Proyecto de Construcción y Comercialización de un Conjunto Residencial en el km. 5 ½ de la Vía a Samborondón.

Alejandro Francisco Peña Jácome (1)
Gonzalo José García-Sardá Sardón (2)
Ec. Fabián Soriano Idrovo (3)
Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas (1) (2) (3)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (1) (2) (3)
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 Vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
alejandro_pena_j@hotmail.com (1)
gonzalogarcia@hotmail.com (2)
soriano_fabian@hotmail.com (3)

Resumen

Actualmente existe un incremento en la demanda de bienes inmuebles de propiedad horizontal en la Vía a Samborondón, y al haber este crecimiento en la zona, la oferta también se incrementa, por lo que muchas inmobiliarias ven esto como una oportunidad y deciden incursionar en el mercado de la Vía a Samborondón. La mayoría de las empresas ofrece lo mismo, por lo que habría que definir qué es lo que los consumidores más valoran al momento de tomar una decisión. Se observa que la Vía a Samborondón es una zona mucho más desarrollada, donde se puede encontrar todo lo necesario para una vida tranquila. No es necesario salir del sector para satisfacer las necesidades de los habitantes. La tendencia en los últimos años, debido a factores internos y externos, es que la población está buscando viviendas no solo en barrios exclusivos, sino alejados de la inseguridad. Con todos estos antecedentes, sabiendo que el mercado inmobiliario es un rubro importante dentro de la economía y específicamente del PIB, conociendo que existe una demanda potencial atractiva, y estando al tanto de la creciente plusvalía del sector, se realiza este proyecto de construcción y comercialización del Conjunto Residencial "Palermo" con el fin de conocer los requerimientos de los clientes potenciales y demostrar la viabilidad del mismo.

Palabras Claves: *Vía a Samborondón, Bienes Inmuebles, Viviendas, Construcción, PIB, Plusvalía.*

Abstract

At the moment exists an increment in the demand of goods of horizontal property in the Road to Samborondon, and when having this growth in the area, the offer is also increased, for that, many real estate they come this like an opportunity and they decide to intrude in the market from the Road to Samborondon. Most of the companies offer the same thing, for what it would be necessary to define what the costumers' value in the moment to make a decision. It is observed that the Road to Samborondon is a much more developed area, where it can be all necessary one for a calm life. It is not necessary to leave the sector to satisfy the necessities of the inhabitants. The tendency in the last years, due to internal and external factors, is that the population is looking for non alone housings in exclusive neighborhoods, but far from the insecurity. With all these antecedents, knowing that the real estate market is an important item inside the economy and specifically of the GDP, knowing that an attractive potential demand exists, and being the so much of the growing appreciation of the sector, is carried out this construction project and commercialization of the Residential Group "Palermo" to know the requirements of the potential clients and to demonstrate the viability of the same one.

Key words: *Road to Samborondon, Real estate, Housings, Construction, GDP, Capital Gain.*

1. Introducción

Desde 1999, cuando ocurrió la crisis bancaria, derivando esta en el congelamiento de los depósitos de la banca privada, el sector inmobiliario en Ecuador, ha venido pasando por una serie de dificultades. Sin embargo, a partir de la dolarización, las compañías dedicadas a esta actividad, volvieron a tener confianza en este mercado, reactivando este negocio. El reciente boom del sector inmobiliario en la Vía a Samborondón, hace que exista un aumento de la demanda en diversos sectores de la economía, incluyendo el mercado de bienes inmuebles, lo cual hace que este mercado sea atractivo.

Al haber esta demanda de villas pequeñas y departamentos, aparecen muchas empresas ofertantes de diferentes tipos de conjuntos residenciales o departamentos, lo cual hace que los consumidores tengan diversas opciones de donde escoger.

