



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU
UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID

Maestría en Gestión y Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias

“HABILITACION URBANA EN EL DISTRITO SAN AGUSTIN DE CAJAS
HUANCAYO”

Tesis para optar el grado de Magíster en Gestión y Dirección de Empresas
Constructoras e Inmobiliarias que presenta:

GLADYS BASALDUA OLIVARES
JUAN CARLOS GONZALES CHAVEZ

Asesor: Cesar Ponce Durand

MARZO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis ha sido desarrollada para obtener el grado de Magister, motivo por el cual se está proponiendo el desarrollo del proyecto de "Habilitación Urbana en el Distrito San Agustín de Cajas - Huancayo". En el proyecto se está planteando la habilitación de lotes para luego proceder con la venta de estos.

San Agustín de Cajas está ubicada a 310.20 Km aproximadamente de la ciudad de Lima, es uno de los distritos de la ciudad de Huancayo y provincia del departamento de Junín. El distrito está ubicado a 20 minutos de la Plaza de Armas de la ciudad de Huancayo, cuenta con vías asfaltadas y servicios básicos.

El terreno tiene un área de 106,899.00m², de lo cual según los parámetros normativos y el cálculo que se ha hecho en base a estos se está utilizando el área de 53,400m² para el desarrollado el proyecto.

Se realizaron estudios correspondientes de oferta y demanda, en los cuales se encontró una fuerte competencia con diversas empresas; siendo las más resaltantes: "Los Portales" y "Grupo Crea". Ambas empresas cuentan con una conocida trayectoria en el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

El área de los lotes varía entre 100 m² y 240 m²; con precios entre US\$ 36,318/m² y US\$ 265,341/m²; dependiendo de la ubicación del proyecto. La velocidad general de ventas entre las inmobiliarias presentes en Huancayo es de 20/mes y 7/mes; lo cual es bueno y nos da un panorama general para plantear el proyecto de Habilitación.

Para este caso, el precio de venta del lote es de US\$ 300/m², el cual está de acuerdo a los estudios económicos financieros y estudios de campo obtenidos.

Existe una fuerte demanda por la compra de lotes en los niveles socioeconómicos A, B y C, los cuales representan el mayor porcentaje de población con intención de adquirir un inmueble. Esta población está entre los rangos de 35 y 55 años, están casados, tienen secundaria completa, tienen un ingreso de S/. 3,000 mensuales y viven con su esposa e hijos.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	
INTRODUCCION	
CAPITULO 1: ANALISIS DE SITUACION MUNDIAL Y NACIONAL.....	10
CAPITULO 2: EL ENTORNO.....	37
CAPITULO 3: MICRO ENTORNO – INVESTIGACION DE MERCADO...56	
CAPITULO 4: EL PRODUCTO INMOBILIARIO.....	81
CAPITULO 5: PLAN DE MARKETING.....	94
CAPITULO 6: FLUJOS DE CAJA Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	104
CONCLUSIONES FINALES.....	115
BIBLIOGRAFIA.....	118
ANEXOS.....	120

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCION

RESUMEN EJECUTIVO

CAPITULO 1 – ANALISIS DE SITUACION MUNDIAL Y NACIONAL

1.1. MACRO ENTORNO

1.1.1. ESCENARIO INTERNACIONAL

1.1.2. PANORAMA NACIONAL ACTUAL

1.1.3. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR CONSTRUCCION E INMOBILIARIO DEL PERU

1.2. MICRO ENTORNO DE LA REGION DE JUNIN

1.2.1. DATOS GENERALES DE LA REGION JUNIN

1.2.2. VIAS DE ACCESO HACIA LA REGION JUNIN

1.2.3. CRECIMIENTO DE JUNIN RESPECTO DE LAS DEMAS REGIONES

1.3. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

CAPITULO 2 – EL ENTORNO

2.1. DESCRIPCION DEL ENTORNO

2.2. ACCESIBILIDAD

2.3. TRANSPORTE PÚBLICO Y PARTICULAR

2.4. SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO

2.5. NIVEL SOCIO ECONOMICO

2.6. PRODUCTO MIVIVIENDA

2.7. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

CAPITULO 3 – MICRO ENTORNO – INVESTIGACION DE MERCADO

3.1. ESTUDIO DE LA OFERTA

3.2. AUTORIDADES MUNICIPALES Y SU INFLUENCIA

3.3. LA COMPETENCIA

3.3.1. PROYECTOS DE LA COMPETENCIA

3.3.2. ANALISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

3.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

3.4.1. DEMANDA POTENCIAL

3.4.2. DEMANDA EFECTIVA SEGÚN EL PRECIO DE LOTES

3.5. DETERMINACION DEL MERCADO OBJETIVO

3.5.1. SEGMENTACION

3.5.2. TARGETING

3.5.3. PERFIL DEL PRODUCTO

3.6. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

CAPITULO 4 – EL PRODUCTO INMOBILIARIO

4.1. UBICACIÓN Y DESCRIPCION DEL TERRENO

4.2. LIMITES DEL TERRENO

4.3. ZONIFICACION DEL TERRENO

4.4. PARAMETROS Y NORMATIVA

- 4.5. DESCRIPCION DEL PROYECTO
- 4.6. IMPACTO DEL PROYECTO EN LA ZONA
- 4.7. COMPARACION CUALITATIVA DE LA COMPETENCIA VERSUS VALLE MANTARO
- 4.8. ANALISIS FODA
- 4.9. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

CAPITULO 5 – PLAN DE MARKETING

5.1. DEFINICION DEL CLIENTE OBJETIVO

- 5.1.1. INVESTIGACION DE MERCADO: SEGMENTACION – TARGETING
- 5.1.2. DIFERENCIACION Y POSICIONAMIENTO

5.2. POSICIONAMIENTO

- 5.2.1. VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PROYECTO
- 5.2.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO
- 5.2.3. DECLARACION DE POSICIONAMIENTO

5.3. MARKETING MIX

- 5.3.1. PRODUCTO
- 5.3.2. PRECIO
- 5.3.3. PROMOCION
- 5.3.4. PLAZA

5.4. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

CAPITULO 6 – FLUJOS DE CAJAS Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

- 6.1. DISTRIBUCION DE AREAS
- 6.2. ESTIMACIÓN DE INGRESOS POR VENTAS
- 6.3. ESTIMACIÓN DE EGRESOS
- 6.4. ESTADO DE RESULTADOS
- 6.5. CALCULO DE UTILIDAD Y RENTABILIDAD
- 6.6. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO
- 6.7. CRONOGRAMA DE INGRESOS / VENTAS
- 6.8. CRONOGRAMA DE GASTOS DEL PROYECTO
- 6.9. FLUJO DE CAJA
- 6.10. ANALISIS DE SENSIBILIDAD
- 6.11. ANALISIS DE ESCENARIOS

CONCLUSIONES FINALES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

“La vivienda ha sido en el desarrollo de las ciudades parte importante porque ha sido la célula que ha dado origen a los asentamientos en el mundo, ha sido además el abrigo contra el clima, el sol, y los fenómenos naturales, ha sido la guarida y el techo del hombre, como también en las grandes ciudades ha llegado a caracterizarse por ser la célula que revitaliza los centros urbanos en deterioro, a partir de grandes programas de iniciativa pública y privada, que han servido en la historia y en tanto escrito publicado como ejemplo, de alguna manera, para mitigar cuantitativamente y cualitativamente las necesidades de los gobiernos por atacar el déficit de vivienda”.¹

Hace 18 años la compra de una vivienda era un poco tedioso ya que el tipo de financiamiento que ofrecían era muy estricta, sin embargo hoy en día existen varios tipos de mecanismos de financiamiento, lo cual hace más fácil la adquisición de una vivienda propia.

Con el pasar de los años Lima ha ido creciendo en muchos aspectos uno de ellos ha sido el número de habitantes con lo cual la ciudad se ha ido poblando cada vez más, quedando así reducidos los espacios destinados para la vivienda de manera horizontal y creándose una expansión vertical. El Plan Metropolitano

¹ MESA VILLEGAS, Arquitectos. La Vivienda. Necesidad Básica para el Hombre. 2009.

