

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

**“PROYECTO DE INVERSION PARA LA CONSTRUCCION
DE UN CONJUNTO VACACIONAL EN SANTA ELENA.”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:
**INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL,
ESPECIALIZACIÓN FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR.**

Presentado por:

**Aguilar Villamagua Andrea Cristina.
Alvarado Basantes Glenda Katherine.
Flores Pazmiño Solange Lissette.**

Guayaquil – Ecuador.

2009

Dedicatoria

*A Dios, por darme fortaleza y sabiduría
para continuar con mi vida.*

*A mis padres, aunque ahora ya no estén,
siguen presenten en mi a través de sus valores
que siempre me guiaran por el sendero de la rectitud
A mi madre le debo toda su dedicación, sacrificio, y fé en mí*

*A mis hermanas Vanesa y Madaly
por el amor, y la confianza brindada,*

*A toda mi familia por darme su apoyo
en los momentos de dolor.*

Andrea Aguilar

Dedicatoria

*A Dios, por acompañarme todos los días
y por brindarme la oportunidad de establecerme nuevos retos
a nivel personal y profesional*

*A mis padres, por toda su paciencia y apoyo durante
el desarrollo de mi carrera profesional*

*A toda mi familia por el apoyo brindado y.
por el ánimo que me han dado en los momentos
que he necesitado*

*A Eco. Elma Ramírez, Directora de Tesis
por su toda su colaboración para el
desarrollo de este proyecto.*

Glenda Alvarado

Dedicatoria


*A Dios, por darme salud, sabiduría y así continuar día a día
El camino hacia el éxito.
Por darme la oportunidad de tener a mi lado
A padres que han sido apoyo y pilar importante en mi vida.*

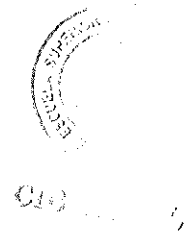
*A mi hijo Alejandro por ser la inspiración
De todos mis proyectos presentes y futuros.*

*A toda mi familia por creer en mí y
Haberme brindado su apoyo en todo momento.*

Solange Flores

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN


Ing. Oscar Mendoza Macias
Decano, Presidente




Msc. Elma Ramirez. Docente
Directora

DECLARACIÒN 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.

Andrea Aguilar Villamagua.

Glenda Alvarado Basantes.

Solange Flores Pazmiño.

INDICE GENERAL

INTRODUCCION

1.1 SECTOR DE LA CONSTRUCCION	12
1.1.1 Características del sector de la Construcción en Ecuador.....	13
1.1.2. Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector .	21
1.1.3. Poder de negociación de clientes y proveedores	21
1.2.1 Producto	22
1.2.2 Cliente.....	28
1.2.3 Competencia.....	30
1.2.4. TAMAÑO DEL MERCADO	32
1.3. ANALISIS DE MERCADO	40
1.4. MARKETING MIX.....	41
1.4.1. PRODUCTO	41
1.4.2. PRECIO	42
1.4.3. PLAZA	43
CAPÍTULO 2. ANALISIS LOCALIZACION Y ADMINISTRATIVO	45
2.1 ANALISIS DE LOCALIZACION	45
2.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	48
2.2.1 Perfil del Presidente.....	48
2.2.2. Departamento Financiero	49
2.2.3. Departamento Contabilidad	49
2.2.4. Departamento de Promoción y Ventas	50
2.2.5. Departamento de Construcción	50
CAPITULO 3. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO	52
3.1. Inversiones	52

3.1.1 Inversión Total	52
3.1.2 Financiamiento	53
3.2.1. Costos de Construcción.....	54
3.2.2 Gastos de Administración	55
3.2.3 Gastos de Ventas	56
3.2.4. Establecimiento de Tasa De Descuento	57
3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	60
3.6 ESTADOS FINANCIEROS.....	61
3.6.1. Flujo de Caja Proyectado.....	61
3.6.2. Balance General	63
3.6.3. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	70
3.7. ANALISIS FINANCIERO	72
3.7.1. Valor Actual Neto.....	72
3.7.2. Tasa Interna de Retorno	72
3.7.3 Análisis de sensibilidad.....	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFIA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
ANEXOS	79

INDICE DE TABLAS:

Tabla 1: Población económicamente activa	20
Tabla 2: Rama de actividad de la fuerza laboral	20
Tabla 3: Tipo de competencias	30
Tabla 4: Ingreso de hogares de Guayaquil por Quintiles	33
Tabla 5: Distribución de la población de Guayaquil por edades.....	34
Tabla 6: Población de Guayaquil Censo 2001 por parroquia	35
Tabla 7: Distribución de la población por ingresos y por edades	36
Tabla 8: Principales atractivos turísticos cercanos al conjunto residencial ..	47
Tabla 9: Detalle del personal administrativo.....	51
Tabla 10: Inversión Inicial.....	52
Tabla 11: Amortización de deuda.....	53
Tabla 12: Costos de Construcción	54
Tabla 13: Costos de Urbanización	55
Tabla 14: Gastos de Administración.....	56
Tabla 15: Gastos de Promoción y Venta.....	56
Tabla 16: Componentes del modelo CAPM	58
Tabla 17: Análisis de punto de equilibrio por periodo de análisis	60
Tabla 18: Flujo de Caja Urbanización Atlanta	61
Tabla 19: Balance General.....	64
Tabla 20: Rotación de Caja – Bancos	65
Tabla 21: Rotación de Activos Totales	66
Tabla 22: Estructura de Capital.....	66
Tabla 23: Razón de Endeudamiento	67
Tabla 24: Rotación del interés ganado.....	68
Tabla 25: Rotación del interés ganado.....	69
Tabla 26: Estado de Pérdidas y Ganancias de Urbanización Atlanta	71
Tabla 27: Cálculo de VAN	72
Tabla 28: Cálculo de TIR.....	73
Tabla 29: Análisis de escenarios (costo de construcción).....	73
Tabla 30: Análisis de escenarios (precios).....	74

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Participación Geográfica a nivel global del sector de la construcción de viviendas	13
Gráfico 2: Consumo nacional de cemento vs. Crecimiento del sector construcción	14
Gráfico 3: Participación del sector de la Construcción en el PIB.....	16
Gráfico 4: Distribución por actividad económica de las 1000 empresas más importantes del país	17
Gráfico 5: Localización geográfica de las 35 empresas más importantes en el sector de la Construcción.....	18
Gráfico 6: Distribución de la provincia de Santa Elena.....	19
Gráfico 7: Plano Urbanístico ATLANTA	23
Gráfico 8: Fachada de Vivienda propuesta	24
Gráfico 9: Porcentaje de forma de eliminación de Aguas Servidas en Santa Elena	26
Gráfico 10 : Funcionamiento de Tanque Biodigestor	27
Gráfico 11: Ubicación de la parroquia Ximena	29
Gráfico 12: Competencia de Vivienda en Santa Elena.....	30
Gráfico 13: Interés en adquirir una vivienda Vacacional	40
Gráfico 14: Localización del terreno	45
Gráfico 15: Ubicación de la Urbanización	46
Gráfico 16: Organigrama de Urbanización Atlanta.....	48
Gráfico 17: Rotación del Interés Ganado	68
Gráfico 18: Margen de Utilidad Neta	70

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Análisis de encuestas.....	80
Anexo 2: Flujo de Caja	85
Anexo 3: Cronograma de Trabajo	88
Anexo 4: Pro forma de publicidad de radio	92
Anexo 5: Detalle de Costos Unitarios de Construcción	94
Anexo 6: Pro forma de publicidad de las Vayas Comerciales	96

INTRODUCCION

Actualmente, la creación de la nueva provincia de Santa Elena ha hecho que los gobiernos seccionales desarrollen programas que permitan mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, y siendo el turismo la fuente de ingresos de mayor importancia para ellos, los alcaldes de la nueva Provincia se encuentran incentivando la inversión por medio de procesos más ágiles. Durante los últimos años el flujo de turistas hacia la Costa ha incrementado, haciendo que sea atractiva la inversión en conjuntos residenciales.

Nuestro proyecto plantea la creación de un conjunto residencial de 169 viviendas para personas de recursos medios, el cual posee características innovadoras dentro del sector. El costo por metro cuadrado de construcción es de US\$ 272.58.

La Inversión Inicial necesaria para iniciar la fase pre operativa de nuestro proyecto asciende a US\$ 338,808.37, siendo el costo total del proyecto en US\$ 3,266,060.25 el cual va a ser financiado en un 18% mediante crédito bancario el mismo que cobra una tasa de 7%, el capital adicional va a ser inyectado por el proyecto. El análisis de nuestro proyecto obtuvo un Valor Actual Neto de US\$ 434,518.71 con una tasa de descuento de 11.80% semestral. El análisis de nuestro proyecto obtuvo un Valor Actual Neto de US\$ 434,518.71 con una tasa de descuento de 11.80% semestral.

CAPITULO 1. ANALISIS DE MERCADO

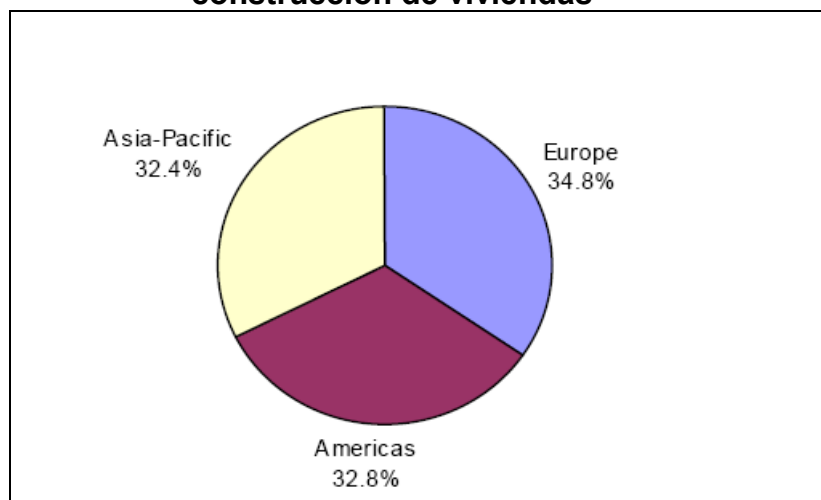
1.1 SECTOR DE LA CONSTRUCCION

Según datos recogidos por Data monitor¹, a nivel global el sector de la construcción de viviendas alcanzo un valor de US\$1,533 billones a julio del 2008, sin embargo después de una ligera caída de la industria generada principalmente por la crisis hipotecaria que golpea la economía de Estados Unidos y que ha dejado secuelas en la mayoría de economías avanzadas, se espera que presente un crecimiento gradual representando una tasa de crecimiento compuesta anual de 2.8% para el periodo comprendido entre 2007-2012 esperando que alcance un valor de US\$1,759 billones para finales del 2012.

En el mercado global el sector privado genera el 80% de los ingresos alcanzados en el sector, geográficamente Europa es la región más representativa en el mercado de la construcción de viviendas con un 34.8% de la construcción a nivel mundial, en el siguiente cuadro se detalla la participación geográfica de la industria:

¹ Líder mundial en proporcionar datos en línea, análisis y plataformas de proyecciones para sectores claves

Gráfico 1: Participación Geográfica² a nivel global del sector de la construcción de viviendas



Fuente: Data monitor

Elaborado: Investigadoras

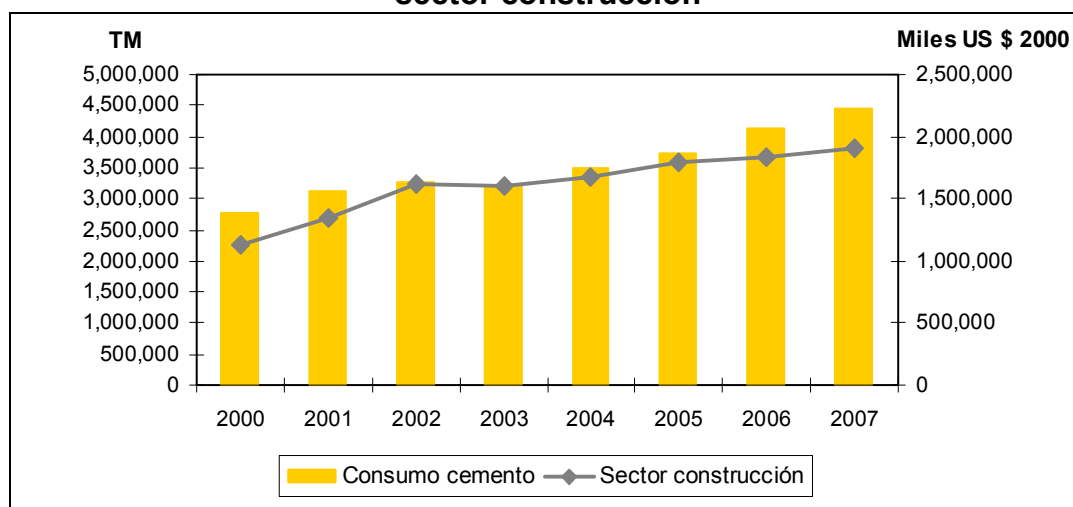
1.1.1 Características del sector de la Construcción en Ecuador

El sector de la construcción en el Ecuador durante los últimos años ha tenido claras señales de crecimiento, la misma que se ha visto apoyada fuertemente por la relativa estabilidad económica que trajo consigo la dolarización así como la flexibilidad en cuanto a los requisitos exigidos por la Banca para poder otorgar créditos y desde luego al fuerte crecimiento de las remesas de los inmigrantes.

La evolución que demuestra la construcción en un país, es un indicador clave para poder medir la tendencia de su economía, es así que cuando esta última atraviesa momentos difíciles el sector de la construcción se debilita por la escasez de inversión y es así que cuando la economía está en épocas de bonanza el sector es uno de los más beneficiados. En el siguiente gráfico se presenta el crecimiento del sector de la construcción y el consumo de cemento que se ha experimentado durante el periodo del 2000 al 2007.

² America incluye Canada, Mexico y Estados Unidos; Asia-Pacific incluye: Australia, China, Japón, India, Singapur, Corea del Sur y Taiwan; Europe incluye: Belgica, República Checa, Dinamarca, Francia, Alemania, Hungría, Italia, Holanda, Noruega, Polonia, Rusia, España, Suiza y el Reino Unido.

Gráfico 2: Consumo nacional de cemento vs. Crecimiento del sector construcción



Fuente: INECYC (Instituto Ecuatoriano del Cemento y el Concreto)

Los niveles bajos mostrados durante el año 2000, se debe principalmente a la crisis financiera y económica por la que atravesó nuestra economía la misma que afecto directamente al sector, mostrando un decrecimiento en su producción del orden del 24.9% (el PIB total decreció en 6.3% en ese año)³.

Durante los años 2000 al 2002, el PIB de la construcción registro una recuperación como consecuencia de la estabilidad que trajo consigo la implementación de la dolarización, entre otros factores que ayudaron a la recuperación de este sector podemos citar el aumento en el nivel de confianza en el sector financiero y la tendencia de invertir en proyectos inmobiliarios que aun cuando son menos liquidas que otros activos estos tienen menor riesgo de perder su valor porque generan plusvalía, apoyados en gran parte por el incremento de las remesas por parte de los inmigrantes la misma que tenia destino principalmente a la adquisición de viviendas. De acuerdo a la Cámara de Construcción de Quito, más de la mitad de las remesas que ingresan al Ecuador está destinada a la compra y/o construcción de inmuebles.

³ BCE (Banco Central del Ecuador), página Web: <http://www.bce.fin.ec/>.

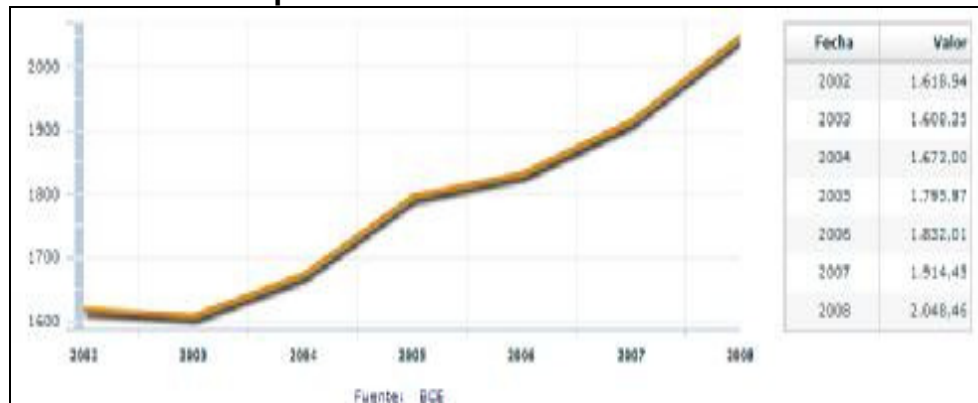
Adicionalmente, durante los últimos años han existido varias fuentes de financiamiento enfocados a apoyar a los constructores y a motivar a los compradores, tales como: el bono gubernamental de la vivienda, los fideicomisos, la titularización inmobiliaria, cédulas hipotecarias, leasing inmobiliario, los mismos que generan incentivos para incrementar el gasto en operaciones de construcción convirtiéndolo en una industria atractiva para la inversión.

