CARLO"

Parisi MC es un programa computacional que permite realizar simulaciones de Monte Carlo, con el objetivo de incorporar en la evaluación de proyectos y en la valoración de compañías el riesgo y la variabilidad que presentan las variables en estudio. La utilidad del

programa Parisi MC radica en que es una herramienta útil en el proceso de evaluación de proyectos de inversión y en el proceso de valoración de empresas, ya que permite:

1. Sensibilizar las principales variables que afectan los resultados del proyecto en cuestión, es decir, aquellas variables que presentan el mayor impacto marginal sobre los resultados de la evaluación.

2. Lo anterior significa que el programa de simulación posibilita asignar una distribución de probabilidades y un rango de fluctuación a variables tales como el precio, las unidades vendidas, el costo de ventas, etc. Además, permite observar el impacto que tiene la variabilidad, no sólo de uno sino de muchos factores a la vez, sobre los resultados del proyecto.

3. Así, el tradicional análisis de sensibilidad basado en la concepción de un escenario pesimista, moderado y optimista queda obsoleto, ya que el programa permite la realización de centenares de iteraciones y, con ello, la simulación de centenares de posibles escenarios futuros de centenares de posibles. ⁷

4. Además, la sensibilización de las variables claves del proyecto tiene como efecto la sensibilización indirecta del flujo de efectivo futuro que se espera genere el proyecto y el valor actual neto (VAN) de éste.

⁷ *Simulación de Monte Carlo. Dr. Antonino Parisi F., MBA, Universidad de Chile, Julio de 2004.*

De esta forma, se genera una distribución de probabilidad para el VAN, lo cual permite estimar un rango dentro del cual fluctuaría el VAN mas probable del proyecto, sujeto a una determinada probabilidad de ocurrencia.

5. Lo descrito en los puntos (3) y (4) cobra relevancia, ya que la estimación puntual es sustituida por la confección de intervalos de confianza para la variable proyectada (el VAN), lo cual torna el análisis más realista y mejora sustancialmente la capacidad predictiva del estudio

En base al análisis desarrollado en el presente proyecto, se obtuvieron los siguientes resultados, realizando 10.000 escenarios se obtuvieron las siguientes estadísticas generales:

Variación de Ventas- Terreno + Construcción	
Estadísticas Generales	
Número de variables	3
Número de Iteraciones	10000
Media	218765.905
Desviación Estandar	776411.001
Varianza	6.0281E+11
Valor Mínimo	-2812144.26
Valor Máximo	3093200.23
% Negativo	39%

Se destaca el grado de sensibilidad que tiene el proyecto, donde se determinó 2 variables relevantes:

- ♦ Ventas
- ♦ Costo de Construcción

El 39% de los escenarios estimados, presentan resultados desfavorables para el proyecto; ya que el VAN, es menor a cero, de los cuales el valor mínimo alcanzado dentro de estos escenarios es de -US\$2.391.623,52.

Cabe mencionar que el 61% de escenarios favorables para la ejecución del proyecto, el valor máximo del VAN, es US\$2.640.791, superando todas las expectativas, generando mayor confianza en la realización del mismo. ANEXO # 8A

Análisis Unidimensional

Al realizar el análisis unidimensional de las variables relevantes del proyecto, se determinó que las variables de mayor impacto que afectan el flujo y por ende de la rentabilidad del mismo son: los precios de ventas y el costo de construcción, las cuales con un total de 37% y 29% de escenarios negativos respectivamente, lo que significa que son las mayor influencia al momento de decidir la ejecución del proyecto. ANEXO #8B Y ANEXO #8C

Se puede concluir que la variable más sensible, que afectan negativamente o positivamente el proyecto es el precio de ventas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este proyecto presenta las siguientes conclusiones:

- Guayaquil se encuentra en el mejor momento para realizar proyectos inmobiliarios, especialmente en las zonas comerciales, como la avenida Francisco de Orellana.
- Considerando el auge de proyectos inmobiliarios y la aceptación de la modalidad de pago, que se realiza antes de tener el bien, hace que este proyecto sea consecuente con la forma de realizar la venta de departamentos.
- La modalidad de ventas a crédito sin pagar tasas de intereses, hacen que la construcción se pague de las mismas cuotas de los clientes, sin necesidad de tener físicamente el inmueble.

- Las ofertas inmobiliarias de Vía la Costa y Samborondón de departamentos es muy limitada, debido a que su producto principal son las casas, por tal motivo, este proyecto es muy aceptado y acogido.
- El desarrollo económico de Guayaquil, ha hecho que muchas empresas se vean en la obligación de adquirir un departamento y no tengan que realizar gastos de hotel.
- Una de las mejores inversiones que se pueden hacer son en departamentos, ya que se encuentra en pleno corredor comercial y el aumento de su plusvalía.
- El éxito de este proyecto se basa en estar dirigido a diferentes grupos, como empresariales, parejas jóvenes y jubilados.
- Los beneficios del proyecto no solo permiten recuperar la inversión, sino generar una tasa de retorno más atractiva que la tasa de mercado.
- El VAN y la TIR del proyecto, dado el flujo de caja se obtuvo US\$214.336 y 22.32%, respectivamente, lo que significa que el proyecto, económicamente viable.
- El VAN oscila entre -US\$2.706.131 y +US\$3.609.729, al sensibilizar las 2 variables mas importantes, el precio de venta y costo de construcción.
- De los análisis de sensibilidad se observó que la variable más sensible a cambios negativos o positivos es el precio de ventas, con 37% de escenarios negativos, seguido por

la variable, costo de construcción, con 29% de escenarios negativos.