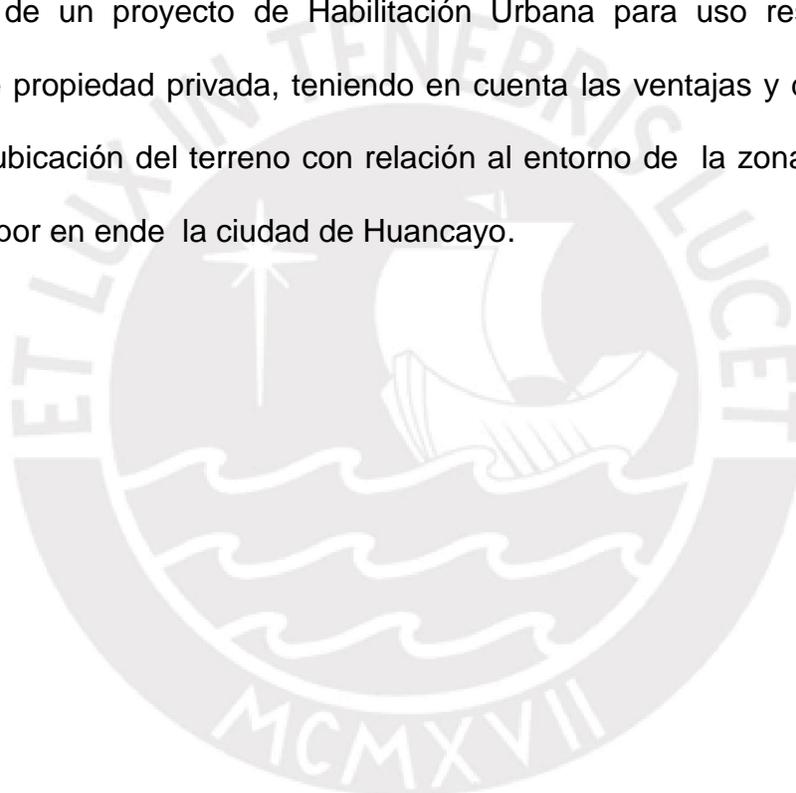
de Desarrollo Urbano de Lima Y Callao (PLAM), ha identificado terrenos que podrían cubrir 125,000 viviendas nuevas en los próximos años. El PLAM también indica que los distritos de Carabaylo, Lurín y Ancón serían los distritos más adecuados y con mayor disponibilidad de área destinados a viviendas, pero para que esto se lleve a cabo se tendría que solucionar el tema de factibilidades. Así mismo cabe mencionar que en estos últimos años el crecimiento de las viviendas se ha dado de manera vertical ya que como se dijo antes no hay disponibilidad de áreas que sean factibles para viviendas y la posible solución que se le está dando es hacer edificios de varios pisos, los cuales alberguen más de una vivienda.

En el caso de Provincias, en los últimos años se ha estado generado un desarrollo inmobiliario de menos a más; en muchos de ellos con gran éxito, razón por lo cual se ve una fuerte oportunidad de desarrollo en el distrito San Agustín de Cajas.

Cabe señalar que el distrito San Agustín de Cajas de la ciudad de Huancayo tiene diversos problemas urbanísticos como por ejemplo el crecimiento desordenado de la ciudad, insuficiencia de infraestructura (creativa, educativa, de salud), congestión vehicular, contaminación atmosférica, uso irracional del suelo y problemas en la implementación de los servicios públicos domiciliarios (redes de agua, alcantarillado, energía eléctrica, entre otros). Una de las propuestas del gobierno municipal de la ciudad de Huancayo, para todos sus distritos es plantear

el desarrollo integral del suelo, se ha instituido jurídicamente el reajuste de los suelos, sin embargo esta figura urbano/jurídica aún no se está implementando a pesar de que urge que se realice.

Mediante esta tesis, se está proponiendo el estudio de rentabilidad y viabilidad de un proyecto de Habilitación Urbana para uso residencial en un terreno de propiedad privada, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas que ofrece la ubicación del terreno con relación al entorno de la zona, el distrito San Agustín y por ende la ciudad de Huancayo.



CAPITULO 1 – ANALISIS DEL ENTORNO MUNDIAL Y NACIONAL

1.1. MACRO ENTORNO

1.1.1. ESCENARIO INTERNACIONAL

Del resumen ejecutivo: “Situación y Perspectivas de la Economía Mundial 2017”, publicado por las Naciones Unidas en el año 2017; se extrae los siguientes párrafos:

La economía mundial se expandió en un 2.2% en 2016, la menor tasa de crecimiento desde la Gran Recesión de 2009. Entre los factores que está afectando el desempeño de la economía mundial se puede mencionar el débil ritmo de la inversión, la disminución en el crecimiento del comercio internacional, el lento crecimiento de la productividad y los elevados niveles de deuda. Asimismo, los bajos precios de las materias primas han exacerbado estos problemas en muchos países exportadores de materias primas desde mediados de 2014, mientras que los conflictos y las tensiones geopolíticas continúan afectando las perspectivas económicas de varias regiones.²

Se pronostica que el producto bruto mundial se expandiría en un 2.7% en 2017 y un 2.9% en 2018, lo que es más una señal de estabilización económica que un signo de una recuperación robusta y sostenida de la demanda global. El

² Situación y Perspectivas de la Economía Mundial. Naciones Unidas Nueva York. 2017.

ligero aumento del crecimiento del producto bruto Interno (PBI) proyectado para los países desarrollados en 2017 se explica principalmente debido al fin del ciclo de desestabilización en los Estados Unidos de América y al apoyo adicional de políticas macroeconómicas en el Japón.²

Por su parte, se espera que las economías en transición se expandan en un 1.4% el 2017, después de dos años consecutivos de contracción, ya que la región ha absorbido en su mayor parte el fuerte deterioro en los términos de intercambio que varios países experimentaron en 2014 y 2015. Entre los países en desarrollo, se espera que los países exportadores de materias primas también experimenten un aumento del crecimiento, a medida que se estabilizan los precios de las materias primas y se suavizan las presiones inflacionarias que fueron impulsadas por las bruscas depreciaciones de los tipos de cambio. En particular, el Este y el Sur de Asia continuarán creciendo más rápidamente que otras regiones, beneficiándose de una demanda doméstica robusta y de espacios para una política macroeconómica más proactiva. A pesar de esto, las perspectivas económicas continúan sujetas a significativas incertidumbres y riesgos hacia la baja. En caso de que estos riesgos se materialicen, el crecimiento global sería todavía menor al modesto crecimiento económico que se proyecta actualmente.²

Debido a las fuertes interconexiones entre la demanda, la inversión, el comercio y la productividad, el largo periodo de débil crecimiento global corre el

riesgo de auto-perpetuarse, especialmente ante la ausencia de esfuerzos de política concertados para revivir la inversión y estimular una recuperación en la productividad. Esto impediría el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, principalmente los objetivos de erradicar la pobreza extrema y la creación de trabajo decente para todos.²

El crecimiento en los países menos desarrollados permanecerá bastante por debajo de la meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible en el corto plazo, aunque se proyecta que aumente en forma moderada desde un 4.5% en 2016 a un 5.2% y un 5.5% en 2017 y 2018, respectivamente. Este crecimiento por debajo de la meta constituye un riesgo para el importante gasto público en salud, educación, protección social y adaptación al cambio climático. De hecho, la adaptación al cambio climático es un aspecto fundamental para los países menos desarrollados, pues siguen siendo altamente vulnerables a los desastres naturales y las perturbaciones meteorológicas.²

Asimismo, se requieren mayores esfuerzos para diversificar las exportaciones de los países menos desarrollados, las cuales permanecen altamente concentradas en unos pocos productos primarios vulnerables a la volatilidad de los precios y los choques externos. En la actual trayectoria de crecimiento, cerca del 35% de la población de los países menos desarrollados puede permanecer en la extrema pobreza en 2030. Sin una aceleración en el

crecimiento del PIB y un progreso en la distribución del ingreso, la erradicación de los altos niveles de extrema pobreza en los países menos desarrollados en 2030 es un desafío inmenso.²

Acumular recursos para financiar las inversiones necesarias en los países menos desarrollados sigue siendo una tarea difícil. La inversión en estos países necesitaría expandirse en una tasa promedio anual de al menos 11% hasta 2030, una aceleración significativa respecto a las tendencias recientes. Además, la inversión extranjera directa está esquivando a muchos países menos desarrollados y, más aun, permanece concentrada en las industrias extractivas. De esta manera, se requieren de mayores esfuerzos para movilizar recursos nacionales e internacionales, privados y públicos, para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en estos países.²

La proyección de crecimiento de la Eurozona en su conjunto apenas se corrige (solo 0,1% porcentuales más el primer año), con respecto a lo estimado en el mes de octubre: crecerá 1,7% en 2016 y otro tanto igual en el 2017. El Fondo ha llamado la atención sobre la presión que ejerce la “oleada de refugiados” en las economías europeas. “Las medidas de política encaminadas a respaldar la integración de los migrantes a la fuerza laboral son críticas para calmar las inquietudes en torno a la exclusión social y los costes fiscales a largo plazo”.³

³ Fondo Monetario Internacional. El País. 2016.