Según datos de la Superintendencia de Bancos, el sistema financiero en general ha venido aumentando el nivel de préstamos otorgados para la adquisición de viviendas, alcanzando a US\$1,076,219 miles en marzo del 2008 lo que representa el 13.67% del total de los diferentes tipos de créditos otorgados por las instituciones financieras a nivel local, la cartera morosa representa 1.66%.

La inversión extranjera destinada al sector de la construcción durante el 2006 proveniente principalmente de Canadá 45.53% y Brasil 15.71%, se situó en un 0.51% mostrando un incremento del 165% con respecto al año anterior, la misma proviene principalmente desde los países de América representando un 72% del total de la inversión extranjera, según datos del Banco Central.

En consecuencia, el mercado ecuatoriano de la construcción ha crecido sostenidamente en los últimos años, rodeando el 7% del PIB, con un ingreso cercano a los 2,000 millones de dólares (ver grafico adjunto). Sin embargo, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (en adelante INEC o por su nombre) más del 50% de la población está en condiciones de subempleo y cerca del 10% en desempleo, lo que significa que el déficit habitacional es muy alto, de alrededor de 350,000 viviendas.

Gráfico 3: Participación del sector de la Construcción en el PIB



Fuente: Ecuador en cifras- INEC

Desarrollado: Ecuador en cifras

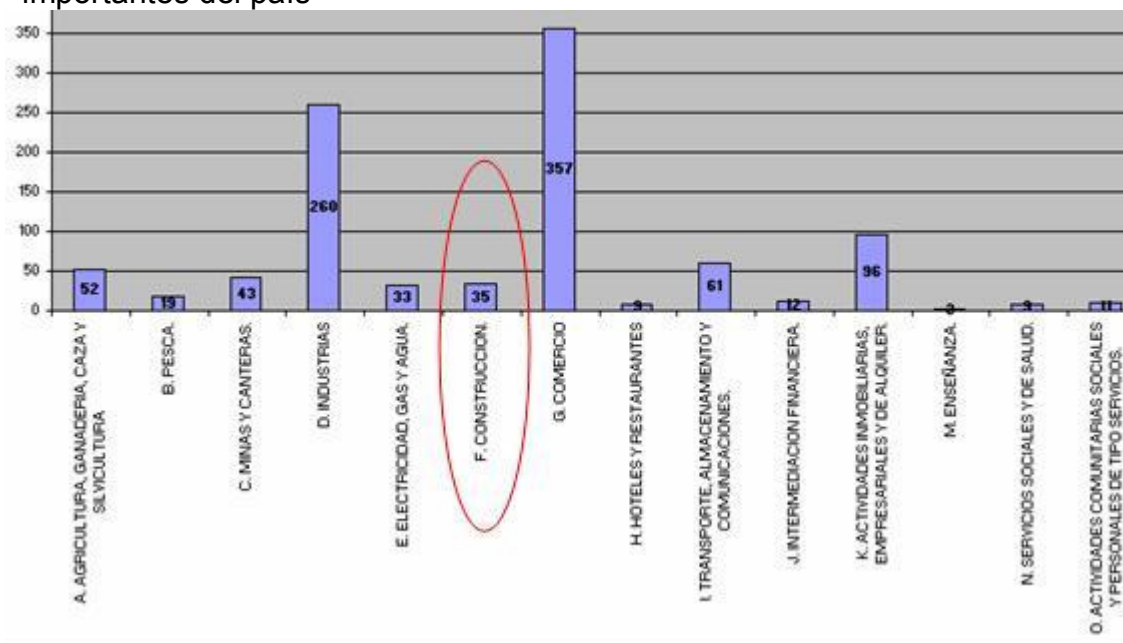
A pesar del crecimiento incontrolado que se vive en la actualidad, los actores del sector así como los responsables de la planificación han evaluado sus consecuencias para poder tomar medidas preventivas. Sin embargo es importante destacar que el crecimiento que se evidencia dentro del sector de la construcción se ve reflejado en gran parte por la inversión pública por medio de la implementación de grandes proyectos como: las centrales hidroeléctricas, Mazar y San Francisco y el aeropuerto de Quito.

Por otro lado el sector privado durante los últimos años ha venido desarrollando ambiciosos proyectos de construcción destacándose entre estos las construcción de hospitales (Clínica Kennedy Samborondón); Centros Comerciales (Ampliación Mall del Sol, Plaza Ceibos Shopping), creación de túneles en la ciudad de Guayaquil, Conjuntos Residenciales, así como en la provincia de Santa Elena que también cuenta con obras como el centro comercial paseo, entre otras.

La expansión de este segmento de construcción privada, se demuestra también en las nuevas compañías dedicadas a este negocio que cada año ingresan al mercado. De acuerdo con la Superintendencia de Compañías, desde 1978 a la presente fecha las sociedades de este sector se incrementaron en más del 324%.

En orden de determinar el tamaño y volumen de este sector en el Ecuador, la Superintendencia de Compañías realiza anualmente el análisis de las 1000 empresas más importantes del país en base de los activos, pasivos, y patrimonio de las mismas, entre las cuales podemos destacar que el 3.50% de dichas compañías se encuentran en el sector de la construcción, lo que representa un total de 35 compañías que generan una utilidad global de US\$64,280,068.00 según el último listado realizado en el 2007.

Gráfico 4: Distribución por actividad económica de las 1000 empresas más importantes del país



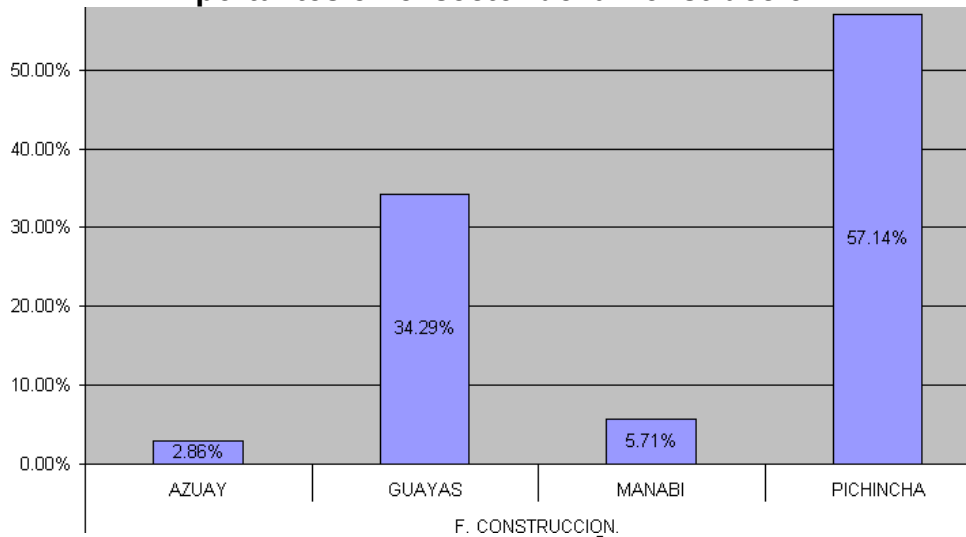
Fuente: Superintendencia de Compañías⁴

Elaborado: Investigadoras

La ubicación geográfica donde realizan sus actividades administrativas de las empresas más importantes es la siguiente: 2.86% en la provincia del Azuay, 34.29% en el Guayas, 5.71% en Manabí y 57.14% en Pichincha.

⁴ http://www.supercias.gov.ec/paginas_htm/societario/1000_cias.htm

Gráfico 5: Localización geográfica de las 35 empresas más importantes en el sector de la Construcción



Fuente: Superintendencia de Compañías⁵

Elaborado: Investigadoras

La provincia de Santa Elena se encuentra ubicada en la zona costera central del Ecuador, se constituye como tal, mediante Ley de creación, publicada en Registro Oficial No. 206, 7 de noviembre del 2007. Tiene una población de 238.889, se encuentra conformada por los cantones de Santa Elena, Salinas y Libertad.

En el siguiente cuadro podemos observar que el cantón de Santa Elena es el más poblado de la provincia de Santa Elena:

⁵ http://www.supercias.gov.ec/paginas_htm/societario/1000_cias.htm

Gráfico 6: Distribución de la provincia de Santa Elena



Fuente: Plan preliminar de desarrollo de la Provincia de Santa Elena
Elaborado: Investigadoras

Este cantón se caracteriza por ser uno de los más antiguos y extensos de la República y acoge el 57% de la población. Este cantón desarrolla una amplia de actividades productivas (Industria, Agropecuaria, pesquera, artesanal, turística, etc. A lo largo de la Ruta del Sol (vía marginal del Pacífico), se encuentran ubicados varios sitios turísticos, además del balneario de Ballenita y los Baños Termales de San Vicente.

De tal manera, hemos escogido este cantón para realizar el proyecto para la construcción de un conjunto residencial al cual denominaremos Atlanta, debido a su principal oferta turística, debido a que muchos extranjeros buscan disfrutar de sus playas, que por lo general se encuentran saturadas en épocas de feriados, siendo un problema en el momento de buscar un alojamiento. Por tal motivo la Urbanización Atlanta brindará viviendas vacacionales con las comodidades necesarias. Adicionalmente, la construcción de la urbanización provocará aumentos de empleos a los habitantes que residen en este cantón, así como el incentivo a la inversión.

La población económicamente activa está distribuida en los sectores de agricultura, ganadería, caza, pesca y selvicultura. La fuerza laboral se

encuentra formado por operarios y operadores de maquinas 27% seguido por trabajo no calificado 25%, a continuación se presenta un detalle de cómo se encuentra formada la fuerza laboral en Santa Elena:

Tabla 1: Población económicamente activa

Miembros Profesionales	Personas
Técnicos	1,945
Empleados de Oficina	1,189
Trabajos de servicios	3,696
Agricultores	7,330
Operarios y Operadores de Maquina	9,468
Trabajo no Calificados	8,713
Otros	3,049
Totales	35,390

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: Investigadoras

Tabla 2: Rama de actividad de la fuerza laboral

Ramas de Actividad	Personas
Agricultura, Ganadería, Caza, Pesca, Selvicultura	12,717
Manufactura	3,854
Construcción	2,116
Comercio	4,301
Enseñanzas	1,487
Otras Actividades	10,615
Totales	35,090

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: Investigadoras

1.1.2. Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector

Actualmente no existe ningún tipo de barreras de entrada y no habrá ningún tipo de castigo en cuanto a la salida de la misma, dado que el Municipio de Santa Elena está impulsando los proyectos urbanísticos y cualquier persona que posea el monto de inversión necesario, podrá involucrarse en el sector siempre y cuando se cumplan con las formalidades establecidas por los organismos de control.

1.1.3. Poder de negociación de clientes y proveedores



Nuestra urbanización va dirigida a las familias de medianos y altos recursos que se encuentren ubicadas dentro de la parroquia Ximena. Nuestras viviendas vacacionales, son construidas con el fin de solucionar el déficit habitacional vacacional como bien de lujo.

El poder de negociación que tienen los clientes, es alto debido a que son ellos quienes comprarán nuestro producto, por tanto, establecerán las especificaciones de cómo les gustaría tener una vivienda vacacional, así como la cancelación de cuotas.

Actualmente las constructoras, poseen canteras, lugares donde se encargan de fabricar sus propias materias primas y realmente los proveedores pierden poder, debido a la reducción de compras y lo que adquiriríamos de los proveedores son pocos materiales como: el hierro y cables para el alumbrado de las viviendas.

1.2 ANALISIS DE MERCADO PARA LA URBANIZACION ATLANTA

Nuestro análisis de mercado nos permitirá identificar y separar los integrantes del mercado, permitiendo de esta manera conocer los mecanismos de funcionamiento empleados en el sector de la construcción para un posterior desarrollo de estrategias que nos ayudaran a llegar a nuestro mercado objetivo.

Es así que procedemos a analizar las principales fuerzas del mercado determinantes de la demanda.

1.2.1 Producto

1.2.1.1 Análisis de mercado

Nos permitirá definir los pro y contra del proyecto, pero aunque exista debilidades, se puede determinar la forma en la que las debilidades se puedan transformar en oportunidades.

1.2.1.2 Descripción del producto

La Urbanización ATLANTA se encuentra ubicado en el km 1 de la carretera Santa Elena – Guayaquil, y consta de 169 unidades habitacionales las cuales se entregaran al finalizar la obra, es decir en 22 meses, las cuales se desarrollaran en 53,700 m² que es el área total del terreno puesto a consideración para desarrollar este proyecto.

Gráfico 7: Plano Urbanístico ATLANTA



Fuente: CONSTRUSIEMPRE S.A.

Elaborado: Arq. Vivenka Anchundia Departamento Técnico.

Atlanta es una urbanización completamente privada que ofrece la siguiente infraestructura Urbanística:

- Alumbrado eléctrico dentro de toda la urbanización.
- Red de agua potable.
- Sistema de aguas servidas mediante tanque Bio-digestor.
- Sistema de aguas de lluvias por gravedad.
- Disponemos de servicio telefónico (opcional).
- Amplias áreas verdes y recreativas.
- Club social a disposición de sus co-propietarios.
- Piscina para adultos y piscina para niños.
- Canchas de uso múltiple.
- Amplias calles asfaltadas o adoquinada, aceras y bordillos.
- Cerramiento perimetral.
- Guardianía privada.

La vivienda tipo ofrecida se denomina “Katty” tiene un área de terreno de 160.00 m² (8.00 x 20.00) y área de construcción de 70.24 m² (6.00 x 10.71) y posee las siguientes características:

Gráfico 8: Fachada de Vivienda propuesta



Fuente: CONSTRUSIEMPRE S.A.
Elaborado: Arq. Vivenka Anchundia

- 2 Dormitorios,
- 1 baño general.
- Cocina, Comedor, Sala, Lavandería.
- Patio posterior y Retiro frontal y lateral.
- Estructura antisísmica de Hormigón Armado para una planta.
- Cubierta tipo Eternit o similar, con estructura de perfiles metálicos.
- Paredes de bloque enlucido interior.
- Recubrimiento de paredes: empastado y pintado interior.
- Puerta principal e interiores, jambas y batientes de madera o similar.
- Ventanas de aluminio y vidrio natural.
- Contra-piso de hormigón.

- Recubrimientos de pisos mediante ácido permanente para concreto.
- Recubrimiento de paredes de baños y mesón de cocina, con cerámica nacional
- Tumbado interior de yeso tipo losa.
- Instalaciones eléctricas y sanitarias empotradas.

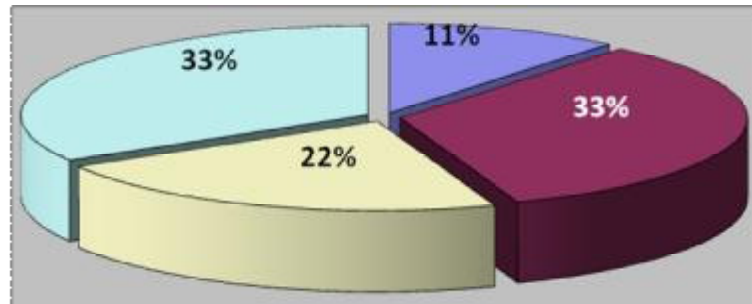
1.2.1.3 Elementos especiales del producto

La propuesta habitacional ofrecida para el turismo contiene dos particularidades, las cuales hacen que el proyecto de vivienda sea ecológico e innovador.

a. Implementación de sistema de aguas servidas ecológico

Mediante la utilización del tanque Bio-digestor, este proyecto ayudará al desarrollo de la provincia de Santa Elena, dado que en esta provincia está en vías de desarrollo y tan solo el 33,6% de la población posee sistema de aguas servidas, así como podemos observar en el gráfico # 9, y dado que el 56% de la población busca medidas alternativas para la eliminación de las aguas servidas, la forma más común de eliminación es el pozo ciego, en el proyecto implementaremos el Tanque Bio-digestor para el tratamiento de Aguas Servidas.