Entre las recomendaciones se puede señalar:

- Tener como vendedoras a personas preparadas y que cumplan con el perfil establecido en este proyecto, para que logren difundir exitosamente la venta de departamentos.
- Implementar estrategias, con el fin de que la marca de Torre Hotelera, pueda expandirse en otras zonas dentro y fuera del país.
- Contratar a los mejores ingenieros, que cuenten con alternativas menos costosas de construcción, considerando el avance de la tecnología y ofrezcan productos de mejor o igual características de las tradicionales.
- Realizar un estudio de impacto ambiental, para identificar las variables críticas y mitigar la contaminación visual, ambiental.

BIBLIOGRAFIA

Malhotra, Narres K. (1997). "INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, UN ENFOQUE PRACTICO". Segunda edición. Pearson Educación.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (2001). "MARKETING". Octava edición. Prentice may, México

Brealey, Richard A. y Myers, Stewart C. (1998). "PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS". Quinta edición. Mc Graw Hill.

Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo. (2000), "PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS". Cuarta edición. Mc Graw Hill Interamericana.

Lambin Jean Jaques. (1995). "MARKETING ESTRATÉGICO", Tercera edición, Mc Graw Hill, España.

Champy and Hammer, "Reengering the corporation", Editorial Norma, 1995

Stonner, James A. F, "Administración", Editorial Prentice-Hall

Hispanoamerica, S.A, Segunda Edicion, 1984

Sitios en Internet

www.bce.fin.ec

www.google.com.ec

<http://finance.yahoo.com>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

ANEXOS

ANEXO # 1

	Mts 2	Número	Total de Mts2
Suites	45	40	1.800,00
Dep para 1 pareja	60	29	1.726,06
Dep para 3 personas	80	44	3.504,74
TOTAL		113	7.030,80



CIB-ESPOL

ANEXO # 2

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

COMITÉ INTERMUNICIPAL DE COOPERACIÓN

CÓDIGO	CATEGORÍA DE BIENES			DESCRIPCIÓN	VALOR		CANTIDAD		DE LAS CATEGORÍAS			OBSERVACIONES
	Subcategoría	Grupo	Subgrupo		Original	Reemplazado	Original	Reemplazado	Alquiler	Compra	Transferencia	
001												
002												
003												
004												

Este informe es de carácter informativo y no constituye un acto administrativo. No tiene efecto de cosa juzgada ni de cosa juzgada en vía de recurso.

COMUNIDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS

COMITÉ INTERMUNICIPAL DE COOPERACIÓN

CÓDIGO	CATEGORÍA DE BIENES			DESCRIPCIÓN	VALOR		CANTIDAD		DE LAS CATEGORÍAS			OBSERVACIONES
	Subcategoría	Grupo	Subgrupo		Original	Reemplazado	Original	Reemplazado	Alquiler	Compra	Transferencia	
001												
002												
003												
004												
005												
006												
007												
008												
009												
010												
011												
012												
013												
014												
015												
016												
017												
018												
019												
020												
021												
022												
023												
024												
025												
026												
027												
028												
029												
030												
031												
032												
033												
034												
035												
036												
037												
038												
039												
040												
041												
042												
043												
044												
045												
046												
047												
048												
049												
050												
051												
052												
053												
054												
055												
056												
057												
058												
059												
060												
061												
062												
063												
064												
065												
066												
067												
068												
069												
070												
071												
072												
073												
074												
075												
076												
077												
078												
079												
080												
081												
082												
083												
084												
085												
086												
087												
088												
089												
090												
091												
092												
093												
094												
095												
096												
097												
098												
099												
100												

Este informe es de carácter informativo y no constituye un acto administrativo. No tiene efecto de cosa juzgada ni de cosa juzgada en vía de recurso.

ANEXO # 3

Terreno	3348
COS	0,65
CUS	8
Densidd hab/hect	1500

$\text{COS} = \text{Terreno} \times \text{COS}$ 2176,2

$\text{CUS} = \text{Terreno} \times \text{CUS}$ 26784
--

$\# \text{ de plantas} = \text{CUS} / \text{COS}$ 12

$\text{Densidad} = (\text{Terreno} \times \text{Densidad}) / 10.000 \text{ mts}$ 502