En el Cuadro 1.0, se muestra las perspectivas de la economía mundial, sobre las proyecciones que se han hecho hasta el año 2017.

PERSPECTIVAS DE LA ECONOMIA MUNDIAL

	Proyecciones		Diferencia con el informe de octubre 2015	
	2016	2017	2016	2017
Producto mundial	3,4	3,6	-0,2	-0,2
Economías avanzadas	2,1	2,1	-0,1	-0,1
Estados Unidos	2,6	2,6	-0,2	-0,2
Zona euro	1,7	1,7	0,1	0,0
Alemania	1,7	1,7	0,1	0,2
Francia	1,3	1,5	-0,2	-0,1
Italia	1,3	1,2	0,0	0,0
España	2,7	2,3	0,2	0,1
Japón	1,0	0,3	0,0	-0,1
Reino Unido	2,2	2,2	0,0	0,0
Canadá	1,7	2,1	0,0	-0,3
Otras economías avanzadas	2,4	2,8	-0,3	-0,1
Economías de mercados emergentes	4,3	4,7	-0,2	-0,2
Comunidad de Estados Independientes	0,0	1,7	-0,5	-0,3
Rusia	-1,0	1,0	-0,4	0,0
Excluido Rusia	2,3	3,2	-0,5	-0,8
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	6,3	6,2	-0,1	-0,1
China	6,3	6,0	0,0	0,0
India	7,5	7,5	0,0	0,0
ASEAN	4,8	5,1	-0,1	-0,2
Economías emergentes y en desarrollo de Europa	3,1	3,4	0,1	0,0
América Latina y el Caribe	-0,3	1,6	-1,1	-0,7
Brasil	-3,5	0,0	-2,5	-2,3
México	2,6	2,9	-0,2	-0,2
Oriente Medio, N. de África, Afganistán y Pakistán	3,6	3,6	-0,3	-0,5
Arabia Saudita	1,2	1,9	-1,0	-1,0
África subsahariana	4,0	4,7	-0,3	-0,2
Nigeria	4,1	4,2	-0,2	-0,3
Sudáfrica	0,7	1,8	-0,6	-0,3

Fuente: FMI,

EL PAÍS

Cuadro 1.0

El nivel de las emisiones globales de carbono se ha estancado por segundo año consecutivo. Este positivo suceso refleja una disminución en la intensidad energética de las actividades económicas y una mayor relevancia de las energías renovables en la matriz energética, así como también un menor crecimiento económico en los mayores emisores.²

A pesar de esto, la economía mundial permanece todavía a cierta distancia de alcanzar un sostenido desacoplamiento entre el crecimiento económico y el crecimiento de las emisiones de carbono. A pesar de los avances, especialmente en los países en desarrollo, donde el nivel de las inversiones en energías renovables excedió la de países desarrollados en 2015, las energías renovables continúan representando solo una pequeña fracción de la generación de energía global. Más aun, las nuevas inversiones en energías renovables cayeron fuertemente en la primera mitad del 2016, y las mejoras en la mitigación de las emisiones observadas en los últimos años podrían fácilmente revertirse sin esfuerzos concertados del sector público y privado para mejorar la eficiencia energética y promover las energías renovables, apoyados también por la cooperación internacional para la transferencia de tecnologías limpias y el financiamiento a la adaptación al cambio climático.²

Las perspectivas de crecimiento de las economías emergentes y en desarrollo fueron revisadas al alza ___en 0,1 puntos porcentuales___ tanto en

2017 como en 2018 en comparación con el informe publicado en abril, primordialmente gracias al afianzamiento del pronóstico de crecimiento de China. La previsión para la economía china en 2017 (6,8%, frente a 6,6% en abril) refleja un crecimiento más fuerte en el primer semestre de 2017, así como una demanda externa más vigorosa. Para 2018, la revisión refleja principalmente la expectativa de que las autoridades mantendrán una combinación de políticas suficientemente expansiva como para alcanzar la meta de duplicar el PIB real entre 2010 y 2020. También se han corregido al alza los pronósticos de crecimiento de las economías emergentes de Europa en 2017___ gracias a un crecimiento mayor en Turquía y otros países de la región___, de Rusia en 2017 y 2018, y de Brasil en 2017.⁴

En términos generales, reina el optimismo en los mercados financieros, con avances ininterrumpidos de los mercados de acciones tanto en las economías avanzadas como en las de mercados emergentes. Como se espera ahora que la normalización de la política monetaria sea más paulatina, en comparación con las expectativas de marzo, las tasas de interés a largo plazo de Estados Unidos bajaron alrededor de 25 puntos básicos en el ínterin y el dólar se depreció más de 5% en términos efectivos reales, con una apreciación real proporcional del euro. Pese a las expectativas de vigorización de la demanda mundial, los precios de las materias primas se mantienen bajos, y los del petróleo

⁴.Perspectivas de la Economía Mundial. Fondo Monetario Internacional. 2017.

reflejan una oferta superior a lo previsto.⁴

El nivel general de inflación de los precios al consumidor ha bajado desde abril, ya que se ha desvanecido el empujón que generó la recuperación de los precios del petróleo en 2016 y la caída de los precios del petróleo observada en los últimos meses ha comenzado a ejercer presiones a la baja. Pese al afianzamiento de la demanda interna, la inflación subyacente se mantiene generalmente atenuada en las economías avanzadas, como consecuencia de la persistente debilidad de los aumentos salariales. Lo más probable es que la inflación avance solo de manera gradual hacia las metas fijadas por los bancos centrales. En las economías emergentes y en desarrollo, las tasas de inflación subyacente se han moderado al desvanecerse los efectos de traslado a los precios de las depreciaciones ___y, en algunos casos, recientes apreciaciones___ frente al dólar de EE.UU.⁴

En términos amplios, los riesgos a corto plazo están equilibrados. Del lado positivo, la recuperación podría afianzarse más gracias a la firme confianza de consumidores y empresas y a las condiciones financieras propicias. Al mismo tiempo, en un contexto caracterizado por una gran incertidumbre en torno a la política económica y por tensiones geopolíticas, la adopción de medidas erradas algo que el pronóstico de base supone que se evitará podría hacer tambalear la confianza de los mercados, deteriorando las condiciones financieras y empujando

a la baja los precios de los activos.⁴

1.1.2. PANORAMA NACIONAL ACTUAL

En estos últimos años el Perú sobresalió como una de las economías con mayor crecimiento en América Latina y el Caribe. Entre 2005 y 2014, la tasa de crecimiento promedio del PIB fue de 6,1%, en un entorno de baja inflación (2,9% en promedio). Un contexto externo muy favorable, políticas macroeconómicas prudentes y reformas estructurales en distintos ámbitos se combinaron para dar lugar a este escenario de alto crecimiento y baja inflación, tal como observa en el Cuadro 1.1 y en el Gráfico 1.0. (Fuente de Internet: Prezi.com)