Gráfico 9: Porcentaje de forma de eliminación de Aguas Servidas en Santa Elena



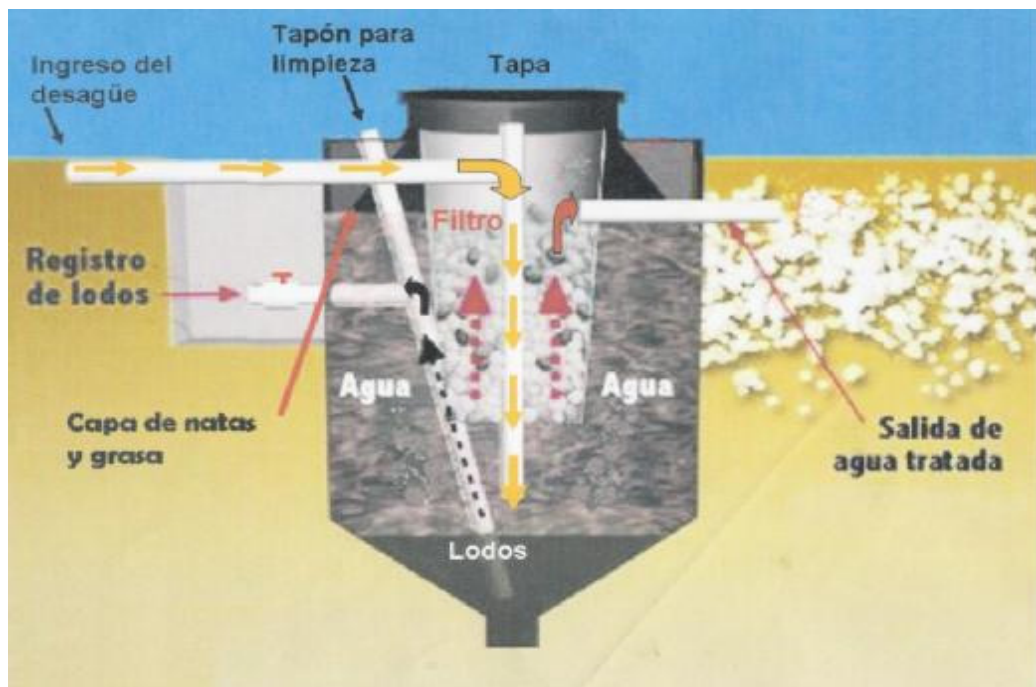
■ Alcantarillado ■ Pozo Septico ■ Pozo Ciego ■ Otras Formas

Fuente: Fascículo Cantón Santa Elena.- INEC

Elaborado: Investigadoras

El Tanque- Biodigestor (Tanque para el tratado de aguas servidas), permitirá procesar las aguas que ingresan aquí como desechos mediante un filtro que se encuentra al interior del tanque, luego los desechos son convertidos en lodo y son enviados al fondo del tanque; el agua transformada que sale por otra tubería es apta para el riego, la cual será utilizada después para el mantenimiento de las áreas verdes de la Urbanización; la limpieza para el tanque se la realizara cada tres o cuatro años.

Gráfico 10 : Funcionamiento de Tanque Biodigestor



Fuente: Lista de Productos de Grupo Rotoplas

Elaborado: Grupo Rotoplas⁶

b. Revestimiento de pisos

El método tradicional de revestimiento de pisos es la cerámica, reemplazando el recubrimiento de pisos con el producto llamado Ácido permanente para concreto, lo cual nos permitirá reducir el costo en este rubro en \$15.00 por m^2 .

En las viviendas ofrecidas se utilizará el ácido permanente para concreto para el revestimiento de pisos y paredes, se lo aplicara en la sala, comedor, cuartos. Debido a que este sistema permite ofrecer al cliente un diseño especial y con excelente acabado.

⁶ Proveedor de materiales de construcción

Para el revestimiento de pisos y paredes de baño y cocina se utilizará cerámica, puesto que estos lugares requieren un trato especial, porque se encuentran expuestos perennemente al agua.

1.2.2 Cliente

La urbanización apunta al segmento de clase media de la ciudad de Guayaquil ubicada en la parroquia Ximena, que tengan edad promedio comprendido entre 35 – 49 años, con ingresos mensuales que fluctúen entre \$500 – \$700.

Mediante conversaciones mantenidas con directores y gerentes de Constructoras acerca de la demanda de viviendas vacacionales en Guayaquil, nos han manifestado que de acuerdo a sus experiencias y a los proyectos similares realizados, consideran que en la Parroquia Ximena, las personas tienen mayor poder adquisitivo y disposición de compra para este tipo de viviendas.

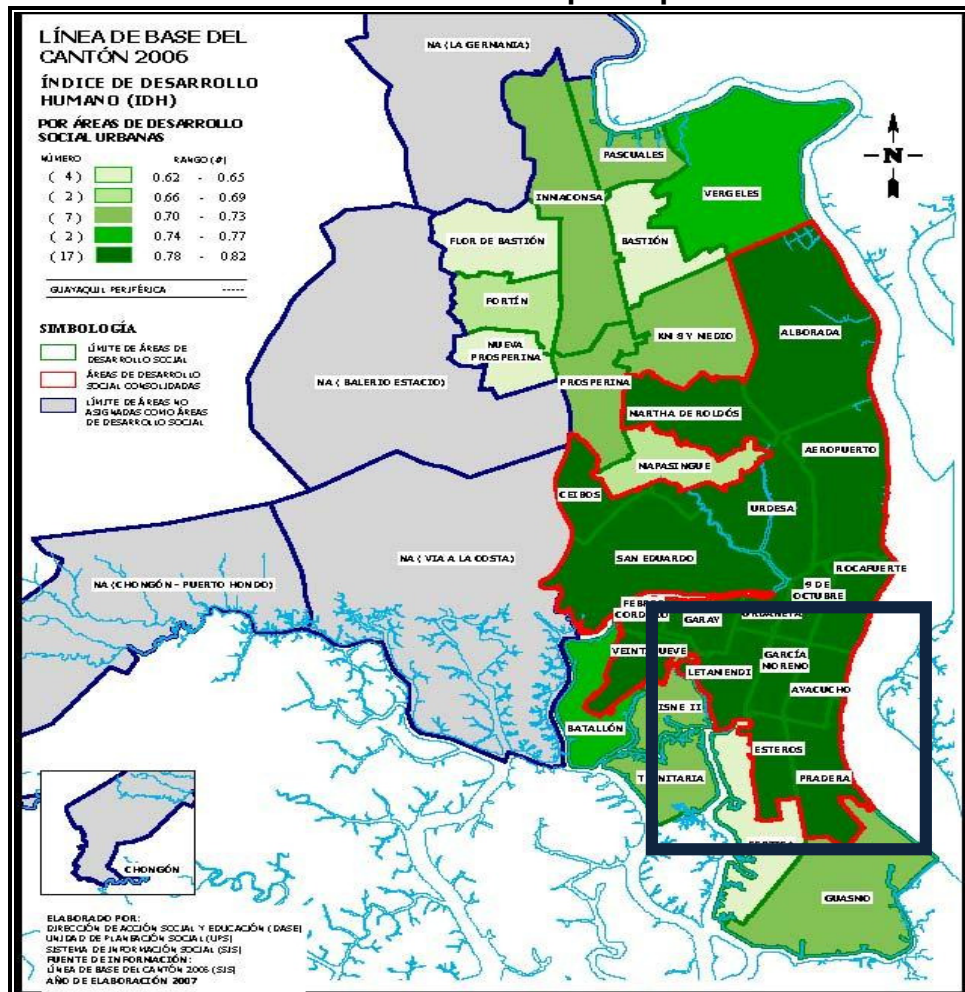
Adicionalmente, consideran que es un mercado no saturado, por lo tanto nuestra oferta inmobiliaria, puede resultar más atractiva para este sector. A continuación podemos observar ciudadelas de la Parroquia Ximena:

- Barrio del Centenario
- 9 de Octubre
- Los Almendros
- Guangala
- La Saiba
- Las Acacias
- Los Esteros
- La Pradera
- Las Tejas

- La Coviem
- Santa Mónica

A continuación observaremos la ubicación de la parroquia Ximena

Gráfico 11: Ubicación de la parroquia Ximena



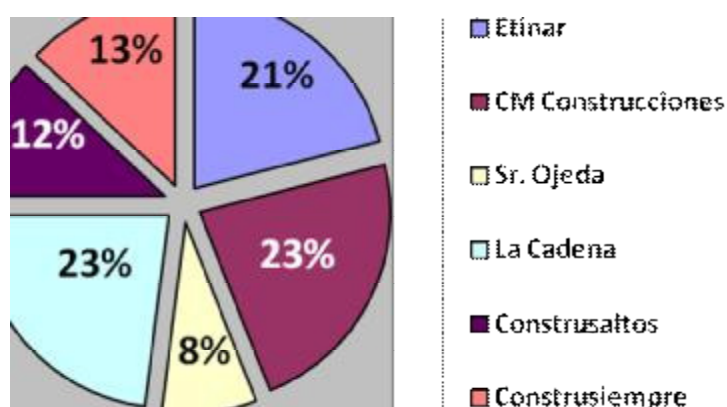
Fuente: Sistema de información social (SIS)

Elaborado: Investigadoras

1.2.3 Competencia

Actualmente, en Santa Elena se encuentran seis compañías dedicadas a ofrecer soluciones habitacionales de tipo vacacional, en total ofrecen 1309 casas, el precio fluctúa entre US\$23,000 y US\$48,000, a continuación se detalla un cuadro en cuanto a la participación de la oferta habitacional:

Gráfico 12: Competencia de Vivienda en Santa Elena



Fuente: CONSTRUSIEMPRE S.A.

Elaborado: Investigadoras

Una vez identificado como estaría repartido el mercado es importante reconocer nuestras competencias mediante el siguiente recuadro:

Tabla 3: Tipo de competencias

Competencia	Valor de viviendas	Tipo de competencia
Construsalts	US\$ 23,000	Directa
Etinar	US\$ 29,000	Directa
La Cadena	US\$ 27,000	Directa
CM	>US\$ 37,000	Indirecta
Sr. Ojeda	US\$ 32,000	Indirecta

Fuente: CONSTRUSIEMPRE

Elaborado: Investigadoras

1.2.3.1. Competencia Directa

Son aquellas que poseen viviendas vacacionales con similares características, así como su precio. Dentro de nuestras competencias Directas tenemos:

- Construsaltos, desarrolla el proyecto Arena Blanca con una oferta de 160 viviendas con un precio estándar de US\$23,000, de las cuales todas se encuentran vendidas, esta compañía cuenta con una experiencia de 5 años en el mercado
- Etinar cuenta con una presencia en el mercado de Santa Elena de aproximadamente 15 años en los cuales han ofrecido 280 casas ubicadas frente al mar, las cuales ya se encuentran vendidas en su totalidad, los precios de las viviendas fluctúan entre US\$29,000 y US\$45,000
- La Cadena, con su urbanización Estela de Mar ofrece alrededor 300 viviendas con precios de US\$27,000; US\$34,000 y US\$48,000, durante los 5 años en el mercado de Santa Elena han tenido una demanda de 20 casas, sus oficinas se encuentran ubicadas en Plaza Quil

1.2.3.2. Competencia Indirecta

Son aquellas que poseen viviendas vacacionales, pero varían en precios y características. Entre las competencias indirectas tenemos:

- CM Construcciones ubicada vía Punta Carnero al pie de la autopista Salinas Punta Carnero, esta empresa, ofrece 300 casas, las mismas que han sido construidas en un 20%. Cuenta con una presencia de 9 años y los precios de las viviendas, tienen como base de US\$37,000 en adelante, dependiendo de los requerimientos de los propietarios. Las ventas realizadas se han dado, gracias a una estrategia de precios llevada a cabo por el propietario de la inmobiliaria, puesto que las casas eran más caras al inicio del proyecto, lo que obligó a la

Compañía a reducir los costos. Ellos no realizan grandes inversiones en publicidad la mayoría de los clientes son referidos.

- Sr. Ojeda es un constructor independiente que entre los diferentes negocios que maneja ha decidido incursionar en la construcción de viviendas con su proyecto Puerta al Mar con una oferta de 100 viviendas con precios Standard de US\$32,000, se encuentra localizada Vía Santa Elena Km. 1 vía Santa Elena, solo cuenta con 30 casas construidas.

1.2.4. TAMAÑO DEL MERCADO

Haciendo referencia a la segmentación del mercado para poder dividir el mercado en grupos homogéneos de posibles consumidores, a continuación presentamos la información relevante para nuestra investigación:

Podemos ver que dado que las cuotas de nuestra vivienda son mayores de US\$300 dependiendo del pago inicial que se efectúe, nuestro mercado objetivo se encuentra entre las personas que ganan en promedio 500 – 700 dólares es decir personas cuyo ingreso se encuentra entre en el quintil⁷ 3 (en adelante Q3) y el quintil 4 (en adelante Q4), las mismas que totalizan un numero de 769,524 considerando que cada hogar esta formado por 4 habitantes lo que representa el 39.98% de la población económica activa.

⁷Quintil se entiende por ingreso per cápita a la suma de los ingresos de cada uno de los miembros del hogar y luego la división por el número de integrantes del grupo familiar (incluyendo a los que no realizan trabajos remunerados).

Tabla 4: Ingreso de hogares de Guayaquil por Quintiles

Quintiles	Ingreso Anual por hogar	Ingreso Mensual por hogar	Numero de hogares	Habitantes
Q1	\$3,427.12	\$285.59	96,257	385,028
Q2	\$4,964.48	\$413.71	96,237	384,948
Q3	\$6,178.64	\$514.89	96,136	384,544
Q4	\$8,222.84	\$685.24	96,245	384,980
Q5	\$13,398.16	\$1,116.51	96,258	385,032

Fuente: Estadísticas Censo Poblacional y de Vivienda 2001 INEC

Elaboración: Investigadoras

Nuestro mercado objetivo son personas que tengan entre 35 y 49 años debido principalmente que a esta edad la mayoría de las personas tienen un trabajo estable, un hogar y tiene la disposición de realizar inversiones para su futuro, según datos del INEC hay 142,670 personas entre 35 y 49 años representando el 18.54% de la población, a continuación se detalla la distribución por edades de la población de Guayaquil:

Tabla 5: Distribución de la población de Guayaquil por edades

Edades	Hombres	Mujeres	Total	%
85 y +	10,936	12,234	23,170	1.14%
80 – 84	6,838	8,546	15,384	0.75%
75 – 79	10,445	12,416	22,861	1.12%
70 – 74	14,558	16,948	31,506	1.54%
65 – 69	18,304	21,241	39,545	1.94%
60 – 64	21,364	24,143	45,507	2.23%
55 – 59	27,095	29,251	56,346	2.76%
50 – 54	39,726	41,494	81,220	3.98%
45 – 49	49,750	52,148	101,898	5.00%
40 – 44	63,659	66,117	129,776	6.36%
35 – 39	70,032	76,497	146,529	7.18%
30 – 34	79,668	82,230	161,898	7.94%
25 – 29	84,755	90,137	174,892	8.57%
20 – 24	103,834	109,840	213,674	10.48%
15 – 19	95,237	100,657	195,894	9.60%
10 – 14	99,708	99,004	198,712	9.74%
5 – 9	102,365	100,072	202,437	9.92%
0 – 4	100,887	97,623	198,510	9.73%
Total	999,161	1,040,598	2,039,759	100%

Fuente: Estadísticas Censo Poblacional y Vivienda 2001 Inec

Elaboración: Investigadoras

Para poder localizar nuestro mercado objetivo presentamos a continuación el detalle de habitantes por parroquias de la ciudad de Guayaquil:

Tabla 6: Población de Guayaquil Censo 2001 por parroquia

Parroquias	Total	Hombres	Mujeres	Participación
Periferia	9,139	4,886	4,253	0.45%
Parroquias Rurales	45,271	23,643	21,628	2.22%
Ayacucho	11,879	5,615	6,264	0.58%
Bolivar	9,517	4,624	4,893	0.47%
Carbo	5,248	2,435	2,813	0.26%
Febres Cordero	344,828	170,578	174,250	16.91%
Garcia Moreno	55,596	26,725	28,871	2.73%
Letamendi	102,414	49,879	52,535	5.02%
Nueve de Octubre	7,530	3,729	3,801	0.37%
Olmedo	9,688	4,808	4,880	0.47%
Roca	7,343	3,544	3,799	0.36%
Rocafuerte	9,091	4,556	4,535	0.45%
Sucre	14,907	7,396	7,511	0.73%
Tarqui	812,034	394,218	417,816	39.81%
Urdaneta	25,794	12,647	13,147	1.26%
Ximena	517,779	253,533	264,246	25.38%
Chongon	9,856	5,103	4,753	0.48%
Pascuales	41,745	21,157	20,588	2.05%
Indigentes	130	115	15	0.01%
Total	2,039,789	999,191	1,040,598	100%

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: Investigadoras

Nuestro proyecto va dirigido a las personas que vivan en la ciudad de Guayaquil específicamente en la parroquia Ximena y que se encuentren en un rango de 39-45 años de edad económicamente activos, cuyos ingresos se encuentren entre el Q3 y Q4, es así que haciendo uso de los datos mencionados anteriormente tenemos que:

Tabla 7: Distribución de la población por ingresos y por edades

Población del Cantón Guayaquil según Censo realizado en el 2001	2,039,789
Porcentaje de la población guayaquileña que vive en la parroquia Ximena	25.38%
Numero de personas de la población de Guayaquil que viven en la parroquia Ximena	517,779
Porcentaje de la población de Guayaquil que se encuentra entre 35 – 49 años	18.54%
Población de la parroquia Ximena que tienen entre 35 – 49 años	95,996
Porcentaje de la población de Guayaquil cuyo ingreso se encuentra entre Q3 y Q4	39.98%
Población de a parroquia Ximena que tienen entre 35-49 años y cuyos ingresos se sitúan entre el Q3 y Q4	38,379
Número de hogares⁸ de la parroquia Ximena cuyos ingresos se sitúan entre Q3 y Q4 y cuyos lideres de hogares tienen entre 35-49 años	9,594

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Elaboración: Investigadoras

1.2.4.1. Tamaño de la muestra

Es importante considerar que para realizar una muestra se debe tener perfectamente identificado tres variables: 1) el tamaño de la muestra; 2) a quien se dirige la muestra y por último 3) el procedimiento a ser utilizado en la muestra.