Anexo # 4

Egresos del proyecto Inmobiliario Expresado en dólares

DESCRIPCION	Unidad	Cantidad	Cost/Unit	Parcial	Total
					2.544.480,00
TERRENO					
Terreno	M2	3.348,00	650,00	2.176.200,00	
Adecuación terreno (Pilotes)	M2	3.348,00	110,00	368.280,00	
					4.693.448,40
CONSTRUCCION					
Parqueos	M2	1.412,50	200,00	282.500,00	
Areas de departamentos	M2	10.044,00	430,00	4.318.920,00	
Imprevistos		2%	4.601.420,00	92.028,40	
					60.000,00
DOTACION AREAS COMUNES					
Dotacion General			60.000,00	60.000,00	
					158.549,60
HONORARIOS PROFESIONALES					
Diseño Arquitectónico		1,70%	4.693.448,40	80.000,00	
Cálculo estructural	M2	11.456,50	1,56	17.856,15	
Diseño Hidrosanitario		0,17%	4.693.448,40	8.000,00	
Diseño Eléctrico		0,26%	4.693.448,40	12.000,00	
Alarmas y Protección		0,09%	4.693.448,40	4.000,00	
Estudio de Suelos		0,05%	4.693.448,40	2.346,72	
Topografía		0,05%	4.693.448,40	2.346,72	
Asesoría Legal y Tributaria		24,00	500,00	12.000,00	
Diseño Aire acondicionado		0,21%	4.693.448,40	10.000,00	
Paisajismo		0,21%	4.693.448,40	10.000,00	
					712.451,63
HONORARIOS CONSTRUCCION					
Construcción		6,50%	5.061.728,40	329.012,35	
Fiscalización		2,00%	5.477.704,00	109.554,08	
Gerencia Proyecto		5,00%	5.477.704,00	273.885,20	
					197.426,01
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS					
Impuestos Prediales	M2	3.348,00	2,50	8.370,00	
Permiso Construcción	M2	11.456,50	1,20	13.747,80	
Permiso de Bomberos	M2	11.456,50	0,30	3.436,95	
Permiso de Sanidad	M2	11.456,50	0,40	4.582,60	
Sociedad de Ingenieros	M2	11.456,50	0,10	1.145,65	
CAE por Diseño		0,10%	5.061.728,40	5.061,73	
CAE o CIC por Construcción		0,10%	5.061.728,40	5.061,73	
Trámites	M2	11.456,50	0,70	8.019,55	
Alcantarillado			5.000,00	5.000,00	
Resellado de planos			5.000,00	5.000,00	
Propiedad Horizontal			9.000,00	9.000,00	
Seguro de todo Riesgo			14.000,00	14.000,00	
Acometida Eléctrica			60.000,00	60.000,00	
Acometida telefónica			45.000,00	45.000,00	
Gastos Compañía promotora			10.000,00	10.000,00	
					9.000,00
ENCARGO FIDUCIARIO		300,00	9.000,00	9.000,00	9.000,00
					333.245,00
OTROS COSTOS DEL PROYECTO					
Publicidad	(P.V)	1,50%	10.031.500,00	150.472,50	
Comisiones	(P.V)	1,82%	10.031.500,00	182.772,50	
					8.708.600,63
TOTAL DE EGRESOS					8.708.600,63

ANEXO#5 Dólares

Ingresos por Ventas

TOTAL 10.031.500

Mes	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15
ventas dólares	601.890	802.520	1.003.150	1.304.095	1.304.095	1.304.095	1.304.095	902.835	802.520	702.205
acumuladas	601.890	1.404.410	2.407.560	3.711.655	5.015.750	6.319.845	7.623.940	8.526.775	9.329.295	10.031.500
%	6%	8%	10%	13%	13%	13%	13%	9%	8%	7%

	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15
Reservacion	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
Plazo	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16
% a finan	50%	50%	50%	50%	50%	50%	45%	35%	35%	30%
%contra entrega	40%	40%	40%	40%	40%	40%	45%	55%	55%	60%

VENTAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17
Reservación	60.189	80.252	100.315	130.410	130.410	130.410	130.410	90.284	80.252	70.221	12.038	12.038
% a finan	6.019	18.057	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038
		8.360	25.079	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719
			10.904	32.711	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808
				14.819	44.458	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639
					15.525	46.575	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050
						16.301	48.904	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602
							15.443	46.330	30.886	30.886	30.886	30.886
								8.778	26.333	17.555	17.555	17.555
									8.261	24.784	16.522	16.522
										6.583	19.750	13.166

SUBTOTAL	66.208	106.668	148.335	206.697	240.957	273.489	306.009	289.246	289.588	293.884	228.569	221.986
ACUMULADO	66.208	172.876	321.212	527.909	768.865	1.042.354	1.348.363	1.637.609	1.927.197	2.221.082	2.449.650	2.671.636

ANEXO#5
Dólares



VENTAS	13		14		15		16		17		18		19		20		21		22		23		24		25		
	Mes 18	Mes 19	Mes 19	Mes 20	Mes 20	Mes 21	Mes 21	Mes 22	Mes 22	Mes 23	Mes 23	Mes 24	Mes 24	Mes 25	Mes 25	Mes 26	Mes 26	Mes 27	Mes 27	Mes 28	Mes 28	Mes 29	Mes 29	Mes 30	Mes 30		
Reservación a fin	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	12.038	252.794	
	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	16.719	337.727	
	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	21.808	423.068	
	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	29.639	551.277	
	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	31.050	552.688	
	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	32.602	554.240	
	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	30.886	617.729	
	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	17.555	514.114	
	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	16.522	457.908	
	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	13.166	434.489	
UBTOTAL	221.986	4.696.035																									
CUMULADO	2.893.622	3.115.608	3.337.593	3.559.579	3.781.565	4.003.551	4.225.536	4.447.522	4.669.508	4.891.494	5.113.479	5.335.465	5.557.451	5.779.437	6.001.423	6.223.409	6.445.395	6.667.381	6.889.367	7.111.353	7.333.339	7.555.325	7.777.311	8.000.297	8.222.283	8.444.269	10.031.500