Las fuentes de financiamiento no obstante, son el pilar fundamental del mercado inmobiliario. La meta es que éstas tengan tasas de interés más convenientes y se promuevan con mayor apertura al público; es decir, que las entidades financieras faciliten el trámite a fin de que el nivel de oportunidad sea mayor para el cliente.

El mercado inmobiliario depende mucho de la estabilidad del país. Una de las grandes ventajas de la dolarización, ha sido precisamente la estabilidad; tenemos una inflación baja que mantiene el nivel de precios de los inmuebles; tenemos entidades financieras que brindan crédito a largo plazo. La mayoría de los negocios, se realizan hoy día, con financiamiento; por tanto, es importante que, quien quiere vender tenga la paciencia y el tiempo para esperar que el Banco haga el desembolso del crédito.

Siendo la Vía a Samborondón un nuevo polo de desarrollo integral dentro de los límites de la ciudad de Guayaquil, el mercado inmobiliario no quiere quedarse atrás, por lo que actualmente, se están creando nuevos proyectos para seguir la línea del crecimiento urbanístico de este sector.

Comparando el sector de la Vía a Samborondón con el de la Vía a la Costa, se encuentra que la Vía a la Costa es una zona más industrializada que residencial, además las actividades comerciales están muy retrasadas en comparación a la Vía a Samborondón, donde prácticamente no falta nada.

Se observa que la Vía a Samborondón es una zona mucho más desarrollada, donde se puede encontrar todo lo necesario para una vida tranquila. No es necesario salir del sector para satisfacer las necesidades de los habitantes.

La Vía a Samborondón cuenta con centros comerciales, supermercados, escuelas, colegios, universidades, hospitales, clubes, áreas deportivas y de recreación, bancos, restaurantes, bares, discotecas y mucho más. Esta zona está rodeada de espacios verdes y 2 ríos, además de estar dedicada a la agricultura y ganadería y sobretodo tranquilidad, que es lo que la gente busca para vivir.

2. Estudio del mercado

A continuación se demuestra la demanda potencial inmobiliaria en Guayaquil por niveles socioeconómicos:

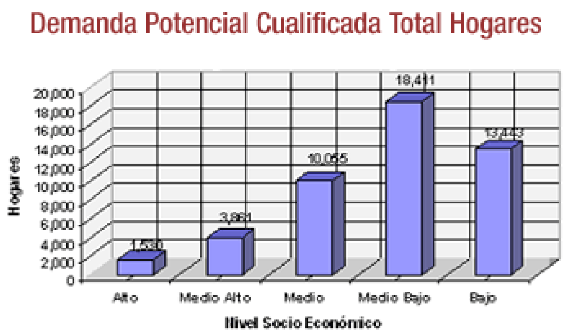

Figura 1. Demanda Potencial por NSE

El grupo objetivo será el nivel Medio y Medio Alto, apuntando a familias jóvenes entre 28-38 años de edad.

Pero el propósito de todo esto es saber con exactitud que es lo que prefieren los consumidores, ya sea seguridad, comodidad, distribución del espacio dentro de la casa, etc. Todo esto se lo conocerá realizando una investigación del mercado inmobiliario.

La razón principal de hacer este estudio es determinar el nivel de demanda y de aceptación del conjunto residencial propuesto para Guayaquil. El proyecto está orientado para la clase media alta y alta especialmente para familias jóvenes de veintiocho años en adelante con uno o dos hijos, en busca de una casa en donde puedan vivir cómodamente cinco personas.

En el mercado guayaquileño existe una serie de Compañías dedicadas al negocio inmobiliario, las cuales ofrecen una gran variedad de soluciones habitacionales a lo largo y ancho de la ciudad. Existen inmobiliarias ya posicionadas en el mercado las cuales se reparten gran parte del pastel. Para efectos de este proyecto se trabajará con la “Inmobiliaria Garpesa” la cual tiene 5 años en el mercado local.