Es así que para nuestra investigación y como resultado de la segmentación realizada en el apartado anterior hemos identificado un mercado potencial de 9,594 personas, para el estudio de mercado hemos hecho uso de la siguiente fórmula que corresponde a la población finita:

⁸ Considerando que el número de promedio de habitantes por hogar es de 4 personas

Donde:

$$n = \frac{N * (\bar{p} * \bar{q})}{\frac{e^2}{4} * N - 1 + (\bar{p} * \bar{q})}$$

N: Tamaño de la población

P: probabilidad de éxito

Q: probabilidad de fracaso

e: margen de error

N: 9594 hogares

P: 80%⁹

Q: 20%

e: 0.05

$$n = \frac{9,594 * (0.8 * 0.2)}{\frac{0.05^2}{4} * (9,594 - 1) + (0.8 * 0.2)} = 126$$

Para determinar el número de encuestas a realizar se trabajó con un margen de error del 0.05 y una probabilidad de éxito de 0.80 y una probabilidad de fracaso de 0.20, dándonos como resultado un total de 126 encuestas a realizar.

A continuación se presenta el modelo de la encuesta realizada:

⁹ Proveniente de la aceptación de posibles compradores, investigado a través de entrevistas con sindicatos de trabajadores de la Empresa Eléctrica y del Colegio 28 de Mayo

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

OBJETIVO: DETERMINAR LA PREDISPOSICION DE LAS PERSONAS QUE VIVEN EN LA PARROQUIA XIMENA EN LA ADQUISICION DE VIVIENDAS EN EL CANTON DE SANTA ELENA

1.- GENERO

Masculino	
------------------	--

Femenino	
-----------------	--

2.- ESTADO CIVIL

Soltero			Divorciado			Unión Libre		
Casado			Viudo					

3.-CUANTAS PERSONAS SE ENCUENTRAN BAJO SU RESPONSABILIDAD?.

	Personas
--	----------

4.- EL LUGAR DONDE HABITA ES:

Propia	<input type="checkbox"/>	Pertenece a familia	<input type="checkbox"/>
Alquilada	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>

5.- SU FUENTE DE INGRESO ES DEBIDO A

Negocio Propio	<input type="checkbox"/>	Empresa Pública o Privada	<input type="checkbox"/>
----------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------

6.- SU INGRESO FAMILIAR, ¿ EN QUE ESCALA SE ENCUENTRA?

\$ 0,00 - \$ 100,00	<input type="checkbox"/>	\$ 601,00 - \$ 1.000,00	<input type="checkbox"/>
\$ 100,00 - \$ 300,00	<input type="checkbox"/>	Más de \$ 1.000,00	<input type="checkbox"/>
\$ 301,00 - \$ 600,00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

7.- CON QUE FRECUENCIA VISITA USTED LA PROVINCIA DE SANTA ELENA?

0 - 5

10 en adelante

6 - 10

Nunca

8.- ESTARIA USTED INTERESADO(A) EN ADQUIRIR UNA VIVIENDA TIPO VACACIONAL EN EL CANTON SANTA ELENA

SI _____ (PREGUNTA9)

No _____ (PREGUNTA8)

9.- SELECCIONE LA RAZON POR LA QUE NO POR QUE NO LE INTERESA AQUIRIR UNA CASA

Ubicación

Seguridad

Precio

Otros

10.- CUAL DE ESTAS CARACTERISTICAS CONSIDERA MAS IMPORTANTE SI USTED ESTA INTERESADO EN ADQUIRIR UNA VIVIENDA EN SANTA ELENA

Tamaño/que sea espaciosa	<input type="checkbox"/>
Tamaño/cuántas plantas	<input type="checkbox"/>
Acabado	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>

11.- CUANTO PAGARIA USTED POR UNA VIVIENDA DENTRO DE UNA URBANIZACION EN EL CANTON DE SANTA ELENA?

\$25000-30000

\$35000 - \$40000

\$30000-35000

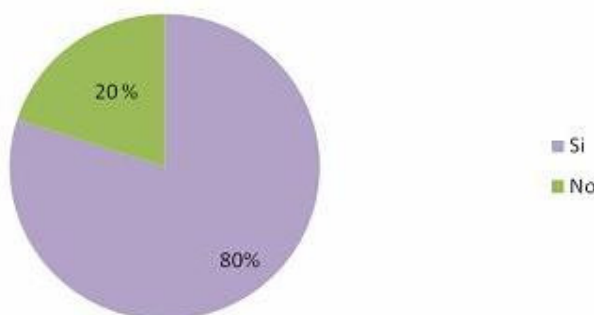
\$40000 en Adelante

1.3. ANALISIS DE MERCADO

Las encuestas¹⁰ contenían preguntas alternativas, las cuales fueron realizadas en la parroquia Ximena, a diferentes personas que posean entre 35 – 49 años de edad. Una vez obtenido los resultados se puede observar que el 53% corresponden a mujeres y el resto, es decir el 47% a hombres, así como un 51% de los encuestados son casados, los cuales tienen a su cargo hasta 6 miembros familiares y sus ingresos promedios son obtenidos, según resultados principales, 42% a través de negocios propios y el 58% laborando en públicas o privadas.

Entre las preguntas de gran importancia, es acerca del interés en adquirir una vivienda tipo vacacional. De acuerdo a los resultados el 80% de las personas estarían interesados en adquirir una de estas viviendas, en el cantón de Santa Elena. Viviendas, que posean un buen acabado espacio y lo más importante para los encuestados, la seguridad, factor, que debemos considerar, a la hora de emprender nuestro proyecto, dado que la urbanización se encuentra fuera del Guayas y para ellos representa gran temor a la hora de retornar a su actividades cotidianas.

Gráfico 13: Interés en adquirir una vivienda Vacacional



Fuente: Encuestas Realizadas
Elaborado: Investigadoras

¹⁰ Ver el anexo: tabulaciones de las encuestas, para identificar los resultados individuales de cada pregunta realiza a los encuestados

Entre las personas que no les interesaría adquirir una vivienda tipo vacacional, es decir el 20%, es debido, a no contar con el dinero para adquirirla o debido a que poseen viviendas en la Provincia de Santa Elena.

Podemos concluir, que nuestro proyecto tendrá la aceptación que se espera para su realización, dado a que los resultados obtenidos en la investigación de campo, en cuanto al interés de poseer una de estas viviendas, han sido favorable.

1.4. MARKETING MIX

1.4.1. PRODUCTO

La Urbanización Atlanta es una propuesta de vivienda vacacional que busca más que satisfacer las necesidades y deseos de los clientes; debido a la seguridad y ubicación de la misma la hace accesible y al alcance de una gran variedad de zonas turísticas ya sean estas Arqueológicas, Artesanales, Playas, museos, e iglesias.

Las características importantes para el cliente en una vivienda es: la calidad de los acabados, el diseño de la vivienda, el área de la propiedad, el tipo de materiales a utilizar, etc. y el conjunto residencial vacacional Atlanta marca diferencias ante las urbanizaciones ya existentes en la provincia de Santa Elena, dado que cuenta con características innovadoras como lo es el tanque Bio-digestor. Producto que ayudará a resolver los problemas en cuanto al sistema de aguas servidas. Otro factor diferenciador es el acabado, el ácido permanente para concreto utilizado en el acabado de paredes y pisos que darán a nuestras viviendas un toque original y único.

Además poseemos otros beneficios como lo son:

- Alumbrado eléctrico dentro de toda la urbanización.
- Red de agua potable.
- Sistema de aguas servidas mediante tanque Bio-digestor.
- Disponemos de servicio telefónico (opcional).
- Amplias áreas verdes y recreativas.
- Club social a disposición de sus co-propietarios.
- Amplias calles asfaltadas u adoquinada, aceras y bordillos.
- Cerramiento perimetral.
- Guardianía privada.

Atlanta, está dirigido a familias de mediano y altos recursos económicos de la ciudad de Guayaquil; tratará de satisfacer las necesidades ofreciendo a esta ciudad y a las aledañas una oportunidad de obtener viviendas vacacionales, debido a que por temporadas sobre todo en los meses playeros, muchas familias sufren la necesidad de hospedarse en hoteles que por lo general están saturados.

1.4.2. PRECIO

El precio es uno de los principales indicadores del valor que la empresa entrega a sus clientes, dado esto, existen algunos métodos o estrategias para fijar los precios que puede ser empleado por cualquier empresa. En nuestro caso, la estrategia que hemos decidido seguir es la de precio paridad, es decir el precio cobrado tiene que ser equivalente al precio promedio cobrado por los principales competidores. Esta estrategia es utilizada por empresa que poseen un diferencial en sus productos.

De tal manera ofreceremos viviendas con un solo tipo de precio, como lo han implementado algunas de nuestras competencias, pero a su vez

nuestra urbanización tendrá elementos diferenciadores, como lo es el revestimiento de pisos que se lo efectuara mediante el producto nuevo en el mercado, llamado acido permanente, así como el sistema de aguas servidas, productos que nuestras competencias no disponen, esto hace que Atlanta posea el mismo precio, al cual ellos ofrecen, pero nuestro producto demostrará además de calidad, innovación.

1.4.3. PLAZA

La estrategia de distribución de la empresa parte de dos variables básicas: tipo de canal y nivel de servicios agregados a la distribución física. Los canales de distribución se dividen en dos categorías: Directas e indirectas. Se entiende por canal directa, la venta sin usos de intermediarios, mientras que las indirectas requieren de intermediarios, sea estos mayoristas, distribuidoras o comerciantes.

Nuestra estrategia a seguir, es la estrategia de canal indirecto, es decir por medio de intermediarios, tal es la razón que contaremos con dos vendedores altamente capacitado para la venta de las mismas, quienes inicialmente se dirigirán hacia la parroquia Ximena y obtendrán su remuneración a través de comisiones.

Nuestra sucursal estará ubicado ciudadela Kennedy (vieja) calle B condominio 9 tercer piso en este lugar, brindaremos información más detallada acerca de nuestro producto o cualquier inquietud que las personas tengan ya que contaremos con el personal capacitado para la misma.

1.4.4. PROMOCION

Para captar la atención de nuestros clientes y penetrar en el mercado se ha elegido las siguientes estrategias de publicidad:

- Efectuar una casa abierta durante un fin de semana en un centro de convenciones, con previo aviso que será publicado en el diario de mayor circulación en el cual presentaremos un video promocional y a su vez informar a las personas interesadas.
- Se contratara los medios de comunicación más escuchada y vista de la ciudad para de esta forma hacer propaganda referente a la venta de las viviendas por 30 días.
- Colocaremos vayas en lugares estratégicos de la ciudad de Guayaquil.
- Entregar volantes a las diferentes personas que residan dentro de la parroquia Ximena.

CAPÍTULO 2. ANALISIS LOCALIZACION Y ADMINISTRATIVO

2.1 ANALISIS DE LOCALIZACION

El terreno donde se va a construir el conjunto habitacional consta de 5.37 hectáreas, es decir 53,700.00 m², el cual fue comprado a \$49.0000. Se eligió esta ubicación porque es una zona privilegiada, está localizada en la vía de acceso principal a la ruta del sol,

Gráfico 14: Localización del terreno

Elaborado: Fotos tomadas por las Investigadoras



La Urbanización Atlanta se encuentra en el Km. 1 de la carretera estable Santa Elena - Guayaquil, la urbanización se encuentra en el recorrido de la ruta del sol, y el lugar apropiado para realizar turismo no solo por la cercanía a las playas sino porque aquí además se puede realizar turismo artesanal arqueológico, de museos e iglesias, lo que permitirá brindar un ambiente cálido, y relajado que es lo que nuestros clientes esperan.

Como podemos observar en la ilustración, urbanización se encuentra en el recorrido de la ruta del sol, pero el turismo que se puede desarrollar en Santa Elena no solo es por sus playas sino con los diferentes atractivos turísticos que esta posee como los que mencionaremos a continuación:

Gráfico 15: Ubicación de la Urbanización



Elaborado: Investigadoras

A continuación detallamos los atractivos más importantes y cercanos a la Urbanización:

Tabla 8: Principales atractivos turísticos cercanos al conjunto residencial

TIPO TURISMO	UBICADA	DISTANCIA	PRINCIPAL ACTIVIDAD
TURISMO ARTESANAL	Comuna Valdivia	a 42 Km. de Santa Elena	Artesanías en Piedra Arenisca
	Comuna La Entrada		Elaboración de artículos con papel reciclado
TURISMO ARQUEOLÓGICO	Comuna Valdivia		Cultura Valdivia, Machalilla y Chorrera
	Cantón la Libertad		Cultura Guangala, Huancavilca
PLAYAS	Mar bravo	15 Km.	* Variedad de aves * Mall del Pacífico realizar actividades de esparcimiento.
	Salinas conocida como "Puntilla de Santa Elena"	144 Km. de la ciudad de Guayaquil	* Base del turismo: sol, mar y playa, con una infraestructura hotelera de primera calidad.
	Montañita		* Surf: música y diversión.
	Ballenita	20 minutos de Salina	* Diversión sana, como una caminata, varios deportes.
MUSEOS	Museo Los Amantes De Sumpa	1 Km.	
	Museo Ballenita	Lomas de Ballenita	Mirador Farallón Dillon
IGLESIAS	Nuestra Señora De La Emperatriz	Santa Elena	La imagen más antigua es la de un Cristo recostado en una urna transparente.
	Santuario Nuestra Señora De Fátima	sobre el cerro María Guare a 32 Km. de Santa Elena	Posee una arquitectura según reforma litúrgica propuesta por el concilio Vaticano II

Fuente: www.visitaecuador.com

Elaborado: Las Investigadoras

2.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Los miembros de la organización requieren de un marco estable y comprensible dentro del cual puedan trabajar conjuntamente, con el fin de alcanzar las metas propuestas; por lo tanto para la ejecución, control y ventas de nuestra urbanización necesitaremos de la siguiente estructura organizacional:

Gráfico 16: Organigrama de Urbanización Atlanta



Elaborado: Investigadoras

A continuación detallamos las funciones y actividades de cada una de los cargos:

2.2.1 Perfil del Presidente

Se encarga de:

- Ejercer la figura legal de la compañía y firma los documentos mas importantes para esta.
- Identificar las posibilidades de incursionar en nuevos negocios de proyectos habitacionales por medio del análisis financiero y

económico de las alternativas propuestas por el equipo de trabajo que se encuentra bajo su dirección;

- Establecer acuerdos de corto, mediano y largo plazo con los proveedores de las materias primas necesarias para la construcción de los proyectos habitacionales;
- Control y planificación de las diferentes actividades a ser desarrolladas por el equipo de trabajo.

2.2.2. Departamento Financiero

Entre las actividades desarrolladas por este departamento tenemos:

- Llevar un control contable, financiero y fiscal de las empresas que contraten el servicio, visitar constantemente las empresas, ir elaborando los registros al transcurrir el tiempo e informar al Gerente del trabajo elaborado, los auditores deberán ser Ingenieros Comerciales, Economistas
- Poder desempeñar como ejecutivo de negocios.
- Capacidad para comunicación clara en medios verbales, escritos y realizar trabajo en equipo

2.2.3. Departamento Contabilidad

- Declarar los Impuestos a tiempo, planillas IESS y realizar los tramites pertinentes para la actualización del RUC, permisos de funcionamiento, datos en la superintendencia de compañías, entre otros
- Elaborar los Estados Financieros: Balance General, Estado de Resultado, Flujo de Caja, etc.

2.2.4. Departamento de Promoción y Ventas

Este departamento se encargara de desarrollar las estrategias para captar clientes, entre las principales actividades están:

- Capacitación y contratación de los vendedores
- Búsqueda y presentación de alternativas de publicidad
- Seguimiento de las propuestas realizadas a los clientes
- Elaboración del presupuesto de ventas de manera mensual

2.2.5. Departamento de Construcción

Este departamento se encarga de elaborar los planos arquitectónicos de presentes y futuros proyectos, presentando las diferentes alternativas para la construcción y diseño de las viviendas, entre las actividades a desarrollar tenemos:

- Elaboración de presupuestos de costos de la viviendas
- Presentación de diseños de viviendas
- Evaluación de alternativas de construcción
- Búsqueda de procesos que disminuyan los costos sin disminuir la calidad de las viviendas
- Cotización de los posibles proveedores de maquinarias y materiales para la construcción de las viviendas

A continuación presentamos un detalle de las personas en el área administrativa necesarias para la puesta en marcha de nuestro proyecto, con el detalle de los ingresos mensuales a percibir por cada uno de ellos, según entrevista mantenida con el Gerente General Construsiempre S.A.:

Tabla 9: Detalle del personal administrativo

Numero	Cargo a desempeñar
1	Gerente General
1	Arquitecto
1	Contador
2	Vendedores
1	Mensajero

Elaborado: Investigadoras

Con el objetivo de minimizar el riesgo por cuentas incobrables, hemos establecido como política una alianza con la Mutualista Pichincha la cual nos ofrece dos tipos de manejo de cartera correspondiente al 50% del valor de la vivienda, los que detallamos a continuación:

1. Avance de obra: Este se da cuando no está la vivienda construida en su totalidad, por lo que realiza desembolsos de acuerdo a los planes de construcción establecidos por la Compañía.