ANEXO 6

TASA DE DESCUENTO

ESTIMACION DE LA TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO

$$K_p = R_f + [E (R_m) - R_f] \beta L + \Theta$$

RM - RF	8,4
RF	4,25
B	0,9
O	6

RM-RF 8,4
(RM-RF)BL 9,3

17,81%

ANEXO#7 FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes0	Mes1	Mes 2	Mes3	Mes4	Mes5
INGESOS						
Ventas departamentos y parqueos						
Servicio Hotelero						
TOTAL INGRESOS						
TERRENO		0	0	0	0	0
Terreno						
Adecuación terreno						
CONSTRUCCION		6.437	4.828	4.828	4.828	4.828
Construccion						
Instalaciones electricas						
Luminarias						
Instalaciones Hidrosanitarias						
Sistema Aire Acondicionado		6.437	4.828	4.828	4.828	4.828
DOTACION AREAS COMUNES						
Dotacion General						
HONORARIOS PROFESIONALES		16.325	10.632	4.900	4.900	4.400
Diseño Arquitectónico		4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Cálculo estructural		2.232	2.232			
Diseño Hidrosanitario		1.000	1.000			
Diseño Eléctrico		1.500	1.500			
Alarmas y Protección						
Estudio de Suelos		2.347				
Topografía		2.347				
Asesoría Legal y Tributaria		400	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado		1.500	1.000	0	0	
Paisajismo		1.000	500	500	500	
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA		1.826	1.826	1.826	1.826	1.826
Construcción						
Fiscalización						
Gerencia Proyecto		1.826	1.826	1.826	1.826	1.826
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS		11.772	9.466	13.966	13.070	13.070
Impuestos Prediales		2.511	1.465	1.465	1.465	1.465
Permiso Construcción		3.437	2.578	2.578	2.578	2.578
Permiso de Bomberos		1.146	1.146	1.146	0	0
Permiso de Sanidad		917	917	917	917	917
Sociedad de Ingenieros						
CAE por Diseño						
CAE o CIC por Construcción						
Trámites		962	561	561	561	561
Alcantarillado		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Resellado de planos						
Propiedad Horizontal						
Seguro de todo Riesgo				4.500	4.750	4.750
Acometida Eléctrica		1.800	1.800	1.800	1.800	1.800
Acometida telefónica						
Gastos Compañía promotora						
ENCARGO FIDUCIARIO		300	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO		4.514	4.514	7.022	7.022	7.022
Publicidad		4.514	4.514	7.022	7.022	7.022
Comisiones						
SERVICIO HOTELERO						
INVERSION INICIAL	435.240					
CAPITAL DE TRABAJO	492.443					
TOTAL EGRESOS	927.683	41.175	31.566	32.842	31.946	31.446
FLUJO DE CAJA	-927.683	-41.175	-31.566	-32.842	-31.946	-31.446
TIR anual	22,32%					
TMAR anual	17,81%					
VAN	214.336					

ANEXO#7 FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11
INGESOS						
Ventas departamentos y parqueos	66.208	106.668	148.335	206.697	240.957	273.489
Servicio Hotelero						
TOTAL INGRESOS	66.208	106.668	148.335	206.697	240.957	273.489
TERRENO	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Terreno	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Adecuación terreno						
CONSTRUCCION	10.534	10.534	10.534	10.534	10.534	10.534
Construccion						
Instalaciones electricas						
Luminarias						
Instalaciones Hidrosanitarias						
Sistema Aire Acondicionado	10.534	10.534	10.534	10.534	10.534	10.534
DOTACION AREAS COMUNES						
Dotacion General						
HONORARIOS PROFESIONALES	15.048	15.048	15.048	10.048	5.200	3.400
Diseño Arquitectónico	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Cálculo estructural	3.348	3.348	3.348	3.348		
Diseño Hidrosanitario	1.500	1.500	1.500	1.500		
Diseño Eléctrico	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	
Alarmas y Protección						
Estudio de Suelos						
Topografía						
Asesoría Legal y Tributaria	400	400	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado	2.500	2.500	2.500			
Paisajismo	2.500	2.500	2.500			
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590	16.068
Construcción						5.478
Fiscalización						
Gerencia Proyecto	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS	16.503	1.203	1.203	1.203	0	11.269
Impuestos Prediales						
Permiso Construcción						
Permiso de Bomberos						
Permiso de Sanidad						
Sociedad de Ingenieros						1.146
CAE por Diseño						5.062
CAE o CIC por Construcción						5.062
Trámites	1.203	1.203	1.203	1.203		
Alcantarillado						
Resellado de planos						
Propiedad Horizontal						
Seguro de todo Riesgo						
Acometida Eléctrica	15.300					
Acometida telefónica						
Gastos Compañía promotora						
ENCARGO FIDUCIARIO	300	300	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO	7.524	22.252	21.352	22.352	30.215	30.415
Publicidad	7.524	7.524	7.524	7.524	5.753	5.753
Comisiones		14.728	13.828	14.828	24.461	24.661
SERVICIO HOTELERO						
INVERSION INICIAL						
CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL EGRESOS	130.137	129.565	128.665	124.665	126.477	141.624
FLUJO DE CAJA	-63.929	-22.897	19.670	82.032	114.480	131.865
TIR anual						
TMAR anual						
VAN						

ANEXO#7 FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes12	Mes13	Mes14	Mes15	Mes16
INGESOS					
Ventas departamentos y parqueos	306.009	289.246	289.588	293.884	228.569
Servicio Hotelero					
TOTAL INGRESOS	306.009	289.246	289.588	293.884	228.569
TERRENO	437.918	69.638	69.638	69.638	69.638
Terreno	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Adecuación terreno	368.280				
CONSTRUCCION	10.534	376.688	268.949	268.949	446.459
Construccion		359.132	251.393	251.393	251.393
Instalaciones electricas					97.533
Luminarias					
Instalaciones Hidrosanitarias					48.767
Sistema Aire Acondicionado	10.534	17.556	17.556	17.556	48.767
DOTACION AREAS COMUNES					
Dotacion General					
HONORARIOS PROFESIONALES	3.400	7.400	3.400	3.400	3.400
Diseño Arquitectónico	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Cálculo estructural					
Diseño Hidrosanitario					
Diseño Eléctrico					
Alarmas y Protección		4.000			
Estudio de Suelos					
Topografía					
Asesoría Legal y Tributaria	400	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado					
Paisajismo					
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA	39.099	39.099	39.099	39.099	39.099
Construcción	23.031	23.031	23.031	23.031	23.031
Fiscalización	5.478	5.478	5.478	5.478	5.478
Gerencia Proyecto	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS	15.000	500	500	500	500
Impuestos Prediales					
Permiso Construcción					
Permiso de Bomberos					
Permiso de Sanidad					
Sociedad de Ingenieros					
CAE por Diseño					
CAE o CIC por Construcción					
Trámites					
Alcantarillado					
Resellado de planos					
Propiedad Horizontal					
Seguro de todo Riesgo					
Acometida Eléctrica					
Acometida telefónica	15.000				
Gastos Compañía promotora		500	500	500	500
ENCARGO FIDUCIARIO	300	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO	25.315	25.315	20.801	20.801	20.801
Publicidad	5.753	5.753	5.753	5.753	5.753
Comisiones	19.561	19.561	15.047	15.047	15.047
SERVICIO HOTELERO					
INVERSION INICIAL					
CAPITAL DE TRABAJO					
TOTAL EGRESOS	531.566	518.940	402.686	402.686	580.197
FLUJO DE CAJA	-225.556	-229.694	-113.099	-108.802	-351.628
TIR anual					
TMAR anual					
VAN					