Para la realización de este proyecto se tomarán en cuenta los siguientes supuestos:

- La inmobiliaria cuenta con la maquinaria y la mano de obra necesaria para este tipo de proyectos urbanísticos.
- La maquinaria ya está depreciada en su totalidad.
- Es el primer proyecto de departamentos de la empresa.
- No se incurrirá en deuda.

Con los datos del estudio de mercado, se observa que el 55% de las personas encuestadas tienen un grupo familiar entre 3 y 4 personas.

Se puede afirmar que el grupo objetivo del proyecto estaría en parejas jóvenes con 1 o 2 hijos pequeños, de un nivel socioeconómico medio alto y alto, ya que el valor que ellos le dan a cada departamento está entre $70.000 y $ 80.000.

El 44% de los encuestados tiene un ingreso familiar superior a $2.000, lo cual demuestra que están en la capacidad de pago para el proyecto que se va a realizar. Esto le da un sentido de exclusividad al Conjunto Residencial, debido a que tiene una gran relación con las características buscadas por parte de los encuestados, ya que su principal motivo de ir a vivir a esta zona, es justamente el status que buscan.

La motivación que los impulsa a la compra de una vivienda en una urbanización privada son las características con las que ésta cuenta, permitiéndoles satisfacer de mejor manera sus necesidades y la de su familia. Estas características son principalmente el status que les da vivir en la Vía Samborondón, el precio, ya que se encuentra dentro del rango esperado por parte de los encuestados, y por ultimo la seguridad y calidad de vida que les brinda vivir en una ciudadela cerrada, en una zona con un bajísimo nivel de delincuencia.

El 59% de los encuestados pertenece a un grupo familiar de entre 2 y 3 personas, y al mismo tiempo, el 52% prefiere una distribución del espacio con 3 dormitorios y 3 baños.

Las personas que van a vivir ahí están en planes de formar o incrementar el tamaño de su familia, por lo que necesitan más espacio y comodidad de la que requieren en ese determinado momento.

Se puede sacar como conclusión, luego de observar el interés de la ciudadanía en adquirir una nueva vivienda, que el proyecto tendrá la aceptación que se espera para su realización y rentabilidad.

3. Competencia

Entre los últimos proyectos inmobiliarios en la zona, se pudo obtener de estos, cierta información que ayudará a analizar la competencia, como precio de venta, precio por metro cuadrado y tamaño de construcción por departamento.

Entre los principales competidores en la Vía a Samborondón están:

- Urbanización San Andrés
- Urbanización Bellagio
- Urbanización Capri
- Urbanización Porto Aqua
- Urbanización Torres del Río

Se encontró que el tamaño de construcción de los departamentos oscila entre 92 y 170 m2, con un precio promedio de $ 715 por cada metro cuadrado.

Los precios de venta empiezan a partir de $67.350, y llegan hasta aproximadamente $125.000, que es el rango que la gente está dispuesta a pagar por una vivienda de las características de nuestro proyecto, tal como lo demuestra el anterior estudio.

La tendencia es construir viviendas más pequeñas que se puedan vender con mayor facilidad y rapidez, ya que la gente que busca venir a este sector, es gente joven que no tiene la capacidad de pago para comprar una vivienda como las que hay en las primeras ciudadelas privadas del sector, aunque siguen habiendo grandes proyectos con precios superiores a los $300.000, exclusivamente para la clase alta.

4. Plan de Marketing

Los precios de venta actuales fluctúan entre $72,550.00 y $82,850.00. La diferencia en los precios se debe a la ubicación de los departamentos dentro de cada condominio. Los departamentos del piso más alto serán los más económicos, subiendo de precio a medida que se baja de piso.

TABLA 1. Precio de los Departamentos

Ubicación	Precio
Planta Baja	$ 82.850
Primer Piso	$ 78.850
Segundo Piso	$ 72.550

Figura 2. Departamentos

La razón por la cual los departamentos de la Planta Baja son más caros es la comodidad que se tiene al no tener que subir escaleras y también el rápido acceso a las afueras del condominio.