2. Termino de la obra: Cuando ya está concluida la construcción de la vivienda, el Banco asume el riesgo de cartera y nos devuelve el valor total de la misma

CAPITULO 3. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

3.1. Inversiones

3.1.1 Inversión Total

Para la realización y ejecución de nuestro proyecto habitacional necesitaremos de los siguientes rubros:

Tabla 10: Inversión Inicial

RUBRO	Monto
Terreno	\$49,500.00
Trámites, Permisos, Diseños de Planos	\$ 5,500.00
Movimiento de Tierra	\$219,700.55
Cerramiento Perimetral	\$ 64,107.82
TOTAL	\$338,808.37

Elaborado: Investigadoras

El rubro más importante de nuestra inversión inicial incluye el movimiento de tierra que se refiere a la preparación del terreno para la posterior construcción de las viviendas, adicionalmente incluimos el valor del terreno y de los permisos necesarios que incluyen los diferentes planos que son presentados a la Autoridad Competente para que permitan la ejecución del proyecto, otro rubro que forma nuestra inversión inicial comprende el cerramiento perimetral que se refiere al rubro pagado por el cercamiento de nuestra urbanización.

Todos estos rubros van a ser incurridos en la etapa pre-operativa de nuestro negocio es decir en el año 0 de nuestro análisis.

3.1.2 Financiamiento

El costo total de construcción de la urbanización estimado durante nuestra investigación asciende a US \$3,266,060.25, según nuestro cronograma¹¹ de trabajo se ha considerado que el 65.63% del monto mencionado va a ser incurrido durante el primer año, razón por la cual hemos identificado un desfase en nuestros flujo de ingreso por lo que hemos determinado, aplicar un préstamo¹² por el 18% del valor del proyecto, lo que generaría un pago por intereses que detallamos a continuación:

Tabla 11: Amortización de deuda

CUOTA	INTERES	AMORIZACION	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
				600.000,00
146.334,42	42.000,00	104.334,42	104.334,42	495.665,58
146.334,42	34.696,59	111.637,83	215.972,24	384.027,76
146.334,42	26.881,94	119.452,47	335.424,72	264.575,28
146.334,42	18.520,27	127.814,15	463.238,86	136.761,14
146.334,42	9.573,28	136.761,14	600.000,00	0,00

Elaborado: Investigadoras

Se han establecidos pagos semestrales constantes los mismos que serán pagados a desde el periodo 1 de nuestro proyecto.

¹¹ Ver anexo: Cronograma de trabajo

¹² Se ha aplicado una tasa de interés anual de 10.57% según la publicación de tasa por el Banco Central del mes de febrero de 2009

3.2. GASTOS

3.2.1. Costos de Construcción¹³

A continuación detallamos los costos unitarios en los que se incurrirían para la construcción de las viviendas:

Tabla 12: Costos de Construcción

N°	DESCRIPCION	VIVIENDA	TOTAL
1	PRELIMINARES	\$ 47.15	\$ 7,968.10
2	INST. PROVISIONALES	\$ 56.00	\$ 9,464.00
3	COSTO VARIOS	\$2,004.78	\$ 338,808.37
4	ESTRUCTURA	\$8,252.13	\$1,394,610.68
5	RESANES	\$ 220.97	\$ 37,343.93
6	PISOS Y SOBREPISOS	\$ 461.85	\$ 78,053.09
7	PUERTAS	\$ 482.80	\$ 81,593.20
8	VENTANAS	\$ 379.32	\$ 64,104.66
9	INST. AA.PP	\$ 341.67	\$ 57,742.27
10	INST. AA.SS.	\$ 526.70	\$ 89,012.00
11	INST. E.E.E.	\$ 643.34	\$ 108,724.38
12	MESON DE COCINA	\$ 105.67	\$ 17,858.57
13	BAÑOS	\$ 268.48	\$ 45,373.29
14	CUBIERTA	\$2,872.75	\$ 485,495.05
15	RECUBRIMIENTO PISOS	\$ 104.51	\$ 17,662.19
16	RECUBR. PARED BAÑOS Y COCINA	\$ 272.87	\$ 46,114.36
17	PINTURAS	\$ 347.30	\$ 58,693.70
18	EMPASTE	\$ 277.84	\$ 46,954.96
19	TUMBADO	\$ 326.20	\$ 55,127.80
TOTAL		\$17,992.33	\$3,040,040.

Elaborado: Investigadoras

Adicional al valor establecido como inversión inicial, a continuación se detallan otros rubros que se deben cubrir dentro de la Urbanización:

¹³ El detalle de cada rubro se encuentra en el anexo de costos unitarios

Tabla 13: Costos de Urbanización

RUBRO	DESCRIPCION	PRECIO TOTAL
1	ALCANTARILLADO SANITARIO	\$60,000.00
2	REDES ELECTRICAS	\$95,391.81
3	CONSTRUCCION DE PAVIMENTO ACERAS Y BORDILLOS	\$ 29,563.84
4	CONSULTORIA & FISCALIZACION	\$ 10,000.00
TOTAL DE URBANIZACION		\$194,955.65

Elaborado: Investigadoras

Adicional al valor establecido como construcción de vivienda, se requiere culminar los trabajos de la Urbanización ya empezados en la inversión Inicial, a continuación se detallan otros rubros que se deben cubrir dentro de la Urbanización:

3.2.2 Gastos de Administración

En base al análisis organizacional realizado en el capítulo anterior, y al salario promedio que se paga por actividad profesional, según sondeo que se realizó a Gerentes Generales de compañías Constructoras, los salarios a pagar por conceptos de salarios así como los rubros provenientes de las actividades administrativas son:

Tabla 14: Gastos de Administración

Cargo	Salario mensual
Gerente General	\$ 800.00
Arquitecto	\$ 450.00
Contador	\$ 350.00
Vendedores	1% x ventas
Mensajero	\$ 240.00
Servicios Básicos	\$ 350.00

Elaborado: Investigadoras

3.2.3 Gastos de Ventas

Para que nuestra urbanización sea reconocida por una mayor cantidad de usuarios y en congruencia con nuestro plan de marketing en donde se establece que la inversión en publicidad es primordial para que exista ventas, a continuación detallamos los valores referentes a nuestra estrategia de publicidad:

Tabla 15: Gastos de Promoción y Venta

GASTOS DE PROMOCION DE VENTA	
RUBRO	US \$
Islas en locales Comerciales	\$ 1.500,00
Grupo K o Ecuavallas	\$ 6.000,00
Volantes chucheé millar	\$ 1.040,00
Stand de Feria Inmobiliaria	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 7.730,00

Elaborado: Investigadoras

3.2.4. Establecimiento de Tasa de Descuento

El Costo de Capital Promedio Ponderado o WACC (por su siglas en inglés weighted average cost of capital) es la tasa con la cual se evaluará los flujos económicos netos a lo largo del horizonte de planeación, reflejando de esta manera la percepción del riesgo y el valor del dinero en el tiempo del capital invertido, es así como el WACC será la tasa de recuperación mínima atractiva de invertir en el proyecto.

El Costo Promedio Ponderado del Capital se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$WACC = Ke \frac{E}{E + D} + Kd(1 - T) \frac{D}{E + D}$$

Donde:

Ke: Rentabilidad mínima exigida de una inversión

E: Patrimonio

D: Deuda a largo plazo

Kd: Costo de la deuda

T: Tasa efectiva de impuesto

Mediante el modelo de CAPM (por su siglas en inglés, Capital Asset Pricing Model) determinaremos la rentabilidad mínima exigida de una inversión, el cual responde a dos principios que son riesgo y rentabilidad de la inversión, el cual se ajustará de acuerdo al perfil de inversión que se desea, el cual puede ser: amante, neutral o adverso al riesgo.

Además debe existir una relación proporcional y directa entre riesgo percibido y la rentabilidad esperada, que establece la premisa de que a mayor riesgo debe corresponder un mayor rendimiento. La rentabilidad exigida se encuentra formada por la tasa libre de riesgo y la compensación al inversionista por los efectos de costo de oportunidad. El riesgo está determinado por el interés del rendimiento de un activo a moverse en

concordancia con el rendimiento promedio de todos los activos en un determinado mercado.

La fórmula utilizada es la siguiente:

$$Ke = Rf + B * [E(Rm) - Rf] + EMBI$$

Donde:

Rf: Tasa libre de riesgo, tomada de los rendimientos de los bonos del tesoro de Estados Unidos

B: Riesgo sistemático de la empresa frente al mercado

Rm: Tasa de mercado, tomada de los rendimientos de las acciones del mercado de capitales de Estados Unidos

EMBI: Riesgo país¹⁴

Los valores correspondientes a las diferentes variables que se han expuesto se detallan a continuación:

Tabla 16: Componentes del modelo CAPM

Nomenclatura	2008
EMBI	7.87%
Rf	6.47%
Rm	8.81%
B	0.65
E	49,500
D	376,040
Kd	14%

Elaborado: Investigadoras

La tasa libre de riesgo es de 6.47%, la cual corresponde al rendimiento promedio geométrico de los Bonos de la Reserva Federal de los Estados

¹⁴ Emerging Market Bond Index. Se utiliza este índice como medidor del riesgo país. El riesgo país es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses.

Unidos de América con un plazo de 10 años¹⁵ en el período 1997-2007. Así mismo, la tasa de mercado es de 8.81% y fue tomada del promedio del rendimiento geométrico de las acciones del mercado de capitales de Estados Unidos para el mismo período.

El coeficiente beta (B) es de 0.65¹⁶; y se obtuvo del promedio de 29 empresas del sector de la construcción que cotizan en la Bolsa de Valores de New York, el promedio geométrico del EMBI de Ecuador es de (7.87%) en el período de diez años y por lo tanto se obtiene finalmente una tasa de descuento correspondiente al 4.72%,

Según el análisis realizado la tasa con la cual se deben descontar los flujos de efectivos netos debe ser de 4.72%, Sin embargo esta tasa no es la que utilizaremos para descontar el flujo, puesto que expertos del sector de la construcción nos manifestaron que esta tasa de descuento es muy baja, y no representa de forma real la rentabilidad esperada por un proyecto de esta magnitud.

Es por esto que por medio de la entrevista que mantuvimos con un inversionista y experto en el sector de construcción la rentabilidad exigida para este tipo de proyectos se estima que sea del 25% por año y por medio de la aplicación de tasa equivalente, nuestro flujo va a ser descontado a una tasa de 11.80% semestral.

¹⁵ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/histretSP.html

¹⁶ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

3.3 ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDA

La Estimación de la demanda va estar dada la política de venta establecida por la compañía, para lo cual firmara contrato previo con los vendedores en el cual se determina un monto mínimo de venta total al mes de 5 viviendas.

Para cumplir con el objetivo de la compañía los vendedores a elegir tendrán que poseer un perfil adecuado para lograr y superar el estimado de venta al mes.

- Experiencia en Bienes Raíces
- Tener cartera de cliente
- Facilidad de palabra

3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del Punto de Equilibrio es un método de Planeación Financiera, que nosotros utilizaremos para proyectar el nivel de ventas netas de viviendas que se necesita, para ni perder ni ganar.

Tabla 17: Análisis de punto de equilibrio por periodo de análisis

Datos	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
Precio Venta	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Costo Unitario	\$ 6,234.00	\$ 5,156.19	\$ 3,019.68	\$ 3,582.46	\$ 0.00
Costos Fijos	\$ 68,330.00	\$ 61,026.59	\$ 50,211.94	\$ 42,350.27	\$ 26,653.28
Punto Equilibrio	4	3	2	2	1

Elaborado: Investigadoras

En el análisis del punto de equilibrio por cada semestre podemos ver que para poder cubrir los costos fijos establecidos por el cronograma de elaboración de nuestro proyecto para el periodo 1 necesitamos vender al menos 4 viviendas para cubrir los costos fijos y variables de nuestra

urbanización, es importante recalcar que durante el primer año (primeros dos semestres de análisis) se construye la parte más cara de nuestro proyecto es por esto que nuestro proyecto tiene valores variables decrecientes, adicionalmente hemos estimado que la totalidad de la Urbanización sería construida en 22 meses, por lo que durante el último semestre de estudio no se incurriría en costos de producción variables.

Adicionalmente pudimos identificar por medio del análisis del punto de equilibrio que se necesitan vender al menos 40 viviendas de las 169.

3.6 ESTADOS FINANCIEROS

3.6.1. Flujo de Caja Projectado¹⁷

El proyecto tiene será analizado en un periodo de 5 semestres, a continuación detallamos el flujo de ingresos y egresos para los respectivos periodos de análisis:

Tabla 18: Flujo de Caja Urbanización Atlanta

	0	Semestre 1	Semestre 2
INGRESOS			
Número de casas vendidas		48	42
Ingreso por Cuota Inicial		\$ 360,000.00	\$ 315,000.00
Ingreso por financiamiento del banco		\$ 301,890.17	\$ 686,342.06
Ingresos por préstamo		\$ 600,000.00	\$ 0.00
TOTAL DE INGRESOS		\$ 1,261,890.17	\$ 1,001,342.06
TOTAL DE COSTOS DE URBANIZACION		\$ 210,355.65	\$ 0.00
TOTAL DE COSTOS DE CONSTRUCCION		\$ 1,057,636.72	\$ 875,486.97
TOTAL DE COSTOS		\$ 1,267,992.37	\$ 875,486.97
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 24,900.00	\$ 23,400.00
GASTOS DE FINANCIAMIENTO		\$ 42,000.00	\$ 34,696.59

¹⁷ Ver Anexo Flujo de Caja con detalle de cada uno de los rubros considerados

	0	Semestre 1	Semestre 2
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS		\$ 1,430.00	\$ 2,930.00
TOTAL DE EGRESOS	\$ 0.00	\$ 68,330.00	\$ 61,026.59
Terreno	\$ 49,500.00		
Trámites, Permisos, Diseños de Planos	\$ 5,500.00		
Movimiento de Tierra	\$ 219,700.55		
Cerramiento Perimetral	\$ 64,107.82		
Capital de Trabajo			
Amortización de Capital		\$ 104,334.42	\$ 111,637.83
Valor de Salvamento			
Total de Flujo	-\$ 338,808.37	-\$ 178,766.61	-\$ 46,809.32

	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
INGRESOS			
Número de casas vendidas	36	32	11
Ingreso por Cuota Inicial	\$ 270,000.00	\$ 240,000.00	\$ 82,500.00
Ingreso por financiamiento del banco	\$ 742,589.01	\$ 954,436.32	\$ 192,500.00
Ingresos por préstamo			
TOTAL DE INGRESOS	\$ 1,012,589.01	\$ 1,194,436.32	\$ 275,000.00
TOTAL DE COSTOS DE URBANIZACION	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL DE COSTOS DE CONSTRUCCION	\$ 514,417.26	\$ 608,163.65	\$ 0.00
TOTAL DE COSTOS	\$ 514,417.26	\$ 608,163.65	\$ 0.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 21,900.00	\$ 20,900.00	\$ 15,650.00
GASTOS DE FINANCIAMIENTO	\$ 26,881.94	\$ 18,520.27	\$ 9,573.28
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS	\$ 1,430.00	\$ 2,930.00	\$ 1,430.00
TOTAL DE EGRESOS	\$ 50,211.94	\$ 42,350.27	\$ 26,653.28
Terreno			
Trámites, Permisos, Diseños de Planos			
Movimiento de Tierra			
Cerramiento Perimetral			
Capital de Trabajo			
Amortización de Capital	\$ 119,452.47	\$ 127,814.15	\$ 136,761.14
Valor de Salvamento			\$ 600,000.00
Total de Flujo	\$ 328,507.34	\$ 416,108.25	\$ 711,585.58

Elaborado: Investigadoras

3.6.2. Balance General

Como podemos observar en el Balance General de la Urbanización Atlanta, no cuenta con maquinarias para la ejecución de la obra, dado que se ha optado por adquirir estos servicios, a través de contratistas. Los únicos activos que posee es el Edificio, los muebles y enseres; por otro lado el terreno no constituye realmente un activo para la Urbanización debido a que es vendido a medida que se va vendiendo las casas.

Por otro lado se observa que la cuenta de Caja Banco es elevada debido al préstamo al que se recurre para efectuar el proyecto. El capital contable representa la aportación realizada por los accionistas el cual se utilizara para la depreciación.