ANEXO#7 FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes17	Mes18	Mes19	Mes20	Mes21
INGESOS					
Ventas departamentos y parqueos	221.986	221.986	221.986	221.986	221.986
Servicio Hotelero					
TOTAL INGRESOS	221.986	221.986	221.986	221.986	221.986
TERRENO	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Terreno	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Adecuación terreno					
CONSTRUCCION	358.679	283.753	278.876	238.086	247.839
Construccion	251.393	215.479	215.479	179.566	179.566
Instalaciones electricas	68.273	29.260	29.260	29.260	29.260
Luminarias					9.753
Instalaciones Hidrosanitarias	24.383	24.383	19.507	14.630	14.630
Sistema Aire Acondicionado	14.630	14.630	14.630	14.630	14.630
DOTACION AREAS COMUNES					
Dotacion General					
HONORARIOS PROFESIONALES	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Diseño Arquitectónico	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Cálculo estructural					
Diseño Hidrosanitario					
Diseño Eléctrico					
Alarmas y Protección					
Estudio de Suelos					
Topografía					
Asesoría Legal y Tributaria	400	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado					
Paisajismo					
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA	39.099	42.389	42.389	42.389	29.228
Construcción	23.031	26.321	26.321	26.321	13.160
Fiscalización	5.478	5.478	5.478	5.478	5.478
Gerencia Proyecto	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS	500	500	500	500	500
Impuestos Prediales					
Permiso Construcción					
Permiso de Bomberos					
Permiso de Sanidad					
Sociedad de Ingenieros					
CAE por Diseño					
CAE o CIC por Construcción					
Trámites					
Alcantarillado					
Resellado de planos					
Propiedad Horizontal					
Seguro de todo Riesgo					
Acometida Eléctrica					
Acometida telefónica					
Gastos Compañía promotora	500	500	500	500	500
ENCARGO FIDUCIARIO	300	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO	5.753	5.753	5.753	5.753	5.753
Publicidad	5.753	5.753	5.753	5.753	5.753
Comisiones					
SERVICIO HOTELERO					
INVERSION INICIAL					
CAPITAL DE TRABAJO					
TOTAL EGRESOS	476.370	404.733	399.857	359.067	355.660
FLUJO DE CAJA	-254.384	-182.748	-177.871	-137.081	-133.674
TIR anual					
TMAR anual					
VAN					

ANEXO#7
FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes22	Mes23	Mes24	Mes25	Mes26
INGESOS					
Ventas departamentos y parqueos	221.986	221.986	221.986	221.986	221.986
Servicio Hotelero					
TOTAL INGRESOS	221.986	221.986	221.986	221.986	221.986
TERRENO	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Terreno	69.638	69.638	69.638	69.638	69.638
Adecuación terreno					
CONSTRUCCION	247.839	242.963	242.963	242.963	237.111
Construccion	179.566	179.566	179.566	179.566	179.566
Instalaciones electricas	29.260	29.260	29.260	29.260	29.260
Luminarias	9.753	9.753	9.753	9.753	9.753
Instalaciones Hidrosanitarias	14.630	14.630	14.630	14.630	14.630
Sistema Aire Acondicionado	14.630	9.753	9.753	9.753	3.901
DOTACION AREAS COMUNES					
Dotacion General					
HONORARIOS PROFESIONALES	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
Diseño Arquitectónico	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Cálculo estructural					
Diseño Hidrosanitario					
Diseño Eléctrico					
Alarmas y Protección					
Estudio de Suelos					
Topografía					
Asesoría Legal y Tributaria	400	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado					
Paisajismo					
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA	29.228	29.228	29.228	29.228	29.228
Construcción	13.160	13.160	13.160	13.160	13.160
Fiscalización	5.478	5.478	5.478	5.478	5.478
Gerencia Proyecto	10.590	10.590	10.590	10.590	10.590
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS	500	500	500	30.500	45.200
Impuestos Prediales					
Permiso Construcción					
Permiso de Bomberos					
Permiso de Sanidad					
Sociedad de Ingenieros					
CAE por Diseño					
CAE o CIC por Construcción					
Trámites					
Alcantarillado					
Resellado de planos					
Propiedad Horizontal					9.000
Seguro de todo Riesgo					
Acometida Eléctrica					35.700
Acometida telefónica				30.000	
Gastos Compañía promotora	500	500	500	500	500
ENCARGO FIDUCIARIO	300	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO	5.753	1.936	1.936	1.936	1.936
Publicidad	5.753	1.936	1.936	1.936	1.936
Comisiones					
SERVICIO HOTELERO					
INVERSION INICIAL					
CAPITAL DE TRABAJO					
TOTAL EGRESOS	355.660	346.966	346.966	376.966	385.814
FLUJO DE CAJA	-133.674	-124.980	-124.980	-154.980	-163.828
TIR anual					
TMAR anual					
VAN					