Además, el precio también variará de acuerdo a las modificaciones que pidan los clientes. Estas variaciones en el precio dependerán de los cambios, de las exigencias de los clientes y del estado de construcción en que esté cada departamento. Pero para efectos de este proyecto no se tomarán en cuenta estas variaciones.

La plaza donde se venderá el proyecto es la ciudad de Guayaquil y se llevará a cabo el proyecto en el sector de Samborondón debido a que es la zona de mayor crecimiento poblacional en Guayaquil. Además, debido a que nuestro grupo objetivo es medio alto y alto, este sector es el más adecuado para realizar nuestro proyecto.

5. Características del conjunto residencial

El Conjunto Residencial "Palermo" se construirá a la altura del Km. 5 1/2 de la Vía Puntilla Samborondón, en una zona residencial y de alta plusvalía de la ciudad.

El Proyecto se desarrollará sobre un área de 8.182 m2, aproximadamente, y comprende la construcción de 14 edificios multifamiliares de tres plantas, con dos departamentos por planta de 100 m2 cada uno, lo que da un total de seis departamentos por edificio y un total de 84 departamentos. Cada departamento contará con parqueo para dos vehículos.

Los departamentos podrán ser de 2 o 3 dormitorios con dos baños (el dormitorio principal contará con baño privado y vestidor), sala-comedor, cocina–lavandería y cuarto y baño de servicio, dependiendo de las necesidades de cada familia.

Los departamentos se entregarán con instalación de sistema de gas por tubería de 3 puntos: secadora, cocina y calentador de agua, pero igualmente habrá punto eléctrico para elegir, instalación para tv cable y teléfono en dormitorios y sala, puntos para aire acondicionado de ventana en dormitorios y split en área de sala-comedor, sistema de intercomunicador con la garita y entre los demás departamentos del conjunto y amplios ventanales para una agradable vista al área social o hacia el río.

Lo primero que se construirá dentro del conjunto residencial son las obras de infraestructura, como son los cerramientos y garita de acceso al conjunto; adoquinamiento del área de circulación vehicular y parqueos; las 2 piscinas (adultos y niños); el área de gimnasio, cámaras de vapor y sauna y vestuarios de hombres y mujeres; el área administrativa y sistemas de tratamiento de aguas servidas, redes de agua potable y aguas lluvias, etc.

Luego se procederá a la construcción de los primeros condominios. La fecha de culminación del proyecto, en su totalidad, está prevista para 1 año y medio a partir del inicio de su construcción.

6. Comercialización del conjunto residencial

Los canales de comunicación a utilizar serán 3:

El primero será directamente entre la constructora y el cliente final, es decir, no habrá ningún intermediario. Esto se lo llevará a cabo mediante la publicidad que le dará la constructora al proyecto, a través de avisos de prensa, revista, vallas, etc.

Si se utilizara solamente este canal, la empresa recibiría todas las ganancias, pero a su vez, deberá invertir más en publicidad y trabajar más fuerte a la hora de conseguir los clientes.

El segundo canal se lo realizará mediante un agente vendedor. Este agente trabajará estilo freelance, es decir, como alguien externo a la empresa que obtendrá su remuneración de acuerdo a un porcentaje fijo de las ventas que realice. Estará en contacto constante con los clientes, llamándolos e invitándolos a acercarse y conocer el proyecto.

La inclusión de los agentes facilitará este proceso, ya que cada uno deberá contar con una cartera de clientes propia, para mediante estas, lograr un mayor alcance y llegar a más personas interesadas.

El tercer y último canal será a través de un intermediario o promotora.

Dada la experiencia de estas empresas y el posicionamiento que tienen algunas, además de sus grandes carteras de clientes, realizar las ventas a través de ellos favorecerá notablemente las mismas. La promotora se podrá encargar de todo lo que tenga que ver con publicidad del conjunto residencial, desde folletos hasta vallas.