Tabla 19: Balance General

ACTIVOS	
Activo Corriente	
Caja y Bancos	70.493,13
Activo No Corriente	
Terrenos	1.138.808,37
Edificios	407.265,58
Licencias y Permisos	25.500,00
Muebles y Enseres	6.500,00
Insumos de oficina	900,00
TOTAL DEL ACTIVO	1.649.467,08
PASIVOS	
Préstamo a largo por pagar	600.000,00
TOTAL DE PASIVOS	600.000,00
PATRIMONIO	
Capital Social Pagado	1.119.808,37
Utilidad/Pérdida del ejercicio	-70.341,29
TOTAL PATRIMONIO	1.049.467,08
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.649.467,08

Elaborado: Investigadoras

A continuación analizaremos los índices de evaluación obtenidos:

3.6.2.1 ANALISIS DE GESTION O ACTIVIDAD

a. Rotación de Caja y Bancos:

Permite tener un

idea sobre la magnitud en que la cuenta caja y bancos puede cubrir los días de venta.

Tabla 20: Rotación de Caja – Bancos

ROTACIÓN DE CAJA – BANCOS	\$ 25.377.526,80	15,26
	\$ 1.663.232,23	

Elaborado: Investigadoras

Esto quiere decir que contaremos con liquidez para cubrir 16 días de venta.

b. Rotación de Activos Totales:

Este Ratio que tiene por objeto medir la actividad en ventas de la firma. Es decir, cuántas veces la empresa puede colocar entre sus clientes un valor igual a la inversión realizada.

Para obtenerlo dividimos las ventas netas por el valor de los activos totales:

Tabla 21: Rotación de Activos Totales

ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	Ventas	
	Activos	
ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES	\$ 1.663.232,23	1,01
	\$ 1.649.467,08	

Elaborado: Investigadoras

Es decir que el proyecto está colocando entre sus clientes 1.01 veces el valor de la inversión efectuada. Esta relación indica qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada dólar invertido.

3.6.2.2 ANÁLISIS DE SOLVENCIA

a. Estructura de Capital

Evalúa el impacto del endeudamiento con relación al patrimonio, esto es mediante el cociente del pasivo total sobre el patrimonio.

Tabla 22: Estructura de Capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL	Σ Pasivo	
	Σ Patrimonio	
ESTRUCTURA DE CAPITAL	\$ 600.000,00	57%
	\$ 1.049.467,08	

Elaborado: Investigadoras

Esto quiere decir, que por cada dólar aportado por los accionistas, hay 0.57 centavos o el 57% aportado por los acreedores.

b. Razón de Endeudamiento:

Es la capacidad que tienen los activos de la empresa para respaldar la deuda contraída debido a que estos representan una garantía general frente a los acreedores.

Tabla 23: Razón de Endeudamiento

RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	\$ 600.000,00	0.38
	\$ 1.649.467,08	

Elaborado: Investigadoras

Es decir que se analiza para el primer semestre, el 38% de los activos totales son financiado por los acreedores y de liquidarse estos activos totales al precio en libros quedaría un saldo de 62% de su valor, después del pago de las obligaciones vigentes.

c. Rotación del interés ganado:

Explica cuantas veces la utilidad operativa cubre los cargos financieros, es decir la capacidad adicional de endeudamiento que posee el proyecto.

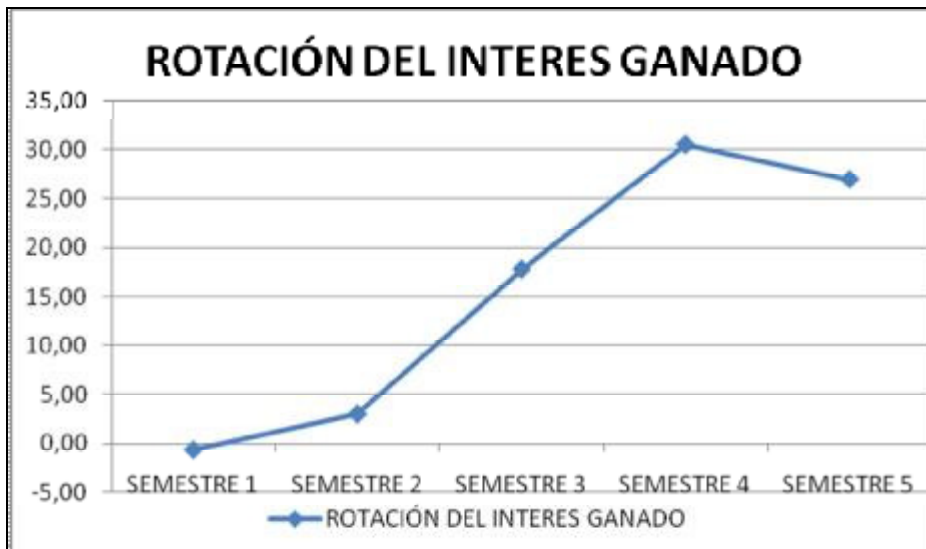
Tabla 24: Rotación del interés ganado

COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS	
SEMESTRE 1	-0,67
SEMESTRE 2	2,99
SEMESTRE 3	17,82
SEMESTRE 4	30,52
SEMESTRE 5	26,94

Elaborado: Investigadoras

Como podemos observar en el primer semestre la rotación del interés es negativo, esto se debe a que es en este periodo en el cual se realiza un desembolso grande en construcción, por lo que en este periodo se reporta perdida. A partir del segundo semestre, éste índice es positivo y se va incrementando debido a que las ventas se hacen cada vez más fuertes y los gastos de construcción disminuyen.

Gráfico 17: Rotación del Interés Ganado



Elaborado: Investigadoras

3.6.2.3. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

a. Margen de Utilidad Neta sobre ventas:

Mediante el margen de Utilidad Neta indica la rentabilidad del proyecto en función de las ventas efectuadas con la utilidad neta recibida, mide el porcentaje del beneficio recibido después de los todos los gastos incluyendo los impuestos.

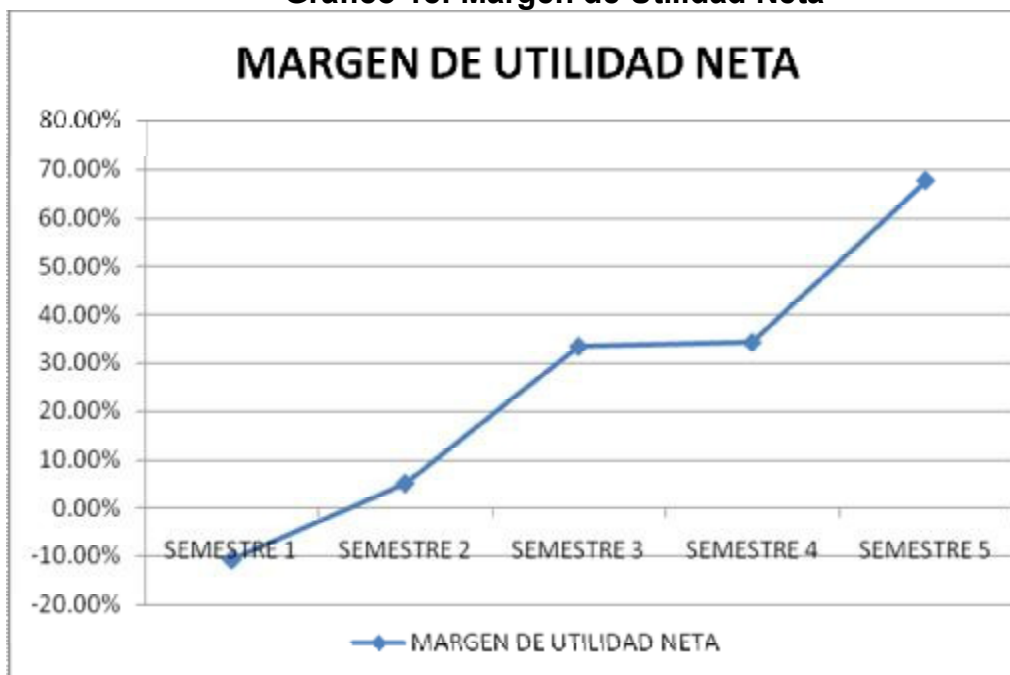
Tabla 25: Rotación del interés ganado

MARGEN DE UTILIDAD NETA	
SEMESTRE 1	-10,63%
SEMESTRE 2	5,16%
SEMESTRE 3	33,48%
SEMESTRE 4	34,32%
SEMESTRE 5	67,73%

Elaborado: Investigadoras

Esto quiere decir que en el primer semestre de las ventas realizadas, se obtuvo una pérdida de -10.63%, pero sin embargo en los semestres posteriores se obtuvo utilidad del 5.16%, 33.48%, 34.32 y 67.73%, como podemos observar en cuanto más grande sea el margen neto es mejor.

Gráfico 18: Margen de Utilidad Neta



Elaborado: Investigadoras

3.6.3. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un informe económico financiero donde se muestra en forma ordenada los ingresos proyectados, con el fin de obtener la utilidad neta durante el periodo de análisis, demostrando así si es capaz de generar Utilidad o pérdidas contables.

Como podemos observar en el cuadro adjunto solo en el primer semestre se reportan pérdidas, esto se debe a que es en este periodo donde se reporta el mayor desembolso de costos en Construcción tanto de vivienda como de Urbanización que es de 1'263,901.46, lo que ocasiona pérdidas.

Tabla 26: Estado de Pérdidas y Ganancias de Urbanización Atlanta

	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
Ingresos por Ventas	661.890,17	1.001.342,06	1.012.589,01	1.194.436,32	275.000,00
Costo de Construccion	1.263.901,46	871.396,06	510.326,35	605.436,38	0,00
Bruta	-602.011,29	129.946,00	502.262,67	588.999,94	275.000,00
Gastos Operativos	26.330,00	26.330,00	23.330,00	23.830,00	17.080,00
Otros Ingresos	600.000,00				
U.A.I.I.	-28.341,29	103.616,00	478.932,67	565.169,94	257.920,00
Gastos de Intereses	42.000,00	34.696,59	26.881,94	18.520,27	9.573,28
U.A.I.	-70.341,29	68.919,41	452.050,72	546.649,67	248.346,72
Impuesto a la Renta		17.229,85	113.012,68	136.662,42	62.086,68
Utilidad Neta	-70.341,29	51.689,56	339.038,04	409.987,25	186.260,04

Elaborado: Investigadoras

3.7. ANALISIS FINANCIERO

3.7.1. Valor Actual Neto

El valor actual neto o por sus siglas VAN permite conocer el valor presente de todos los flujos esperados del proyecto, descontados a las tasa mínima de retorno exigida por los accionistas en este caso la TMAR la misma que fue definida en secciones anteriores y asciende a un valor de 11.86% semestral.

Es así que tenemos:

Tabla 27: Cálculo de VAN

Inversion	-\$ 338,808.37
Semestre 1	-\$ 154,541.06
Semestre 2	-\$ 25,611.97
Semestre 3	\$ 346,676.50
Semestre 4	\$ 432,258.62
Semestre 5	\$ 711,585.58
VAN	\$ 434,518.71

Elaborado: Investigadoras

El resultado al ser mayor que cero nos indica que el proyecto recupero la tasa de retorno o TMAR exigida por los accionistas, y adicionalmente los flujos descontados nos dan un valor excedente que genera mayor beneficio a los accionistas, por lo que nuestro proyecto es atractivo para su ejecución.

3.7.2. Tasa Interna de Retorno

Una herramienta adicional para conocer la rentabilidad de un proyecto es la tasa interna de retorno o por sus siglas TIR, la misma que permite medir la rentabilidad del proyecto como un porcentaje, para nuestro proyecto, la TIR calculada es la siguiente:

Tabla 28: Cálculo de TIR

Inversion	-\$ 338,808.37
Semestre 1	-\$ 154,541.06
Semestre 2	-\$ 25,611.97
Semestre 3	\$ 346,676.50
Semestre 4	\$ 432,258.62
Semestre 5	\$ 711,585.58
TIR	32.01%

Elaborado: Investigadoras

Este resultado coincide con el obtenido por el VAN dado que es mayor a la rentabilidad exigida por los accionistas, lo que mide en porcentaje el valor adicional que genera la realización del proyecto.

3.7.3 Análisis de sensibilidad

Una variable crítica para nuestro proyecto representan los costos de construcción, los mismos que se ven afectados no sólo por la demanda y la oferta local sino también por el movimiento de estos materiales en los mercados internacionales es por esta razón que hemos hecho un análisis de los mismos mediante un análisis de escenarios, el mismo que describimos a continuación:

Tabla 29: Análisis de escenarios (costo de construcción)

Variables	Conservador	Neutral	Optimista
VAN	\$ -83,846.93	\$ 434,518.71	\$ 952,884.35
TIR	8.60%	32.01%	66.45%

Elaborado: Investigadoras

Hemos establecido tres tipos de escenarios uno optimista en donde los precios de los materiales de construcción disminuyen en un 20% en el cual

el resultado es un aumento de 19.30% del valor del VAN, y así también consideramos un escenario en donde aumentamos el valor de los materiales de construcción en un 20% que provoca que nuestro VAN disminuya a -\$83,846.93, esta alza de precios afecta a nuestro proyecto de manera considerable, es por esto que resulta importante conocer cual podría ser el alza máxima que podrían tener los precios de construcción para que nuestro proyecto gane al menos la tasa atractiva de retorno, y así que por medio de la función solver de Excel pudimos determinar que esta tasa de crecimiento de los precios no debe exceder del 16.76%, porque a partir de ese punto nuestros resultados serian negativos

De igual manera consideramos que otra variable de análisis para nuestro estudio dado que existe una competencia que ya se encuentra en el mercado, y para conocer cual sería nuestro rango de precios en caso de una competencia de precios, realizamos el análisis de escenarios para la variable del precio de ventas, el mismo que presentamos en el siguiente cuadro:

Tabla 30: Análisis de escenarios (precios)

Variabes	Conservador	Neutral	Optimista
VAN	\$ -181,204.54	\$ 439,086.92	\$ 1,059,378.37
TIR	4.02%	32.24%	64.33%

Elaborado: Investigadoras

En el escenario conservador consideramos un precio de venta de US\$20,000 lo que hace que nuestro proyecto tenga un resultado negativo para nuestros inversionistas dejando de ser un proyecto rentable, en el escenario optimista consideramos un precio de análisis de US\$30,000 con el cual tenemos resultados positivos haciendo que nuestro proyecto sea mas atractivo para los accionistas, sin embargo haciendo uso de la metodología detallada en el análisis anterior determinamos que nuestro precio mínimo

con el cual no perdemos ni ganamos se sitúa en US\$ 21,460.64 convirtiéndose en nuestro precio de equilibrio.

Conclusiones y Recomendaciones

Este proyecto presenta las siguientes conclusiones:

- En la Parroquia Ximena existe un mercado insatisfecho y no explotado de viviendas vacacionales, el proyecto se desarrolla en la provincia de Santa Elena, lugar predilecto para vacacionar por su cercanía a los principales balnearios entre otros lugares turísticos.
- En base a la investigación de mercado se pudo observar que la población de la Parroquia Ximena está dispuesta a adquirir una vivienda para vacacionar, pues la mayoría disfruta al pasar sus vacaciones o tiempo libre cerca de la playa y además tiene poder adquisitivo lo que nos permitió orientar el proyecto a la casa media alta.
- Este proyecto marcará el inicio de futuras inversiones en el sector de la construcción en Santa Elena, debido a que esta provincia se encuentra en vías de desarrollo.
- Los beneficios del proyecto no sólo permiten recuperar la inversión, sino generar una tasa de retorno más atractiva que la tasa de mercado o de cualquier inversión financiera.
- La rentabilidad para del inversionista es del 32% como se pudo determinar a través de la TIR.
- El proyecto le da a los inversionistas la seguridad de que su capital está correctamente invertido y a los acreedores les da el respaldo de que la deuda va a ser cancelada en el tiempo

establecido siempre y cuando se cumplan con los objetivos de ventas propuestas a los vendedores.

- Del análisis de sensibilidad se puede determinar que el proyecto está dispuesto a sufrir un aumento de hasta un 35% en los costos de construcción y que un incremento adicional provocaría un VAN negativo.

Entre las recomendaciones se puede señalar:

El éxito del proyecto radica en la preparación del personal de ventas, puesto que de ello depende de que la venta de la Urbanización se la realice de la forma estimada, para que cada vendedor cumpla con los cupos de ventas establecidos.