ANEXO#7 FLUJO DE CAJA

Dólares

	Mes27	Mes28	Mes29	Mes30
INGESOS				
Ventas departamentos y parqueos	221.986	221.986	221.986	4.696.035
Servicio Hotelero				267.349
TOTAL INGRESOS	221.986	221.986	221.986	4.963.383
TERRENO	69.638	69.638	69.638	69.638
Terreno	69.638	69.638	69.638	69.638
Adecuación terreno				
CONSTRUCCION	252.716	359.132		
Construccion	179.566	359.132		
Instalaciones electricas	73.150			
Luminarias	0			
Instalaciones Hidrosanitarias	0			
Sistema Aire Acondicionado	0			
DOTACION AREAS COMUNES				
Dotacion General		30.000	15.000	15.000
HONORARIOS PROFESIONALES	2.400	5.400	400	400
Diseño Arquitectónico	2.000	5.000	0	
Cálculo estructural				
Diseño Hidrosanitario				
Diseño Eléctrico				
Alarmas y Protección				
Estudio de Suelos				
Topografía				
Asesoría Legal y Tributaria	400	400	400	400
Diseño Aire acondicionado				
Paisajismo				
HONORARIOS CONSTRUCCION DE OBRA	29.228	29.228	22.648	16.068
Construcción	13.160	13.160	6.580	0
Fiscalización	5.478	5.478	5.478	5.478
Gerencia Proyecto	10.590	10.590	10.590	10.590
IMPUESTOS, TASAS, PERMISOS	5.500	500	500	1.500
Impuestos Prediales				
Permiso Construcción				
Permiso de Bomberos				
Permiso de Sanidad				
Sociedad de Ingenieros				
CAE por Diseño				
CAE o CIC por Construcción				
Trámites				
Alcantarillado				
Resellado de planos	5.000			
Propiedad Horizontal				
Seguro de todo Riesgo				
Acometida Eléctrica				
Acometida telefónica				
Gastos Compañía promotora	500	500	500	1.500
ENCARGO FIDUCIARIO	300	300	300	300
OTROS COSTOS DEL PROYECTO	1.936	1.936	1.936	7.936
Publicidad	1.936	1.936	1.936	1.936
Comisiones				6.000
SERVICIO HOTELERO				231.241
INVERSION INICIAL				
CAPITAL DE TRABAJO				492.443
TOTAL EGRESOS	361.719	466.135	95.423	327.083
FLUJO DE CAJA	-139.733	-244.150	126.563	5.128.743
TIR anual				
TMAR anual				
VAN				



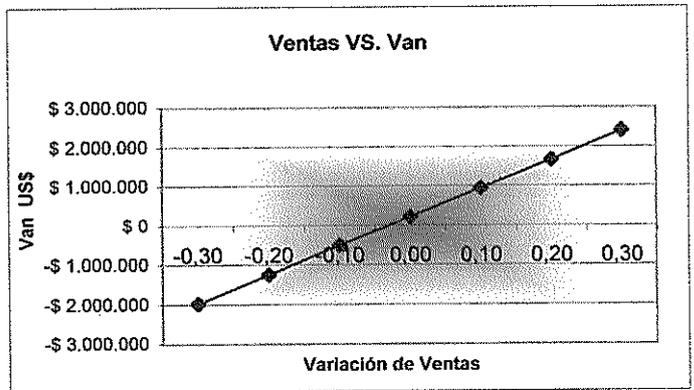
CIB-ESPOL

ANEXO#8

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EXCEL

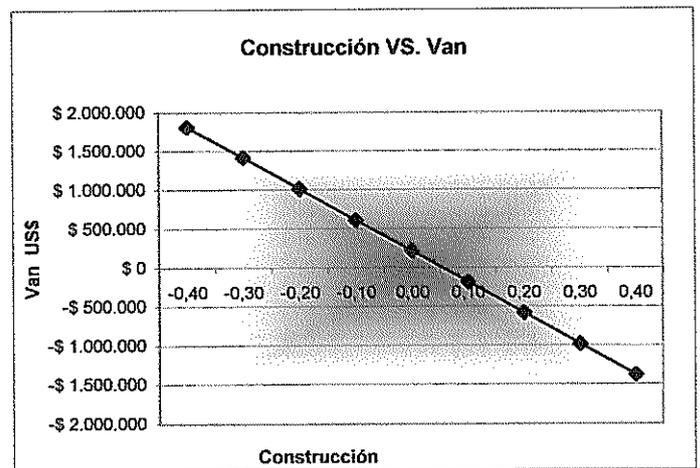
Variacion	Ventas dólares	Van dólares
-0,30	7.022.050	-1.977.756
-0,20	8.025.200	-1.247.059
-0,10	9.028.350	-516.362
0,00	10.031.500	214.336
0,10	11.034.650	945.033
0,20	12.037.800	1.675.731
0,30	13.040.950	2.406.428