Así mismo, si es una buena promotora, influirá mucho en la compra por parte del cliente final, el cual puede tomar la decisión no porque el proyecto sea de una constructora determinada, sino porque conoce a la promotora, tiene referencias de ella y sabe que es una empresa seria. Adicionalmente, el intermediario podría convertirse en el cliente. Esto sucedería si ve una oportunidad en el proyecto, y dada su experiencia y conocimiento del mercado, sabrá si puede sacar un mejor precio a los departamentos.

El producto se lo dará a conocer principalmente mediante medios impresos, ya sean diarios o revistas afines a nuestro grupo objetivo, apoyándose en vallas y folletos.

Los avisos de prensa se los trabajará principalmente en los clasificados de los días domingo del Diario El Universo y Diario Expreso, que son los días de mayor lectoría, apoyados en pequeños avisos en días ordinarios (de lunes a viernes), los cuales cumplirán con la función de informar precios y números telefónicos de la oficina.

También se aprovecharán los especiales de construcción que circulan en estos diarios, y estos se utilizarán para llegar de manera gráfica al cliente. Estos avisos, ya que el 22%[1] de las personas mantiene el status como principal condición a la hora de elegir, serán de gran utilidad a la hora de posicionar el proyecto en la mente del consumidor.

Se publicarán avisos en revistas dirigidas hacia nuestro grupo objetivo, como La Revista del Diario El Universo, Revista Sambo, Revista Clubing y Revista

[1] *Encuesta realizada por los autores*

Vanguardia los que serán básicamente ilustraciones del conjunto residencial, resaltando las características más llamativas del proyecto, como las áreas sociales, la vista al río, etc.

Estos avisos podrán ser de la misma línea que los utilizados en los especiales de construcción en los diarios.

Los folletos y volantes serán entregados de manera personalizada, es decir, se entregará directamente a clientes potenciales; se insertarán en estados de cuenta de tarjetas de crédito Gold y Platinum o directamente a las oficinas o residencias. Para realizar esto, se conseguirá una base de datos de aquellas personas que alquilen y tengan un ingreso mínimo de $2.000 y se les enviará un folleto interactivo, con información e ilustraciones del proyecto, invitándolos a acercarse para conocerlo.

Se colocará 1 valla publicitaria en la Av. Francisco de Orellana, a la altura del World Trade Center. Se eligió esta ubicación debido a que en esta zona trabaja una buena parte de nuestro mercado objetivo, es una zona muy transitada y se encuentran varias empresas importantes, así como un moderno centro comercial. En conclusión, es una zona de gran plusvalía y una ubicación acertada.

La otra valla a utilizar será en la Vía a Samborondón, preferentemente cercana al conjunto residencial, para servir como punto de referencia para todas aquellas personas que circulen por el sector.

Se participará, adicionalmente, en exposiciones y ferias habitacionales, como la "Hábitat" que se realiza anualmente en la ciudad de Guayaquil.

Como una forma de diferenciar la captación de clientes, se procederá a publicitar en medios no-tradicionales, como el Messenger, que ha generado muy buenos resultados en las campañas utilizadas. La ventaja de este medio es que puede segmentar por edad, ubicación, entre otros.

Los precios de venta actuales fluctúan entre $72,550.00 y $82,850.00, y como este proyecto se llevará a cabo con capital propio, la financiación consistirá en recibir de los clientes el equivalente al 30% del valor de venta como entrada y el 70% restante con el producto de un crédito hipotecario, al momento de entrega de los departamentos.

Luego del respectivo trámite de crédito del cliente, éste recibirá del banco el crédito hipotecario para financiar el saldo del departamento. Este 70% restante, lo recibirá la constructora en el momento en que se entregue el departamento al cliente, luego de la firma de las escrituras.