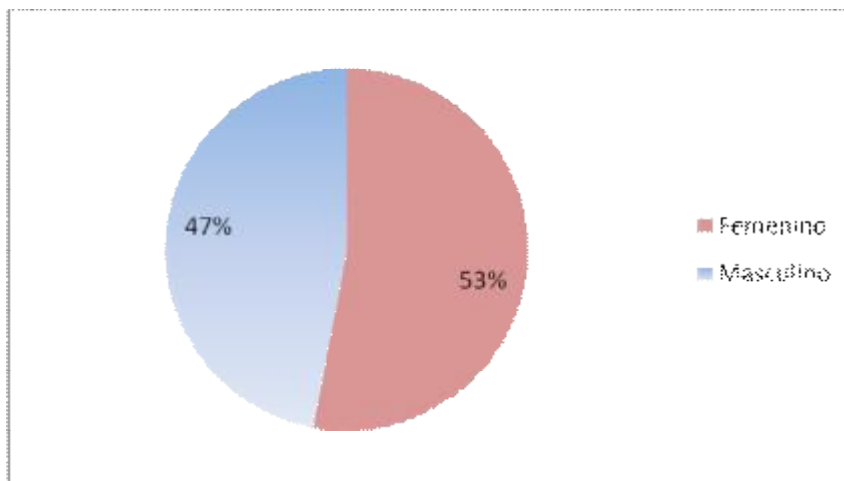
Bibliografía

- Investigación de mercado (Parson - Noresth K. Maihotra- 2002)
- Evaluación de Proyecto (Alfaomega- Ernesto R Fontaine -2002)
- Metodología de la investigación para la administración y economía (Pearson - Cesar Augusto Bernal T-2006)
- Fundamentos de Mercadotecnia (Pretice-Hall - Philip Kotler- 1998)
- Preparación y Evaluación de Proyectos (Mc.Graw Hill - Nasir Sapag Chain – 2003)
- Investigación de Mercados (Mc.Graw Hill – Kinneary y Taylor – Quinta edición 1998)
- www.wikipedia.com
- www.inec.gov.ec
- www.bce.fin.ec
- www.visitaecuador.com
- www.mundoanuncio.com

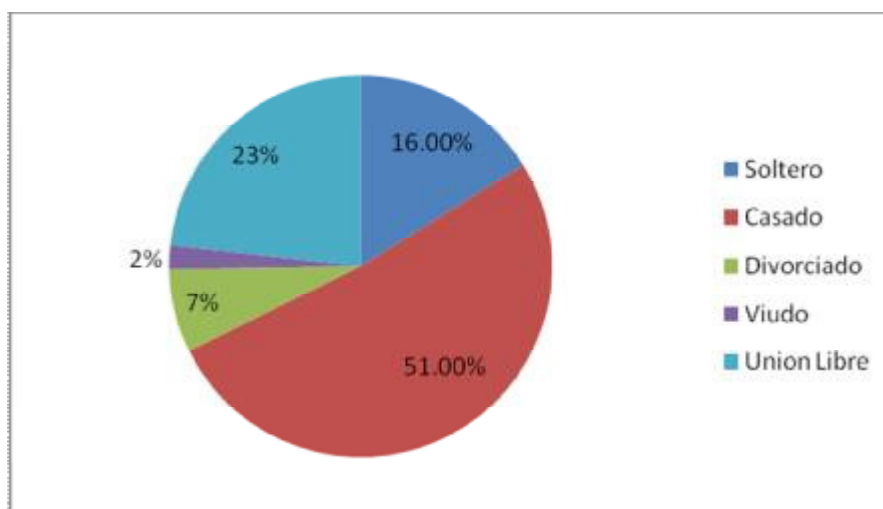
Anexos

Anexo 1: Análisis de encuestas

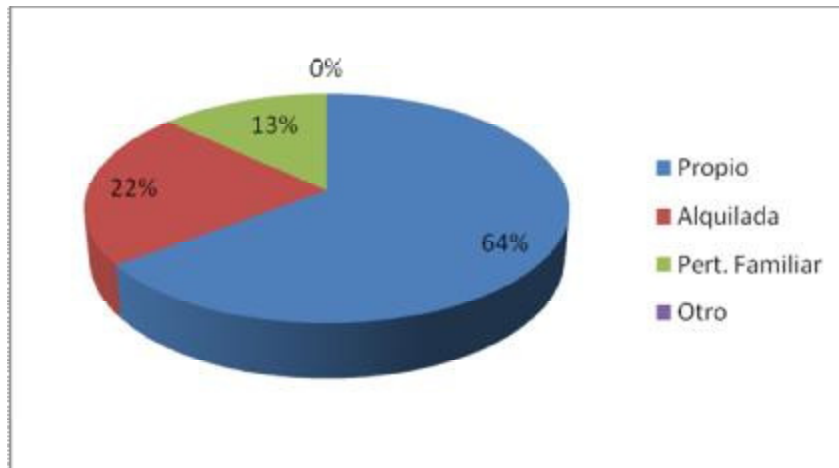
En el siguiente grafico en cuanto al **GÉNERO** podemos observar, que el 53% de nuestros encuestados pertenecen al género femenino y en cuanto al género masculino comprenden un 47%.



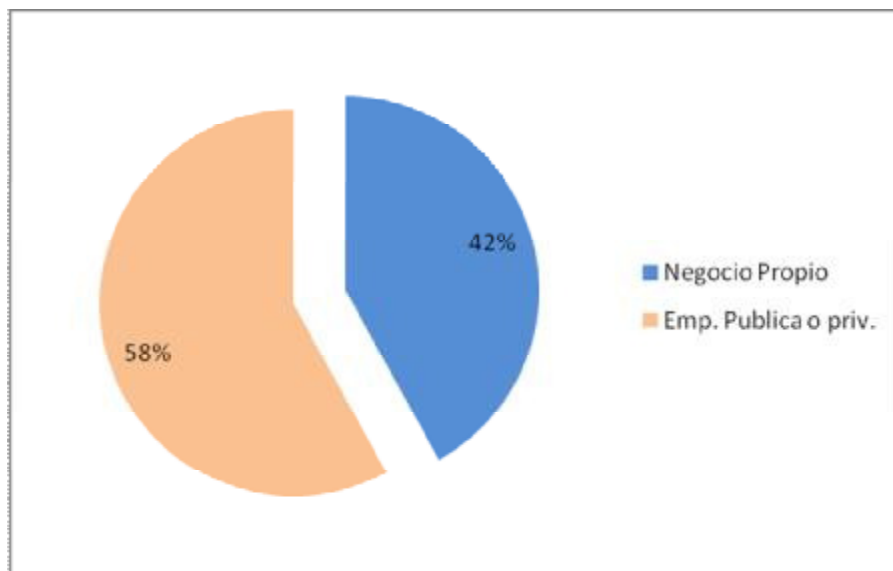
En cuanto al **ESTADO CIVIL**, observamos que la mayoría de nuestro mercado objetivo es casado con un porcentaje considerado del 51%, seguido de la unión libre con el 23%, después solteros con el 16%, luego los divorciados con el 7% y finalmente los viudos con un 2%.



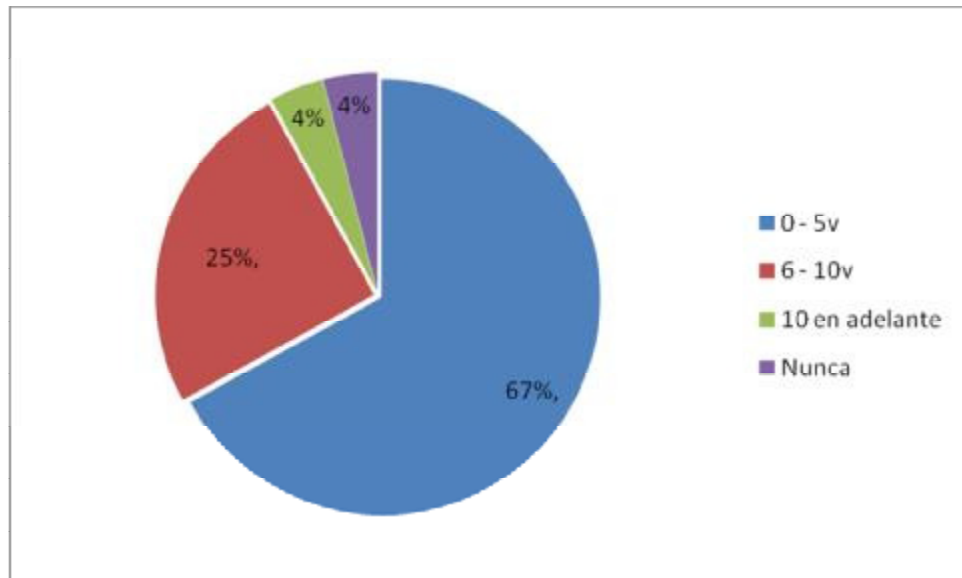
De acuerdo al siguiente grafico podemos verificar que el **LUGAR DONDE HABITA** nuestro mercado objetivo en su gran mayoría lo representan residen en viviendas propias con un 64%, seguido por un 22% las personas que alquilan y finalmente el 13% le pertenece a algunos de sus familiares.



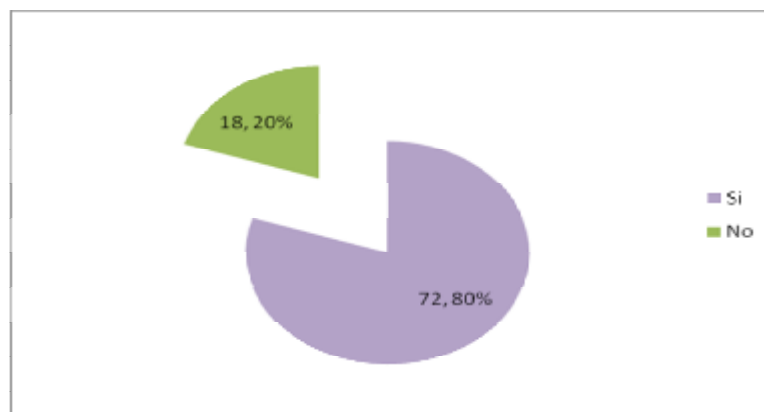
Hemos podido constatar que la mayoría de las personas se encuentran **LABORANDO EN EMPRESAS PUBLICAS O PRIVADAS** con un 58% y con un porcentaje no tan distante poseen negocios propios con el 42%.



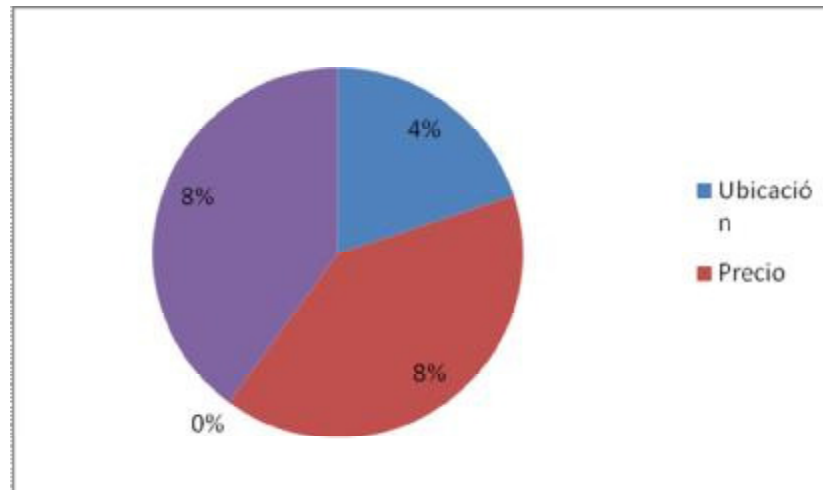
El porcentaje de personas que **VISITAN** las playas de la Provincia de Santa Elena, el cual podemos observar que el 67% visita de 0 a 5 veces la provincia al año, un 25% lo hace de 6 a 10 veces por año un 4% es visitado de 10 en adelante y un 4% de personas no lo hacen.



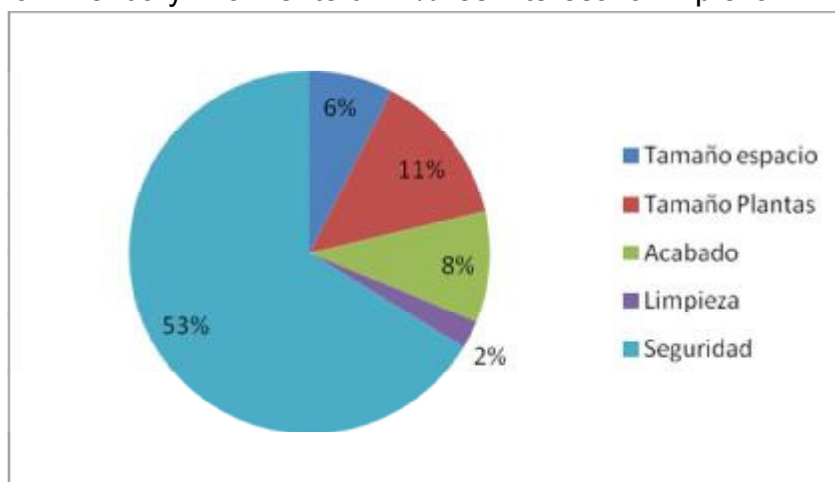
Cabe recalcar que esta pregunta es una de las más importantes del cuestionario, debido a que deseamos saber cuántas personas se encuentran **INTERADOS EN ADQUIRIR UNA VIVIENDA EN EL CANTON DE SANTA ELENA** obteniendo un porcentaje considerado del 72%, mientras que un 18% no desearían.



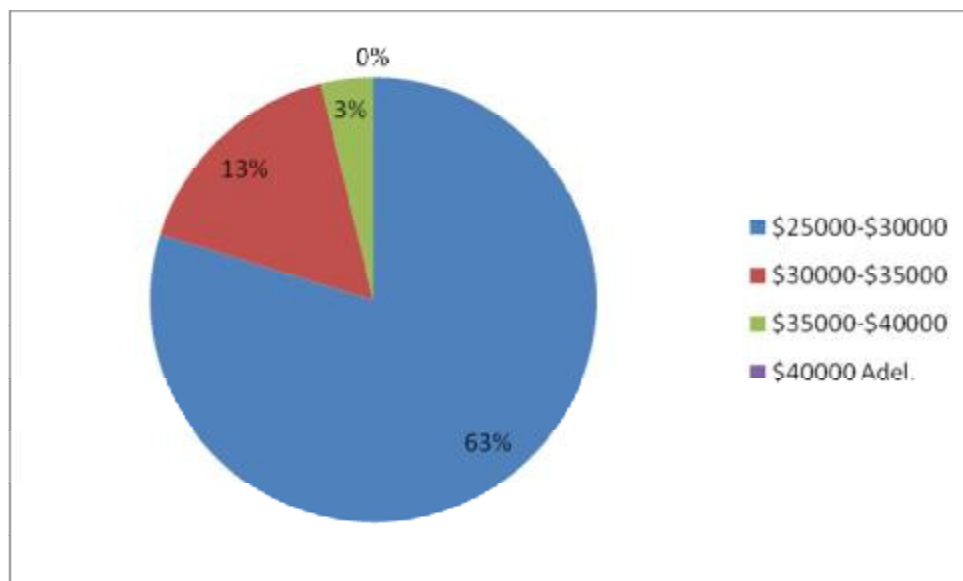
De acuerdo al recuadro representado en porcentajes notamos el que **RAZONES POR LA QUE NO LES INTERESA ADQUIRIR UNA VIVIENDA VACACIONAL**, observamos que el 8% es debido al precio, un 8% por otros factores como del de ya poseer viviendas vacacionales y un 4% por la ubicación.



Según el recuadro de porcentaje, que adjuntamos a continuación observamos las **CARACTERISTICAS QUE DESEAN EN UNA VIVIENDA** nuestro mercado objetivo, obteniendo así un 53% en cuanto a la seguridad, seguido del número de pisos 2 o más con un 11%, luego un 8% les interesa el acabado de las mismas, un 6% en cuanto al espacio físico de la vivienda y finalmente un 2% les interesa la limpieza.



De acuerdo a este grafico podemos notar **CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UNA VIVIENDA VACACIONAL** nuestro mercado objetivo, obteniendo como resultado un 63% lo haría entre \$25000-\$30000, el 13% pagaría una cantidad comprendida entre \$30000-\$35000, un 3% estaría dispuesto pagar en un rango de \$35000-\$40000 y finalmente un 0% no estriaran dispuesto a cancelar una vivienda por un precio comprendido entre \$40000 en adelante.