-0,03	9737245	0
-------	---------	---



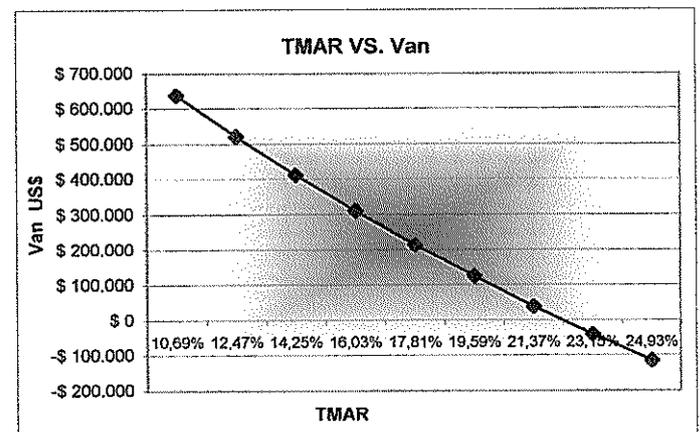
Variacion	Construccion dólares	Van dólares
-0,40	2.591.352	1.812.291
-0,30	3.023.244	1.412.802
-0,20	3.455.136	1.013.313
-0,10	3.887.028	613.825
0,00	4.318.920	214.336
0,10	4.750.812	-185.153
0,20	5.182.704	-584.641
0,30	5.614.596	-984.130
0,40	6.046.488	-1.383.619

0,0537	4550641	0,00
--------	---------	------



Variacion	TMAR	Van dólares
-0,40	10,69%	638.333
-0,30	12,47%	521.422
-0,20	14,25%	412.405
-0,10	16,03%	310.277
0,00	17,81%	214.336
0,10	19,59%	124.047
0,20	21,37%	38.980
0,30	23,15%	-41.225
0,40	24,93%	-116.882

0,25	22,22%	0,00
------	--------	------



Reporte Sensibilizador Parisi MC

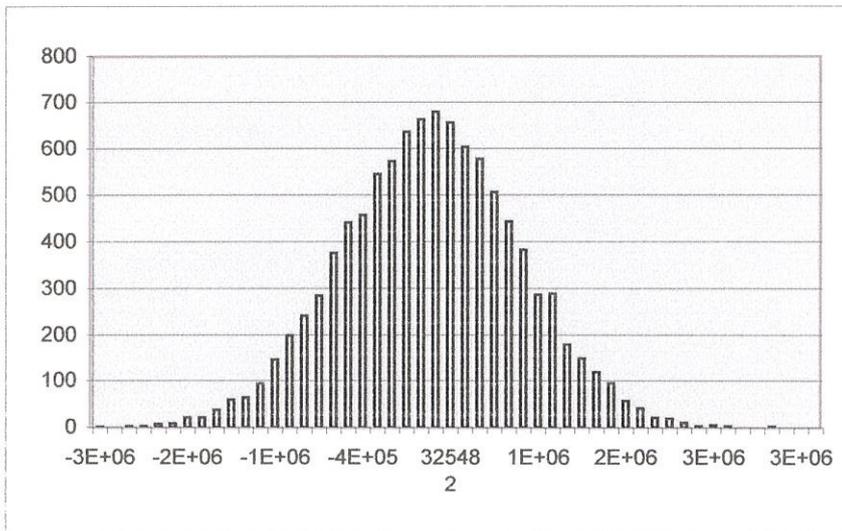
Costo de Construccion y Ventas departamentos	
Estadísticas Generales	
Número de variables	2
Número de Iteraciones	10000
Media	218786
Desviación Estandar	764566
Varianza	5,8E+11
Valor Mínimo	-3E+06
Valor Máximo	3609729
% Negativo	38%

	Ingreso %	Clase
Límite Izq.=		-2706131,17
Límite Der.=		3483412,2

Tabla de Frecuencias

Clases	Frecuencias
-2706131,17	1
-2579813,96	0
-2453496,75	2
-2327179,53	2
-2200862,32	7
-2074545,11	8
-1948227,9	21
-1821910,69	21
-1695593,48	38
-1569276,26	60
-1442959,05	64
-1316641,84	94
-1190324,63	146
-1064007,42	198
-937690,206	241
-811372,995	284
-685055,783	375
-558738,572	441
-432421,36	457
-306104,148	544
-179786,937	572
-53469,7251	636
72847,4865	663
199164,698	679
325481,91	656
451799,121	603
578116,333	577
704433,544	506
830750,756	443
957067,968	382
1083385,18	286
1209702,39	289
1336019,6	179
1462336,81	149
1588654,03	119
1714971,24	95
1841288,45	57
1967605,66	41
2093922,87	21
2220240,08	19
2346557,3	10
2472874,51	3
2599191,72	5
2725508,93	3
2851826,14	0
2978143,35	0
3104460,56	2
3230777,78	0
3357094,99	0
3483412,2	0

Gráfico



Resumen Variables de Entrada

Costo de Construccion

Media	430
Desviación estándar	43

Venta departamentos

Media	1250
Desviación estándar	125

----- Fin Variables de Entrada -----

Reporte Sensibilizador Parisi MC

Ventas	Resultados1
Estadísticas Generales	
Número de variables	1
Número de Iteraciones	10000
Media	208370,943
Desviación Estandar	634601,83
Varianza	4,0272E+11
Valor Mínimo	-2391623,52
Valor Máximo	2640791,9
% Negativo	37%