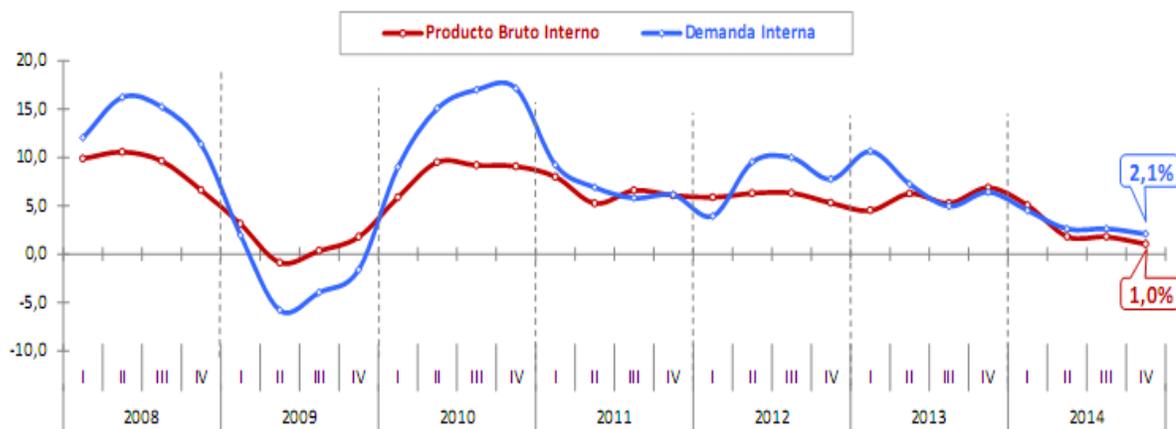
PERÚ: OFERTA Y DEMANDA GLOBAL TRIMESTRAL

Oferta y Demanda Global	2013/2012					2014/2013				
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año
Producto Bruto Interno	4,5	6,3	5,3	6,9	5,8	5,0	1,8	1,8	1,0	2,4
Extractivas	0,8	3,6	4,1	8,1	4,1	3,6	-3,0	-1,6	-2,0	-0,9
Transformación	4,3	8,5	5,3	8,6	6,8	4,4	-2,1	-2,2	-6,1	-1,7
Servicios	5,7	6,4	6,0	6,4	6,1	6,2	5,5	5,0	5,4	5,5
Importaciones	7,4	4,5	-0,5	-2,2	2,1	-0,8	0,5	-3,2	-0,3	-1,0
Oferta y Demanda Global	5,2	5,9	3,9	4,8	4,9	3,7	1,5	0,7	0,8	1,6
Demanda Interna	10,7	7,3	5,0	6,4	7,2	4,5	2,6	2,6	2,1	2,9
Consumo Final Privado	5,0	5,3	5,1	5,9	5,3	5,4	4,4	3,7	2,9	4,1
Consumo de Gobierno	8,0	7,8	5,9	5,2	6,7	9,0	3,9	8,0	7,4	7,1
Formación Bruta de Capital	25,9	11,0	4,3	8,0	11,5	1,0	-1,4	-1,6	-1,7	-1,0
Formación Bruta de Capital Fijo	7,2	10,1	3,2	1,6	5,3	2,7	-2,8	-4,8	-1,9	-1,8
Exportaciones	-11,3	0,7	0,1	-1,1	-3,1	0,6	-2,8	-6,6	-4,4	-3,4

Nota: La estimación el IV trimestre de 2014 ha sido elaborada con información disponible al 15-02-2015.
Para mayor detalle de las actividades extractivas, transformación y servicios revisar el Anexo N°14
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Cuadro 1.1

PRODUCTO BRUTO INTERNO Y DEMANDA INTERNA, 2008_I-2014_IV



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Gráfico 1.0

Pero en los últimos años el país ha ingresado a un periodo desafiante y complejo, debido a que el crecimiento paulatino que se venía llevando a cabo estos últimos años comenzó a desacelerarse en el año 2014, gracias a condiciones externas adversas y problemas políticos y de corrupción en la región.

En el primer trimestre del año 2015, la economía peruana medida a través del Producto Bruto Interno (PBI) a precios constantes de 2007, registro un alza de 1,7% respecto a similar periodo del año anterior. En el Cuadro 1.2 y en el Gráfico 1.1, se observa el crecimiento económico, el cual es el resultado de la recuperación de las actividades extractivas que se incrementaron en 2,8%.⁵

⁵ INEI, Informe Técnico N° 04. PBI-Trimestral. 2015. págs. 1 y 2.

En el segundo trimestre del año 2015, la economía peruana, registro un crecimiento de 3,0% respecto a similar periodo del año anterior. El crecimiento se sustentó básicamente en el consumo de las familias; el consumo del gobierno subió en 6,3%. Contrariamente, la inversión se redujo en 1,2%, determinada por la contracción en la inversión bruta fija (8,8%), asimismo, las exportaciones e importaciones decrecieron en 3,2% y 4,8% respectivamente, tal como se observa en el Cuadro 1.2 y en el Gráfico 1.1.⁵

En el tercer trimestre del año 2015, la economía peruana registro un crecimiento de 2,9% respecto a similar periodo del año anterior. El crecimiento de la economía en el tercer trimestre del 2015, se sustentó básicamente en el consumo final privado que se incrementó en 3,3% y el consumo del gobierno que subió en 5,1%. Contrariamente, la formación bruta de capital fijo se redujo en 6,4%, asimismo, las exportaciones e importaciones decrecieron en 0,5% y 0,3% respectivamente, tal como se observa en el Cuadro 1.2 y en el Gráfico 1.1, la evolución que ha tenido el PBI por trimestres durante el año 2015.⁵

PERU: OFERTA Y DEMANDA GLOBAL TRIMESTRAL

Oferta y Demanda Global	2014/2013					2015/2014				
	I Trím.	II Trím.	III Trím.	Acumulado al III Trím.	4 últimos Trím. ^{1/}	I Trím.	II Trím.	III Trím.	Acumulado al III Trím.	4 últimos Trím. ^{1/}
Producto Bruto Interno	4,7	1,7	2,0	2,7	3,7	1,8	3,0	2,9	2,6	2,3
Extractivas	3,8	-2,8	-1,3	-0,3	1,7	2,9	6,3	6,5	5,3	3,5
Transformación	3,4	-2,8	-1,6	-0,4	1,4	-5,7	-2,9	-3,8	-4,2	-4,4
Servicios	5,9	5,4	4,9	5,4	5,6	5,0	4,8	4,6	4,8	4,9
Importaciones	-0,7	0,6	-3,0	-1,1	-1,3	-1,1	-3,8	-0,3	-1,7	-1,3
Oferta y Demanda Global	3,4	1,4	0,8	1,9	2,6	1,2	1,5	2,2	1,6	1,5
Demanda Interna	4,5	2,7	3,0	3,4	4,0	2,0	2,1	2,8	2,3	2,4
Consumo Final Privado	5,4	4,4	3,7	4,5	4,8	3,0	3,1	3,3	3,1	3,1
Consumo de Gobierno	9,0	3,9	8,0	7,0	6,7	3,4	7,3	5,1	5,2	5,8
Formación Bruta de Capital	0,8	-1,2	-0,4	-0,3	1,1	-0,9	-2,0	0,7	-0,8	-0,5
Formación Bruta de Capital Fijo	2,4	-3,1	-4,9	-2,0	-1,1	-7,4	-9,1	-6,4	-7,7	-6,0
Exportaciones	-0,7	-4,0	-7,8	-4,3	-3,1	-2,3	-1,2	-0,5	-1,3	-2,4

1/ Últimos 4 trimestres respecto al mismo período del año anterior, ejemplo: IV trim 2014 al III trim 2015/IV trim 2013 al III trim 2014.