Dependiendo del banco con que se vaya a financiar el crédito hipotecario, y de la cuota inicial, existe una tasa y una comisión.

Igualmente, el reajuste de tasas se da dependiendo de la institución bancaria que se elija, y esta puede ser cada 3, 6 o 12 meses o fija.

En lo que respecta al plazo, existe la posibilidad de extender este crédito hasta 20 años, pero a su vez, esto demanda una comisión más elevada.

Si un cliente decide unilateralmente anular el contrato, este será castigado con un porcentaje de la reserva, es decir, recibirá el total menos un porcentaje establecido a la firma del contrato.

Por la otra parte, en caso de que la empresa rompa el contrato, esta deberá inmunizar al cliente, devolviéndole el total de la entrada más un valor adicional.

7. Estudio financiero

Para comenzar el proyecto es necesario comprar el terreno el cual será pagado previo a la puesta en marcha del mismo. También se deberán pagar los diferentes permisos y licencias para poder empezar a construir.

A continuación se desglosan los valores de la inversión total:

TABLA 2. Inversión Inicial

INVERSIONES		
1	Terreno	$ 475.000
2	Permisos y Licencias	$ 82.332
3	Capital de Trabajo	$ 668.525
	TOTAL	**$ 1.225.857**

El 95% del mercado necesita financiamiento al momento de la compra de una vivienda, es por eso que la intervención de las entidades financieras juega un papel preponderante al rato de la elección.

El VAN es de $527.389 lo cual demuestra a los inversionistas que es un proyecto atractivo y al mismo tiempo le otorga la seguridad de que el capital esta correctamente invertido.

La TIR es del 34%, lo cual genera un retorno más atractivo que la tasa de mercado y de cualquier inversión financiera.

De los análisis de sensibilidad se pudo observar que la mayor variabilidad del VAN es con relación al precio de venta, pero al tener una moneda dura se piensa que la posible variación en los precios no será mayor, si se mantiene una estabilidad económica en el país.

Antes de realizar el análisis de sensibilidad del VAN con respecto al costo del terreno se pensaría que sería una variable determinante, pero realizando dicho análisis se llega a la conclusión de que un cambio en éste no genera un gran cambio en el VAN.

8. Agradecimientos

Queremos agradecerles a nuestros padres por todo el apoyo que nos brindaron durante nuestra carrera y el desarrollo del proyecto. A todas las personas que de algún u otro modo nos ayudaron con la realización de este proyecto. También queremos agradecer a la ESPOL y en especial al ICHE por la educación y los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera estudiada.

9. Referencias

Banco Central del Ecuador, http://www.bce.fin.ec/

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, http://www.inec.gov.ec/

C. Horngren – G. Sundem – J. Elliott, Introducción a la Contabilidad Financiera, 7ma Edición, 2000, pp.624-651.

N. Malhotra, Investigación de Mercado un enfoque práctico, Prentice Hall Hispanoamericana, 2da Edición, 1997, pp. 357-385.

X. Ribas – A. Santrich, *“Proyecto de Inversión: Plan habitacional orientado a la clase media alta en la ciudad de Machala”* (Tesis, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2005).

Soriano, Fabián; “*Proyecto para la implementación de un complejo de canchas deportivas de césped sintético en la ciudad de Guayaquil”,* Tesis, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2006).

N. Sapag – R. Sapag, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw-Hill, 4ta Edición, 2000, pp. 233-244, 265-281, 326-344.

R. Walpole - R.Myers - S. Myers, Probabilidad y Estadística para Ingenieros, Prentice Hall may, 6ta Edición, 1999, pp. 681-682.

Emery-Finnerty-Stowe; Fundamentos de Administración Financiera; Prentice Hall.

La Revista, Diario El Universo, Diciembre 10, 2006

Asesoría del Ing. Gonzalo García-Sarda, Gerente General Schell & Jacobson.

Gridcon Consultores (www.gridcon.com).