	Ingrese %	Clase
Límite Izq.=		-2391623,52
Límite Der.=		2540143,59

Gráfico

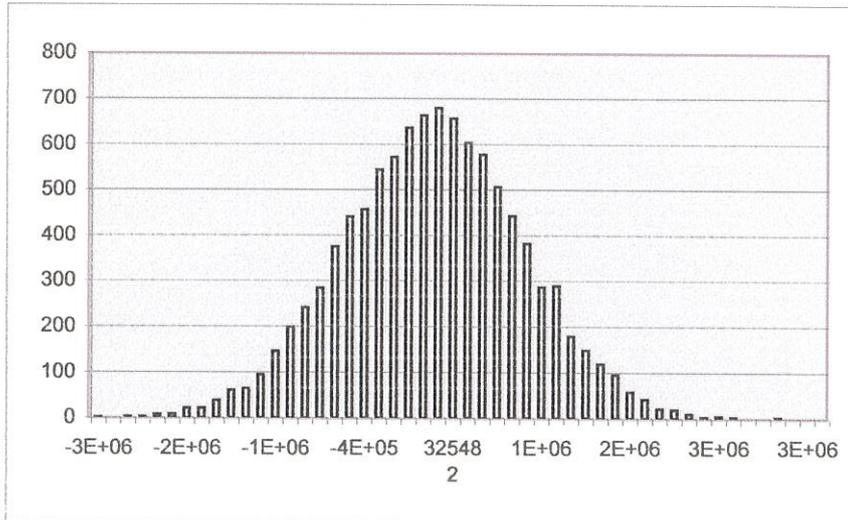


Tabla de Frecuencias

Clases	Frecuencias
-2391623,52	2
-2290975,21	0
-2190326,9	1
-2089678,59	1
-1989030,28	1
-1888381,97	2
-1787733,67	5
-1687085,36	12
-1586437,05	18
-1485788,74	21
-1385140,43	38
-1284492,12	51
-1183843,82	64
-1083195,51	87
-982547,199	121
-881898,891	178
-781250,582	206
-680602,274	255
-579953,966	307
-479305,657	394
-378657,349	435
-278009,041	540
-177360,732	515
-76712,4242	611
23935,8841	638
124584,192	589
225232,501	625
325880,809	628
426529,117	601
527177,426	544
627825,734	452
728474,042	446
829122,351	322
929770,659	308
1030418,97	265
1131067,28	191
1231715,58	151
1332363,89	99
1433012,2	86
1533660,51	62
1634308,82	50
1734957,13	25
1835605,43	17
1936253,74	17
2036902,05	6
2137550,36	6
2238198,67	1
2338846,98	3
2439495,28	2
2540143,59	0

Resumen Variables de Entrada

Ventas	
Media	1250
Desviación estándar	125

----- Fin Variables de Entrada -----

Reporte Sensibilizador Parisi MC

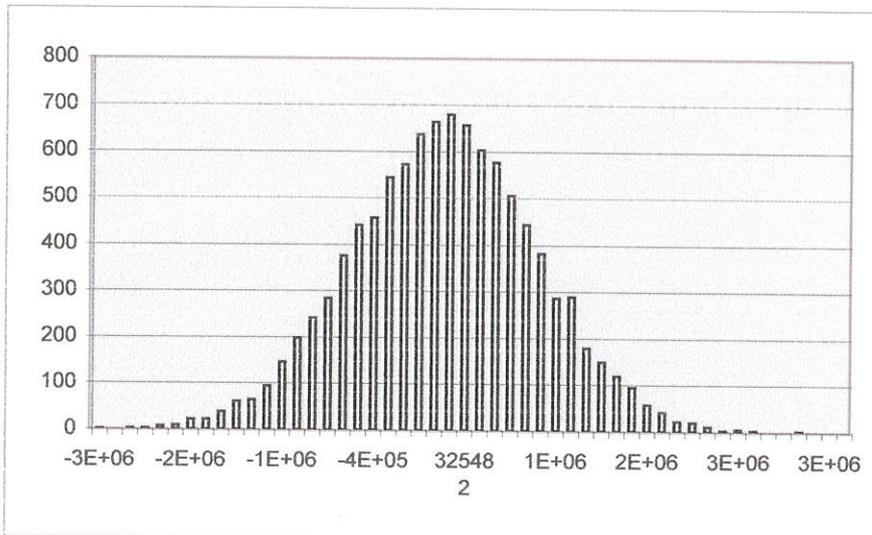
Costo de construccion	Resultados1
Estadísticas Generales	
Número de variables	1
Número de Iteraciones	10000
Media	218058,344
Desviación Estandar	396021,999
Varianza	1,5683E+11
Valor Mínimo	-1299889,08
Valor Máximo	1840579,67
% Negativo	29%

	Ingreso %	Clase
Límite Izq.=		-1299889,075
Límite Der.=		1777770,296

Tabla de Frecuencias

Clases	Frecuencias
-1299889,08	1
-1237079,7	2
-1174270,33	3
-1111460,95	1
-1048651,58	6
-985842,201	6
-923032,826	17
-860223,451	17
-797414,076	25
-734604,701	50
-671795,326	62
-608985,951	86
-546176,576	99
-483367,201	151
-420557,826	191
-357748,451	265
-294939,076	308
-232129,702	322
-169320,327	446
-106510,952	452
-43701,5768	544
19107,7981	601
81917,1731	628
144726,548	625
207535,923	589
270345,298	638
333154,673	611
395964,048	515
458773,423	540
521582,798	435
584392,172	394
647201,547	307
710010,922	255
772820,297	206
835629,672	178
898439,047	121
961248,422	87
1024057,8	64
1086867,17	51
1149676,55	38
1212485,92	21
1275295,3	18
1338104,67	12
1400914,05	5
1463723,42	2
1526532,8	1
1589342,17	1
1652151,55	1
1714960,92	0
1777770,3	0

Gráfico



Resumen Variables de Entrada

Costo de Construccion

Media	430
Desviación estándar	43

----- Fin Variables de Entrada -----