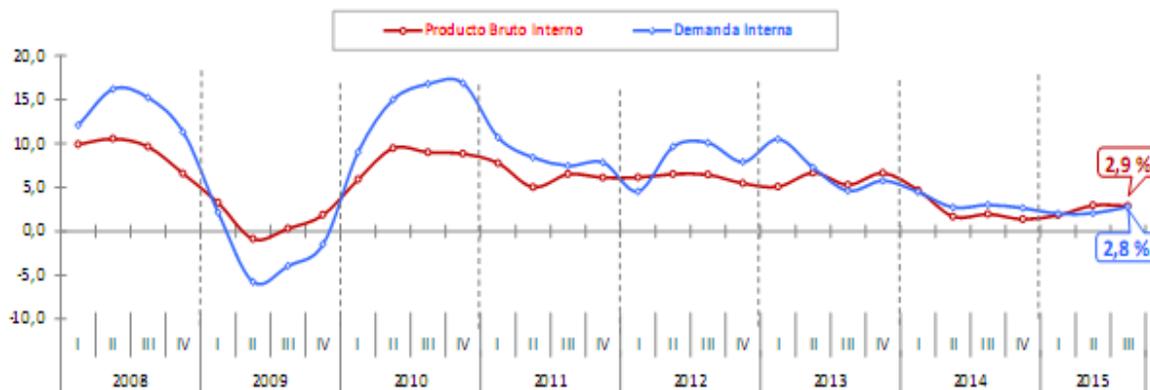
Nota: La estimación al III trimestre de 2015 ha sido elaborada con información disponible al 15-11-2015.

Para mayor detalle de las actividades extractivas, transformación y servicios revisar el Anexo N° 11.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Cuadro 1.2

PRODUCTO BRUTO INTERNO Y DEMANDA INTERNA, 2008_I-2015_III



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

Gráfico 1.1

En adelante, los principales desafíos serán: lograr que el crecimiento económico a tasas superiores a las de la región sea sostenible y continuar fortaleciendo los vínculos entre el crecimiento y la equidad. Para lograr un crecimiento sostenible y balanceado, el Perú puede desarrollar políticas públicas que fomenten el desarrollo descentralizado, especialmente con énfasis en las ciudades intermedias.⁶

De acuerdo a la casa de bolsa del Grupo Intercorp, un ambiente internacional que favorecerá la economía peruana, un mayor crecimiento en la inversión pública y una mejora en el progreso de algunos proyectos de transporte serán los principales conductores del crecimiento para este año. Además del rally en el precio de los metales que ha tenido un impacto importante en el crecimiento de PBI peruano, especialmente por la exportación de cobre, las buenas perspectivas para el país más demandante de cobre China, favorecerán al Perú.

Según informes del grupo Intéligo se espera que el crecimiento de la economía china en 1% impulsara la confianza empresarial en 6,5 puntos. (Fuente: Periódico El comercio. 2018)

⁶ <http://www.bancomundial.org/es/country/peru>

INVERSION PUBLICA, La inversión pública sería el mayor conductor del crecimiento para la economía este año, según Intéligo. Las facultades especiales otorgadas al gobierno para ejecutar las obras de reconstrucción en el norte y los Juegos Panamericanos impulsarán la inversión pública; pues las autoridades encargadas en ambos proyectos tienen mecanismos para asegurar una ejecución de US\$8.000 y US\$700 millones, respectivamente.⁷

De otro lado, Intéligo espera que las medidas tomadas por el gobierno para desbloquear proyectos claves para la economía peruana, como la Línea 2 del Metro de Lima y la expansión del aeropuerto Jorge Chávez, los cuales avanzarían a mayor ritmo en el 2019.

Cabe destacar el impacto que tendrá la inversión pública en la inversión privada, ya que cuando la primera aumenta 1%, la segunda crece 0,61% al final del año.

"En este sentido, el desarrollo de los grandes proyectos de infraestructura mencionados anteriormente, así como la recuperación de la inversión minera, llevarán a la inversión privada a consolidar su recuperación", acota el informe.

⁷ El Comercio. 2018.

1.1.3. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN E INMOBILIARIO DEL PERU

El Sector Construcción, En el Grafico 1.2 se observa el registro del decrecimiento de 1.26%, que se constata en la reducción del avance físico de obras en 30.22% y del consumo interno de cemento en 0.98%. El empleo en el Sector Construcción en noviembre del 2015 presento un crecimiento del 6.3%. Así mismo el precio del barril de petróleo para noviembre de 2015 fue de \$ 42.65 y el tipo de cambio bancario para noviembre de 2015 fue de 3.338. El Despacho Nacional de Cemento en Noviembre del año 2015 presenta un decrecimiento del 4.84%, El resultado alcanzado por la actividad económica del país obedece al dinamismo mostrado por la demanda interna y la recuperación de la demanda externa de algunos productos primario.⁸

⁸ PBI. Sector Construcción

PBI SECTOR CONSTRUCCION

Actualizado con información disponible hasta el 31 de diciembre de 2015	2015							ACUMULADO 2015
	Junio	3er Trimestre			4to Trimestre			
		Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre		
PBI Nacional ^{(1)*}	3.87% ↑	3.26% ↑	2.57% ↑	2.95% ↑	3.01% ↑	ND	2.62%	
Índice de Precios al Consumidor en Lima Met. ⁽²⁾	0.33% ↑	0.45% ↑	0.38% ↑	0.03% ↑	0.14% ↑	0.39% ↑	3.72%	
Empleo: Nacional (PEA Ocupada) ⁽³⁾	0.41% ↑	1.09% ↑	-1.81% ↓	1.20% ↑	1.79% ↑	2.15% ↑	0.54%	
Precio del barril de Petróleo ⁽⁴⁾	59.805	51.200 ↑	42.863 ↑	45.481 ↑	46.217 ↑	42.652 ↑	49.799 ^{5/}	
Tipo de Cambio Bancario (soles a dólares)	3.162 ↑	3.182 ↑	3.239 ↑	3.219 ↑	3.250 ↑	3.338 ↑	3.167 ^{5/}	
PBI de Construcción ⁽¹⁾	-3.15% ↓	-6.69% ↓	-8.12% ↓	-4.87% ↓	-1.26% ↓	ND	-6.96%	
IPMC: Precios de Materiales de Construcción ⁽²⁾	-0.31% ↓	-0.18% ↓	0.11% ↑	0.62% ↑	0.14% ↑	0.23% ↑	2.90%	
Empleo: Sector Construcción (PEA Ocupada) ⁽³⁾	2.15% ↑	1.00% ↑	-4.50% ↓	7.40% ↑	1.00% ↑	6.30% ↑	2.20%	
Despacho Nacional de Cemento - ASOCEM ⁽¹⁾	-2.96% ↓	-5.19% ↓	-3.80% ↓	-1.97% ↓	-0.54% ↓	-4.84% ↓	-3.20%	
Producción de Ladrillos ⁽¹⁾	-25.50% ↓	-10.80% ↓	-19.90% ↓	-55.40% ↓	-5.70% ↓	-18.60% ↓	-16.10%	
Créditos hipotecarios privados para vivienda ^{(1) S/.}	-12.20% ↓	-5.50% ↓	7.40% ↑	-9.40% ↓	-2.70% ↓	7.20% ↑	-0.30%	

Fuente: INEI, BCRP, ASOCEM, PRODUCE, SBS, MVCS Subió ↑ Bajó ↓ Igual =

Elaboración: MVCS - OGEI - Oficina de Estudios Estadísticos y Económicos

Actualización: 31/12/2015

Estimado BCRP

Estimado por OGEI

ND No disponible

(1) Variación porcentual (%) respecto a igual mes del año anterior

(2) Variación % en comparación del mes anterior

(3) Se refiere al trimestre móvil que se publica en el mes indicado

(4) Petróleo West Texas Intermediate, US\$/bl. Precio promedio del mes

(5) Es promedio del año

*Nota: El dato oficial es publicado por el INEI con 1 mes y medio de retraso.

Grafico 1.2

Inmobiliario, De acuerdo al informe del 2016 del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), los tres problemas en las viviendas en el Perú son: El primero, el acceso a viviendas propias era limitado; el segundo, las construcciones informales de viviendas en zonas donde no se deberían realizar eran cada vez mayores y el tercero, la planificación urbana.

Lima continúa concentrando el 80% de la oferta inmobiliaria. Arequipa y Piura son las ciudades que presentan la mayor atracción. Mientras que Trujillo se ve como una buena oportunidad para realizar futuros proyectos inmobiliarios.