Anexo 2: Flujo de Caja

	0	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
INGRESOS						
Número de casas vendidas		48	42	36	32	11
Ingreso por Cuota Inicial		\$ 360,000.00	\$ 315,000.00	\$ 270,000.00	\$ 240,000.00	\$ 82,500.00
Ingreso por financiamiento del banco		\$ 326,115.72	\$ 707,539.42	\$ 760,758.18	\$ 970,586.69	\$ 192,500.00
Ingresos por préstamo		\$ 600,000.00				
TOTAL DE INGRESOS		\$ 1,286,115.72	\$ 1,022,539.42	\$ 1,030,758.18	\$ 1,210,586.69	\$ 275,000.00
COSTOS						
COSTOS URBANIZACION						
Alcantarillado Sanitario		\$ 70,000.00				
Redes Eléctricas		\$ 109,391.81				
Construcción de Vías		\$ 30,963.84				
TOTAL DE COSTOS DE URBANIZACION		\$ 210,355.65	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
COSTOS DE CONSTRUCCION						
Preliminares		\$ 356,240.47	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Estructura		\$ 697,305.34	\$ 697,305.34	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Resanes		\$ 0.00	\$ 37,343.93	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Contrapiso		\$ 0.00	\$ 78,053.09	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Pintura		\$ 0.00	\$ 58,693.70	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Recubrimiento de Pisos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 63,776.55	\$ 0.00	\$ 0.00
Instalaciones Sanitarias		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 192,127.57	\$ 0.00	\$ 0.00
Instalaciones Eléctricas		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 108,724.38	\$ 0.00	\$ 0.00
Puertas		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 81,593.20	\$ 0.00	\$ 0.00
Ventanas		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 64,104.66	\$ 0.00	\$ 0.00
Mesón de Cocina		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 17,858.57	\$ 0.00

	0	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
Cubierta		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 485,495.05	\$ 0.00
Tumbado		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 102,082.76	\$ 0.00
Consultoria y Fiscalización		\$ 4,090.91	\$ 4,090.91	\$ 4,090.91	\$ 2,727.27	\$ 0.00
TOTAL DE COSTOS DE CONSTRUCCION		\$ 1,057,636.72	\$ 875,486.97	\$ 514,417.26	\$ 608,163.65	\$ 0.00
TOTAL DE COSTOS		\$ 1,267,992.37	\$ 875,486.97	\$ 514,417.26	\$ 608,163.65	\$ 0.00
EGRESOS						
GASTOS ADMINISTRACION						
Gerente General		\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
Arquitecto		\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
Contador		\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00
Vendedores		\$ 12,000.00	\$ 10,500.00	\$ 9,000.00	\$ 8,000.00	\$ 2,750.00
Mensajero		\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Servicios Básicos		\$ 1,860.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00	\$ 1,860.00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 24,900.00	\$ 23,400.00	\$ 21,900.00	\$ 20,900.00	\$ 15,650.00
GASTOS DE FINANCIAMIENTO						
Intereses		\$ 42,000.00	\$ 34,696.59	\$ 26,881.94	\$ 18,520.27	\$ 9,573.28
TOTAL GASTOS ADMINIS		\$ 42,000.00	\$ 34,696.59	\$ 26,881.94	\$ 18,520.27	\$ 9,573.28
GASTOS DE PROMOCION Y VENTAS						
Gigantografías		\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Publicidad en Vallas		\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Publicidad volantes		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Stand de Feria Inmobiliaria		\$ 0.00	\$ 1,500.00	\$ 0.00	\$ 1,500.00	\$ 0.00
TOTAL GASTOS ADMINIS		\$ 1,430.00	\$ 2,930.00	\$ 1,430.00	\$ 2,930.00	\$ 1,430.00
TOTAL DE EGRESOS	\$ 0.00	\$ 68,330.00	\$ 61,026.59	\$ 50,211.94	\$ 42,350.27	\$ 26,653.28

	0	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Semestre 5
Terreno	\$ 49,500.00					
Trámites, Permisos, Diseños de Planos	\$ 5,500.00					
Movimiento de Tierra	\$ 219,700.55					
Cerramiento Perimetral	\$ 64,107.82					
Capital de Trabajo						
Amortización de Capital		\$ 104,334.42	\$ 111,637.83	\$ 119,452.47	\$ 127,814.15	\$ 136,761.14
Valor de Salvamento						\$ 600,000.00
Total de Flujo	-\$ 338,808.37	-\$ 154,541.06	-\$ 25,611.97	\$ 346,676.50	\$ 432,258.62	\$ 711,585.58

VNA	\$ 434,518.71
TIR	32.01%
TMAR	11.80%

Anexo 3: Cronograma de Trabajo

% DEL COSTO TOTAL	MESES	PRECIO TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
2.14%	ALCANTARILLADO SANITARIO	70,000.00	23,333.33	23,333.33	23,333.33			
3.35%	REDES ELECTRICAS	109,391.81		54,695.91	54,695.91			
0.95%	CONSTRUCCION DE VIAS	30,963.84			15,481.92	15,481.92		
10.91%	PRELIMINARES	356,240.47					356,240.47	
42.70%	ESTRUCTURA	1,394,610.68						697,305.34
1.14%	RESANES	37,343.93						
2.39%	CONTRAPISO	78,053.09						
1.80%	PINTURA	58,693.70						
1.95%	RECUBRIMIENTO DE PISOS	63,776.55						
5.88%	INSTALACIONES SANITARIAS	192,127.57						
3.33%	INSTALACIONES ELECTRICAS	108,724.38						
2.50%	PUERTAS	81,593.20						
1.96%	VENTANAS	64,104.66						
0.55%	MESON DE COCINA	17,858.57						
14.86%	CUBIERTA	485,495.05						
3.13%	TUMBADO	102,082.76						
0.46%	CONSULTORIA Y FISCALIZACION	15,000.00	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82
100.00%		3,266,060.25						
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		24,015.15	78,711.06	94,192.98	16,163.74	356,922.28	697,987.16
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		0.74%	2.41%	2.88%	0.49%	10.93%	21.37%
	AVANCE ECONOMICO ACUMULADO		24,015.15	102,726.21	196,919.18	213,082.92	570,005.21	1,267,992.37

% DEL COSTO TOTAL	MESES	PRECIO TOTAL	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11
2.14%	ALCANTARILLADO SANITARIO	70,000.00					
3.35%	REDES ELECTRICAS	109,391.81					
0.95%	CONSTRUCCION DE VIAS	30,963.84					
10.91%	PRELIMINARES	356,240.47					
42.70%	ESTRUCTURA	1,394,610.68	697,305.34				
1.14%	RESANES	37,343.93		24,895.95	12,447.98		
2.39%	CONTRAPISO	78,053.09			19,513.27	39,026.54	19,513.27
1.80%	PINTURA	58,693.70					19,564.57
1.95%	RECUBRIMIENTO DE PISOS	63,776.55					
5.88%	INSTALACIONES SANITARIAS	192,127.57					
3.33%	INSTALACIONES ELECTRICAS	108,724.38					
2.50%	PUERTAS	81,593.20					
1.96%	VENTANAS	64,104.66					
0.55%	MESON DE COCINA	17,858.57					
14.86%	CUBIERTA	485,495.05					
3.13%	TUMBADO	102,082.76					
0.46%	CONSULTORIA Y FISCALIZACION	15,000.00	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82
100.00%		3,266,060.25					
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		697,987.16	25,577.77	32,643.07	39,708.36	39,759.66
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		21.37%	0.78%	1.00%	1.22%	1.22%
	AVANCE ECONOMICO ACUMULADO		1,965,979.52	1,991,557.30	2,024,200.36	2,063,908.73	2,103,668.38

% DEL COSTO TOTAL	MESES	PRECIO TOTAL	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15	MES 16
2.14%	ALCANTARILLADO SANITARIO	70,000.00					
3.35%	REDES ELECTRICAS	109,391.81					
0.95%	CONSTRUCCION DE VIAS	30,963.84					
10.91%	PRELIMINARES	356,240.47					
42.70%	ESTRUCTURA	1,394,610.68					
1.14%	RESANES	37,343.93					
2.39%	CONTRAPISO	78,053.09					
1.80%	PINTURA	58,693.70	39,129.13				
1.95%	RECUBRIMIENTO DE PISOS	63,776.55		42,517.70	21,258.85		
5.88%	INSTALACIONES SANITARIAS	192,127.57			96,063.78	96,063.78	
3.33%	INSTALACIONES ELECTRICAS	108,724.38				36,241.46	72,482.92
2.50%	PUERTAS	81,593.20					
1.96%	VENTANAS	64,104.66					
0.55%	MESON DE COCINA	17,858.57					
14.86%	CUBIERTA	485,495.05					
3.13%	TUMBADO	102,082.76					
0.46%	CONSULTORIA Y FISCALIZACION	15,000.00	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82
100.00%		3,266,060.25					
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		39,810.95	43,199.52	118,004.45	132,987.06	73,164.74
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		1.22%	1.32%	3.61%	4.07%	2.24%
	AVANCE ECONOMICO ACUMULADO		2,143,479.33	2,186,678.85	2,304,683.30	2,437,670.36	2,510,835.10

% DEL COSTO TOTAL	MESES	PRECIO TOTAL	MES 17	MES 18	MES 19	MES 20	MES 21	MES 22
2.14%	ALCANTARILLADO SANITARIO	70,000.00						
3.35%	REDES ELECTRICAS	109,391.81						
0.95%	CONSTRUCCION DE VIAS	30,963.84						
10.91%	PRELIMINARES	356,240.47						
42.70%	ESTRUCTURA	1,394,610.68						
1.14%	RESANES	37,343.93						
2.39%	CONTRAPISO	78,053.09						
1.80%	PINTURA	58,693.70						
1.95%	RECUBRIMIENTO DE PISOS	63,776.55						
5.88%	INSTALACIONES SANITARIAS	192,127.57						
3.33%	INSTALACIONES ELECTRICAS	108,724.38						
2.50%	PUERTAS	81,593.20	81,593.20					
1.96%	VENTANAS	64,104.66		64,104.66				
0.55%	MESON DE COCINA	17,858.57			17,858.57			
14.86%	CUBIERTA	485,495.05				323,663.37	161,831.68	
3.13%	TUMBADO	102,082.76					34,027.59	68,055.17
0.46%	CONSULTORIA Y FISCALIZACION	15,000.00	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82	681.82
100.00%		3,266,060.25						
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		82,275.02	64,786.48	18,540.39	324,345.19	196,541.09	68,736.99
	AVANCE ECONOMICO PARCIAL		2.52%	1.98%	0.57%	9.93%	6.02%	2.10%
	AVANCE ECONOMICO ACUMULADO		2,593,110.12	2,657,896.59	2,676,436.98	3,000,782.17	3,197,323.26	3,266,060.25

Anexo 4: Pro forma de publicidad de radio



TARIFAS AÑO 2008

TARIFAS AÑO 2009

ROMANCE Ó PUNTO ROJO		10"	20"	30"	40"	50"	60"
AAA 8H00-20H00		\$ 7.20	\$ 12.96	\$ 18.00	\$ 20.16	\$ 24.48	\$ 28.80
AA 20H00-7H00		\$ 4.50	\$ 7.31	\$ 12.37	\$ 15.84	\$ 18.00	\$ 20.16
PAQUETE ESPECIAL TARIFA COMBINADA							
ROMANCE Y PUNTO ROJO		10"	20"	30"	40"	50"	60"
AAA 8H00-20H00		\$ 11.52	\$ 20.73	\$ 28.80	\$ 32.26	\$ 39.17	\$ 46.09
AA 20H00-7H00		\$ 6.91	\$ 11.52	\$ 19.59	\$ 25.35	\$ 28.80	\$ 32.26

MENCIONES EN VIVO

\$ 11.00

- 1.- Las tarifas se aplican para pautas en horario rotativo*
- 2.- Se fija un descuento del 25% para las pautas de sábados y domingos*
- 3.- Las emisoras se reservan el derecho de rechazar o suspender pautas en caso de que estas de algún modo pudiesen atentar contra los intereses de la comunidad*
- 4.- Nuestro sistema de producción admite prácticamente todos los formatos de grabación cinta abierta*
- 5.- Toda la pauta se ingresa a un sistema de computación central, lo que garantiza tanto horarios como la continuidad en general*
- 6.- Todos los pagos se harán en un plazo máximo de 30 días desde la fecha de emisión de la factura.*

Anexo 5: Detalle de Costos Unitarios de Construcción

N° RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
1	PRELIMINARES				47.15
	Limpieza y desalojo	m ²	70.9	0.67	47.15
2	INST. PROVISIONALES				56.00
	Guardiana	mes	1.00	56.00	56.00
3	COSTO VARIOS				0.00
	Lotización	u	1.00	2004.78	
4	ESTRUCTURA				8,252.13
	Replanto H.S. 180 kg/cm ²	M ²	28.77	4.18	120.26
	Plintos H.S. 240 kg/cm ²	M ³	6.43	300.37	1,931.38
	Riostras de H.S. 240 kg/cm ²	M ³	2.75	340.91	937.50
	Columnas de H.S. 210 kg/cm ²	M ³	5.47	530.44	2,901.51
	Vigas superiores H.S. 240 kg/cm ²	M ³	4.56	517.87	2,361.49
5	Varios				220.97
	Resanes Generales	Glb	1.00	220.97	220.97
6	PISOS Y SOBREPISOS				461.85
	Contrapisos de hormigón Simple	M ²	46.60	9.91	461.85
7	PUERTAS				482.80
	Puerta de Madera 0,90x2,00	U	2.00	87.55	175.10
	Puerta de Madera 0,80x2,00	U	3.00	76.93	230.78
	Puerta de Madera 0,70x2,00	U	1.00	76.93	76.93
8	VENTANAS				379.32
	Ventanas de Aluminio y vidrio Corredizas (color natural) 1,50x1,50	U	2.00	120.49	240.98
	Ventanas de Aluminio y vidrio Corredizas (color natural) 1,10x1,20	U	1.00	80.33	80.33
	Ventanas de Aluminio y vidrio Corredizas (color natural) 1,50x0,60	U	1.00	58.01	58.01
9	INST. A.A.P.P.				341.67
	Tubería de AA.PP 1/2" fría	ml	23.50	7.9475	186.77
	Punto de AA.PP	Pto.	8.00	19.363	154.90
10	INST. AA.SS.				526.70
	Tubería de AA.SS PVC 2"	ml	9.50	5.8395	55.48
	Tubería de AA.SS PVC 4"	ml	11.50	14.348	165.00
	Punto de AA.SS	Pto.	8.00	24.2335	193.87
	Caja de Registro AA.SS	u	2.00	56.1765	112.35
11	INST. E.E.E.				643.34
	Punto de luz	Pto.	10.00	25.194	251.94
	Tomacorriente de 110 V.	Pto.	8.00	24.531	196.25
	Acometida Inter.Med a Panel	ml	1.00	45.4325	45.43
	Panel de breaker 8-16	u	1.00	124.525	124.53
	Punto sonido (Timbre)	Pto.	1.00	25.194	25.19
12	MESON DE COCINA				105.67

N° RUBRO	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
	Lavaplatos de Teka	u	1.00	105.672	105.67
13	BAÑOS				268.48
	Inodoro Estándar	u	2.00	67.5495	135.10
	Lavatorio Estándar	u	2.00	43.639	87.28
	Ducha Estándar	u	2.00	23.052	46.10
14	CUBIERTA				2,872.75
	Estructura de Cubierta	m ²	74.40	33.46	2,489.76
	Planchas de Eternit 12'	u	26.00	14.7305	382.99
15	RECUBRIMIENTO PISOS				104.51
	Àcido permanente para concreto	m ²	3.50	4	14.00
	Sellantes y abrillantadores	m ²	43.10	2.1	90.51
16	RECUBRIMIENTO PARED BAÑOS Y COCINA				272.87
	Cerámica Nacional en Pared de cocina	m ²	9.29	7.94	73.77
	Cerámica Nacional 20x25 en Pared de Baño	m ²	25.08	7.94	199.10
17	PINTURAS				347.30
	Pintura Exterior (Latex Supremo Exterior)	m ²	35.22	5.00	176.10
	Pintura Interior (Latex Supremo Interior)	m ²	34.24	5.00	171.20
18	EMPASTE				277.84
	Empaste Exterior (Cemento Balnco)	m ²	35.22	4.00	140.88
	Empaste Interior (Cemento Balnco)	m ²	34.24	4.00	136.96
19	TUMBADO				326.20
	Tumbado de yeso	m ²	46.60	7.00	326.20
				SUBTOTAL	15,987.55

Anexo 6: Pro forma de publicidad de las Vayas Comerciales

Guayaquil, 9 Febrero de 2009.

Señorita
Solange Flores
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Adjunto a la presente propuesta de vallas en la Ciudad de Guayaquil.

ALQUILER DE VALLAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Descripción: Estructura tubular metálica corporativa publicitaria.
Telón: Vinilos flexibles con impresión digital de 180 DPI con Impacto visual de 300 DPI.

CIUDAD	Cantidad	Tamaño	Tarifa por 6 Meses c/u	Tarifa por 1 Año c/u
Guayaquil	1	10 x 4 mts	\$8.375 c/u	\$13.950,00

* Valor de telones adicionales \$800,00 c/u.

Tiempo de Entrega: 20 días hábiles a partir de la firma de contrato y entrega de Anticipo y artes.

Forma de pago: **A la firma del contrato el 40% y el saldo a 30 y 60 días plazo**

Estos Precios Incluyen:

- **Instalación y Mantenimiento** general de estructuras mensajes publicitarios y su entorno (tales como maleza u otros obstáculos naturales). Para estos menesteres proveeremos del personal y vehículos para la Costa y Sierra exclusivamente para un óptimo servicio de postventa.
- **Trámite para la obtención de permisos** nacionales, provinciales, municipales y/o privados y asumir sus costos oportunamente.
- **Iluminación** pago de consumo de energía eléctrica por iluminación del mensaje publicitario. Se excluyen aquellas áreas donde no hay disponibilidad.
- **Rotación**, previa disponibilidad y coordinación con el cliente.
- **Producción del telón.**

El Precio No Incluye:

- El Impuesto al Valor Agregado I.V.A.
- Troquel.
- Comisión de agencia solo en el alquiler de las estructuras.

Validez de oferta: 10 días

Con gusto atenderemos cualquier información adicional que usted requiera.

Atentamente,

Emma Izurieta S.
Ejecutiva de Ventas