A pesar de que, desde el 2011 al 2015, se habrían efectuado trabajos para promover la adquisición de viviendas (como los Bonos Familiares Habitacionales, los créditos MiVivienda y Techo Propio) el déficit de viviendas aún continúa.

Sin embargo, aunque las cifras de este sector eran muy desalentadoras, la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco), a mediados del 2016, comunicó que el sector inmobiliario crecería entre 4% y 5%, al cierre de ese año. Este crecimiento se sostenía en las ventas de entre 34 mil y 37 mil viviendas en todo el país.

Las proyecciones del sector para el 2017 son positivas. Capeco estima que el crecimiento inmobiliario al cierre del presente año sería de 2.8%. Entre los factores que permitirán el dinamismo del sector inmobiliario están el déficit en viviendas, el cual constituye una oportunidad para seguir construyendo y las facilidades que están dando los bancos para adquirir créditos hipotecarios.

Otro aspecto que beneficiaría al sector es el plan de inclusión social para la adquisición de viviendas, el MVCS publicaría en este mes el Plan Nacional de Viviendas, con el objetivo de alcanzar 100,000 viviendas construidas por año. Se indicó que, además de construir viviendas, lo que se busca es ayudar a los niveles socioeconómicos C y D en la adquisición de estos productos.

Otro elemento para el crecimiento del sector inmobiliario es la reconstrucción de las zonas afectadas por El Niño costero. La meta para el Estado es reconstruir 45,613 viviendas, iniciando las labores en el mes de octubre y esperando que para el cierre del 2017 se tenga alrededor de 4,500 viviendas construidas.

La situación de las viviendas en el país, a pesar de presentar una escasez en los sectores socioeconómicos bajos, se prevé que tenga una recuperación para el presente año. (14 de Agosto 2017, Javier Zuñiga, La situación del sector inmobiliario en el Perú).

Es por ello que el acontecimiento más importante del 2016 en materia inmobiliaria será el anuncio de un Plan Nacional de Vivienda y Desarrollo Urbano de largo plazo, que deberá integrar al gobierno central con los gobiernos locales.⁹

Este plan debe viabilizar todos los elementos hoy carentes con adecuada planificación y ordenamiento, conjugando la inversión pública y privada en aras de solución al equipamiento urbano que requieren nuestras ciudades: infraestructura vial y de transporte, salud, educación, cultura y recreación, todo ello alineado con una ampliación de las redes de servicios públicos.⁹

⁹ <http://semanaeconomica.com/articulos/sectores-y-empresas/inmobiliario>

Un elemento clave será la revisión de los programas de subsidios, que no solo deben impactar en ahorros para el comprador final, también deben hacer más atractiva la actividad inmobiliaria para los desarrolladores. Asimismo, deben activarse concursos para la ejecución de megaproyectos o nuevas ciudades agroindustriales o mineras (olmos por ejemplo), que tendrían un impacto muy relevante en el crecimiento del PBI de las regiones.¹⁰

El próximo año es también un año crítico para la modernización de la banca en términos del lanzamiento de nuevos e innovadores productos crediticios dirigidos a las personas, pues no hay desarrollo inmobiliario sostenible sin soluciones de crédito para el comprador final, sea de vivienda, oficinas o locales comerciales.¹⁰

Y por último, en el 2016 se podrían sentar las bases para nuevos vehículos de inversión que permitan una profundización del mercado inmobiliario en su más amplia definición (residencial, industrial, hotelera y comercial), a través de una legislación de estándar internacional que haga viable el desarrollo de las Fibras (Fondo de Inversiones en Bienes Raíces), similares a los RETs (por sus siglas en inglés), que en mercado como México tienen una capitalización bursátil de US\$ 20.000 millones.¹⁰

¹⁰ Cámara de Agentes Inmobiliarios Registrados del Perú-www.cairp-peru.org

Según el director ejecutivo de la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco), Guido Valdivia, señaló hoy que el PBI del sector construcción se recuperará este año luego de dos años de caída, aunque no descartó que el ruido político pueda afectar a futuro.

Según las estadísticas del Banco Central de Reserva (BCR), el sector construcción en el 2015 retrocedió 5,81 % y en el 2016 3,14%.

Según Guido Valdivia “Los cinco primeros meses de este año fueron muy malos y a partir de junio se inició un proceso de crecimiento, en octubre ya está en una expansión de casi 15%, lo que nos lleva a pensar que a fin de año vamos a tener un resultado positivo, pero no de la magnitud que esperábamos”.

El BCR en su último reporte de inflación de este mes elevó la proyección de crecimiento del sector construcción para este año de 0,9%, según el reporte de setiembre último, a 3,5 %.

Asimismo, Valdivia indicó que el sector construcción continuará con su expansión en el 2018 sobre la base del crecimiento de la inversión y la obra pública, y la recuperación del mercado de vivienda.

“Son dos factores que han ayudado este año y es probable que estas dos tendencias puedan consolidarse el próximo año en ausencia de ruido político”, afirmó a Andina.

Cabe señalar que el BCR proyecta una expansión del sector construcción para el 2018 de 8,9 % y para el 2019 de 9,5 %. (Fuente: Periódico El Comercio.2017).

1.2. MICRO ENTORNO DE LA REGION JUNIN

1.2.1. DATOS GENERALES DE LA REGION JUNIN

Junín es un departamento del Perú ubicado en la parte central sur del país. Abarca territorios de la vertiente oriental de la Cordillera de los Andes en diversas altitudes, incluyendo valles y punas de la sierra y la zona cubierta por la Amazonia. Limita con los departamentos de Pasco, Ucayali, Cuzco, Ayacucho, Huancavelica y Lima. (Fuente: <https://patrimonioculturaljunin.jimdo.com/región-junin>)

DEPARTAMENTO DE JUNIN



Gráfico 1.4

La región de Junín está constituida políticamente por 9 provincias y 123 distritos; y tiene una extensión de 44 197,23 km² que representa 3,4% de la superficie total del país. La provincia de Satipo es la más extensa de la región, le siguen Chanchamayo, Jauja y Yauli, respectivamente. En conjunto, las dos primeras constituyen aproximadamente el 70,9% de la superficie regional. La provincia de Huancayo representa el 8,1% de la región de Junín. (Fuente: <https://patrimonioculturaljunin.jimdo.com/región-junin>)

1.2.2. VIAS DE ACCESO HACIA LA REGION JUNIN

Terrestre: Lima – Ticio – Huancayo - Junín: 490km por la carretera central (6 horas 30 minutos, en auto) y (8 horas 30 minutos, en bus).

DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LA REGION JUNIN A NIVEL DE PROVINCIAS

Provincia	Superficie (Km ²)	Participación porcentual
Satipo	19 219	43,5
Chanchamayo	4 723	10,7
Jauja	3 749	8,5
Yauli	3 617	8,2
Huancayo	3 558	8,1
Concepción	3 068	6,9
Tarma	2 749	6,2
Junín	2 360	5,3
Chupaca	1 153	2,6
Total region Junin	44 197	100

Fuente: Anuario Estadístico Perú en Números 2008 – Instituto Cuánto S. A

Cuadro 1.3

1.2.3. CRECIMIENTO DE JUNIN RESPECTO DE LAS DEMAS REGIONES

El ICAE – Junín creció 6.6% en el tercer trimestre del 2015 y acumula 8 trimestres de crecimiento por encima del promedio nacional. Ello respondería, principalmente, al dinamismo de la minería y a la fuerte aceleración del sector agrícola, pese a la caída en la producción manufacturera y la actividad comercial.¹¹

En el primer trimestre del 2015, el ICAE-Junín creció 6.6% y se ubica como la quinta región de mayor crecimiento. Dicho resultado responde a una expansión de la actividad minera (39.5%) por mayor producción de cobre (103.2%) de la

¹¹ <http://www.ipe.org.pe/icae/documentos/indice-de-competitividad-regional-incore-2015>

mina Torochomocho. Adicionalmente, el sector agrícola también registro un alto crecimiento (21.1%), el mayor en lo que va del año, debido al incremento en la producción de papa (35.9%), piña (16.4%), cacao (22.9%) y café (165.5%).¹¹

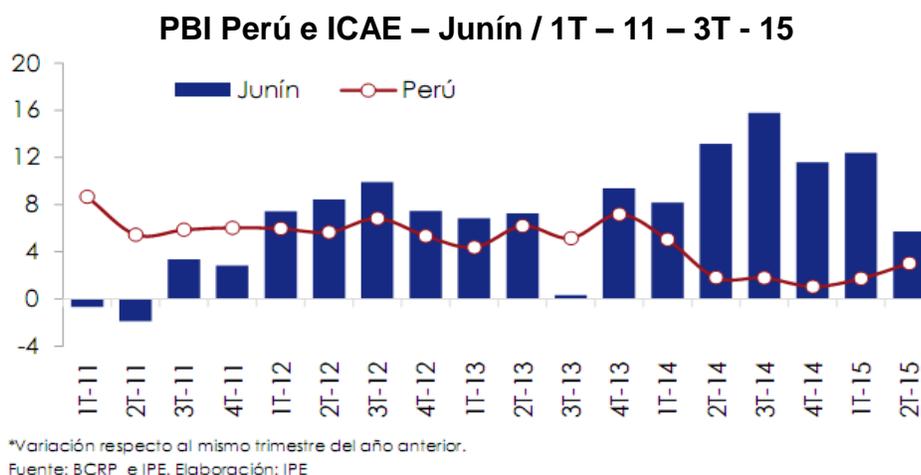


Gráfico 1.6

ICAIE, INDICE DE COMPETITIVIDAD REGIONAL - JUNIN

Índice de Competitividad Regional	2015		2014		2013	
	Puesto (de 24)	Puntaje (de 0 a 10)	Puesto (de 24)	Puntaje (de 0 a 10)	Puesto (de 24)	Puntaje (de 0 a 10)
Índice Total	13	4.3	10	4.7	13	4.3
Entorno Económico	14	2.5	17	1.8	15	1.9
Infraestructura	12	5.5	12	5.3	12	5.1
Salud	18	3.9	15	4.7	18	4.3
Educación	9	5.2	7	5.5	13	4.9
Laboral	10	4.8	11	4.7	10	4.4
Instituciones	23	4.1	4	6.1	11	5.5

Fuente: www.ipe.org.pe/icae

Cuadro 1.4

1.3. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

- De acuerdo al entorno político el día de hoy se muestra más estable que en años pasados, pero aun así con temas políticos internos se muestra inestable, tal es el caso de la vacancia presidencial y los diversos cambios de gabinetes en los últimos años en nuestro país por lo que es aconsejable planear la inversión inmobiliaria que se hará teniendo en cuenta este periodo de "ruido político", que aún sigue representando una debilidad del sistema.
- Por lo señalado en el párrafo anterior, las inversiones de capital extranjero están retraídas y podría estabilizarse recién en el segundo semestre de este año.
- Así mismo cabe señalar el incremento del dólar lo cual también genera mucha inestabilidad al momento de realizar la financiación para una vivienda.
- De igual manera los costos de los materiales de construcción han sufrido una bajada debido a que el sector construcción no se está moviendo como en años anteriores retrayéndose generando desempleo y el quiebre de alguna empresas pequeñas que no están logrando subsistir.
- Se muestra un crecimiento en EE.UU., un estancamiento en la Eurozona y Japón y deterioro de las economías emergentes con crecientes vulnerabilidades y desequilibrios macro-financieros.

- Con la reducción de crecimiento económico de los socios comerciales del Perú, se pone en riesgo el precio de las materias primas que Perú exporta lo cual afecta el crecimiento y los balances macroeconómicos y una posible burbuja bursátil en la bolsa estadounidense.
- El crecimiento del PBI esta vulnerable a: La reconstrucción por el fenómeno del Niño y la ocurrencia de un fenómeno de la Niña, demoras en la ejecución de programas de inversión pública, privada y la incertidumbre de un manejo político con respecto a la corrupción y los casos de Odebrecht que afectan a toda la Región.
- El sector inmobiliario sigue siendo promisorio, se espera que se recupere en la segunda mitad del 2016.
- Respecto a la ciudad de Junín, se registra según ICAE el crecimiento positivo que ha tenido la región Junín respecto de las demás ciudades, en el sector minería, lo cual genera ingresos económicos hacia la región.
- En cuanto al desembolso de créditos Mivivienda, la región Junín no es la más favorable. Sin embargo cabe aclarar que el porcentaje de construcción en sitio es el mayor que adquirir una nueva vivienda.

CAPITULO 2 – EL ENTORNO

El proyecto se encontrara ubicado en el distrito de San Agustín de Cajas, de la provincia de Huancayo, del departamento de Junín, tal como se observa en el Gráfico 2.0.



Gráfico 2.0

2.1. DESCRIPCION DEL ENTORNO

La ciudad de Huancayo se ubica en la parte central del Perú, en plena cordillera de los Andes. La cordillera muestra, en esta parte, tres sistemas bien

diferenciados, una cordillera occidental, otra central y una oriental. La ciudad se ubica en medio de un valle entre las cordilleras occidental y central. El río Mantaro, que nace en el Lago Junín y recorre varios cientos de kilómetros hasta el Departamento de Huancavelica, ha formado el Valle del Mantaro, que se extiende desde el norte de la ciudad de Jauja hasta el distrito de Pucará con un largo aproximado de setenta kilómetros. Este valle es considerado el más ancho del Perú y es uno de los de mayor producción agrícola del país. (Fuente: huancayomiriammac.blogspot.com/2017/06/ubicacion-geografica.html)

FOTO PANORAMICA DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE HUANCAYO



Fuente: Diario El Correo de Huancayo 2013

Gráfico 2.1

Huancayo es la capital de la de la Región Junín en el Perú. Entre los distritos principales que conforman propiamente la ciudad de Huancayo son: **Huancayo, El Tambo, Chilca** y Pilcomayo. Y entre los distritos secundarios

tenemos a: San Agustín de Cajas, Concepción, San Jerónimo y Jauja. Cabe indicar que los tres primeros distritos son los que poseen un mayor poder económico adquisitivo a diferencia de los otros distritos.

En el Gráfico 2.2, se muestra el mapa de la ciudad de Huancayo con los distritos que la conforman, dentro de las cuales como podemos ver figura resaltado en color rojo el distrito de San Agustín de Cajas, que es donde se realizara el proyecto.

MAPA DE LA PROVINCIA DE HUANCAYO Y DISTRITOS



Fuente: Diario El Correo de Huancayo 2013

Gráfico 2.2

Como se muestra en el Gráfico 2.3, la extensión territorial de la ciudad de Huancayo representa el 9% a nivel provincial. El distrito de Huancayo constituye el distrito más extenso con un área de 237,55 km², representando el 74,4% a nivel de la ciudad.

SUPERFICIE DE LA CIUDAD DE HUANCAYO POR PORCENTAJES



Fuente: Anuario Estadístico Perú en Números 2008 - Instituto Cuánto S.A.

Grafico 2.3

2.2. ACCESIBILIDAD

El proyecto cuenta con un acceso principal desde la carretera central, la cual conecta con los distritos principales de la ciudad de Huancayo. Así mismo esta vía principal conecta con el Aeropuerto de la ciudad de Jauja y que a su vez se conecta con la ciudad de Lima.

Se puede acceder también hacia el terreno a través de una vía secundaria, la cual está conectada con la carretera central y la cual está proyectada a

convertirse en una avenida principal con acceso directo hacia el terminal terrestre de autobuses, tal como se muestra en los Gráficos 2.4 y 2.5.

FUTURA VIA QUE CONECTARA LA CARRETERA CENTRAL CON EL TERMINAL TERRESTRE



Fuente: Diario El Correo de Huancayo – 2014.

Grafico 2.4

La vía expresa de Quebrada Honda será desarrollada colindante al proyecto. Este proyecto generará una vía de carácter interdistrital, tal como se observa en el Gráfico 2.5. El proyecto es conocido como "Construcción y Mejoramiento de la vía expresa de la ciudad de Huancayo", la distancia comprende 12.4 kilómetros y su construcción abarca cinco distritos, San Agustín de Cajas, El Tambo, Huancayo, Chilca y Huancán.

FUTURA VIA EXPRESA



Fuente: Diario El Correo de Huancayo – 2014

Gráfico 2.5

2.3. TRANSPORTE PÚBLICO Y PARTICULAR

En el Cuadro 2.0, se muestra el porcentaje del transporte que se tiene en la ciudad de Huancayo; de lo cual se puede deducir que las personas poseen y se movilizan más a través de movilidad privada.

PARQUE AUTOMOTOR DE LA CIUDAD DE HUANCAYO

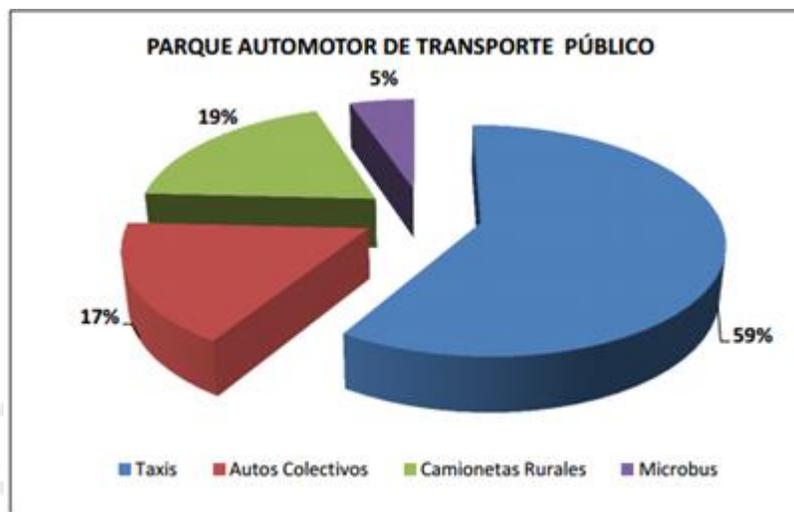
<i>Transporte</i>	<i>Vehiculos</i>	<i>%</i>
<i>Transp. Privado</i>	44701	93%
<i>Taxis</i>	5666	10%
<i>Transp. Público</i>	3967	7%
<i>Total</i>	54334	100%

Fuente: MPH-GTT

Elaboración: Equipo Técnico Consorcio Ramirez - Daza

Cuadro 2.0

En el Gráfico 2.6, se muestra el desgredado del porcentaje del transporte público que se tiene, de lo cual tenemos que el mayor porcentaje lo cubren los taxis y en segundo lugar los autos colectivos.



Fuente: Informe Final MPH – GTT / 2012

Gráfico 2.6

De lo indicado en los anteriores párrafos, se concluye que el medio de transporte principal en la ciudad de Huancayo y distritos es a través de movilidad privada y taxis; permitiendo que las personas de la ciudad principal y distritos se movilicen de manera rápida y constante. El uso de movilidad es desde las 6.00am hasta las 11.00pm de la noche de lunes a domingo.

2.4. SERVICIOS Y EQUIPAMIENTO

La región Junín está equipada con todos los servicios y equipamiento principales que impulsan el desarrollo de la región Junín y por ende el desarrollo

de la ciudad de Huancayo y distritos; siendo así Huancayo una de las principales ciudades de mayor crecimiento ya que se generan proyectos de desarrollo de retail, inmobiliario, construcción y minería, lo cual genera un movimiento económico fuerte, permitiendo así que se generen inversiones y desarrollo de proyectos de infraestructura.

El entorno donde se desarrollara el proyecto las edificaciones son de 2 a 4 pisos; así mismo existe un desarrollo de comercio e industria que se ubica en la avenida principal.

Administración pública, que ayudan al funcionamiento de los diversos órganos del estado.

Seguridad Pública y Protección, tanto la ciudad como los distritos cuentan con el equipamiento adecuado.

Salud, cuenta con hospitales, clínicas y centros de salud; en los cuales las personas pueden atenderse de manera inmediata. Solo en casos extremos las personas necesitan trasladarse a Lima para un mejor diagnóstico y tratamiento, debido a que no cuentan con el adecuado equipamiento.

Educación, la ciudad está equipada con universidades estatales como particulares y algunos institutos de educación superior. Así mismo cuenta con colegios con prestigio que cubran la necesidad de la ciudad.

Cultura, actualmente la ciudad no cuenta con una institución propia de reunión y de comunicación en la ciudad. Las reuniones de cultura que se dan, son en locales acondicionados para tales eventos y algunos se desarrollan a campo abierto.

Deporte y Ocio, la ciudad cuenta con amplias áreas verdes, parques urbanos que permiten la recreación de las personas.

Circulación y transporte, no existen adecuadas vías urbanas, se tiene problemas de contaminación sonora, de aire; por lo que no se tiene un ordenamiento de transporte en la ciudad.

Abastecimiento de agua y saneamiento, cuenta con la infraestructura en la ciudad, sin embargo cabe indicar que en las afueras de la ciudad aún falta implementar y desarrollar los servicios de alcantarillado, servicio de agua y desagüe e iluminación.

2.5. NIVEL SOCIO ECONOMICO

En los Cuadros 2.1 y 2.2; se muestra el porcentaje de cada nivel socioeconómico que existe en la ciudad de Huancayo, lo cual nos servirá para determinar a qué sector nos enfocaremos.

DISTRIBUCION DE HOGARES SEGÚN NSE 2015-DEPARTAMENTO (URBANO)

DEPARTAMENTO	HOGARES - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)						
	TOTAL	AB	C	D	E	MUESTRA	ERROR (%)*
Amazonas	100%	5.0	22.1	23.4	49.5	402	4.9
Ancash	100%	14.3	34.1	31.2	20.4	593	4.0
Apurímac	100%	8.2	17.2	28.7	45.9	244	6.3
Arequipa	100%	20.0	33.4	33.0	13.7	995	3.1
Ayacucho	100%	6.6	19.8	26.8	46.8	470	4.5
Cajamarca	100%	9.0	24.3	34.7	32.0	334	5.4
Cusco	100%	16.8	17.7	31.5	34.1	464	4.5
Huancavelica	100%	3.9	13.0	30.0	53.1	207	6.8
Huanuco	100%	11.1	26.4	37.4	25.2	425	4.8
Ica	100%	14.0	36.0	36.6	13.4	1,081	3.0
Junin	100%	11.8	28.4	31.9	27.9	764	3.5
La Libertad	100%	9.8	25.7	31.6	32.9	828	3.4

Fuente: www.apeim.com.pe/APEIM-NSE-2015

Cuadro 2.1

DISTRIBUCION DE PERSONAS SEGÚN NSE 2015-DEPARTAMENTO (URBANO)

DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)				
	TOTAL	AB	C	D	E
Amazonas	100%	6.1	20.1	23.5	50.3
Ancash	100%	14.9	34.8	31.0	19.2
Apurímac	100%	9.7	17.8	26.4	46.1
Arequipa	100%	20.9	35.3	32.6	11.1
Ayacucho	100%	6.7	19.7	25.7	47.9
Cajamarca	100%	10.0	24.5	37.2	28.3
Cusco	100%	17.1	18.9	32.5	31.6
Huancavelica	100%	3.9	11.4	30.4	54.3
Huanuco	100%	11.9	27.0	36.4	24.8
Ica	100%	14.8	38.7	35.3	11.3
Junin	100%	11.9	28.8	32.1	27.2
La Libertad	100%	10.2	26.1	31.3	32.3

Fuente: www.apeim.com.pe/APEIM-NSE-2015

Cuadro 2.2

2.6. PRODUCTO MIVIVIENDA

Al 31 de enero del 2016, el saldo contable de la cartera de Crédito Mivivienda ascendió a S/. 5,918 millones, incrementándose 0,7% con respecto a diciembre y 10,7% con relación a enero de 2015. De otro lado, en diciembre, la tasa de morosidad del Crédito Mivivienda otorgado por las IFI a las subprestarios, continuó mostrando su tendencia ascendente, situándose en 2,58%, la cual es 0,15% mayor al observado en diciembre 2015. Es importante señalar que dicha tasa de morosidad no incluye la cartera de la Caja Metropolitana, debido a que no entregó oportunamente la información requerida por el SBS.¹²

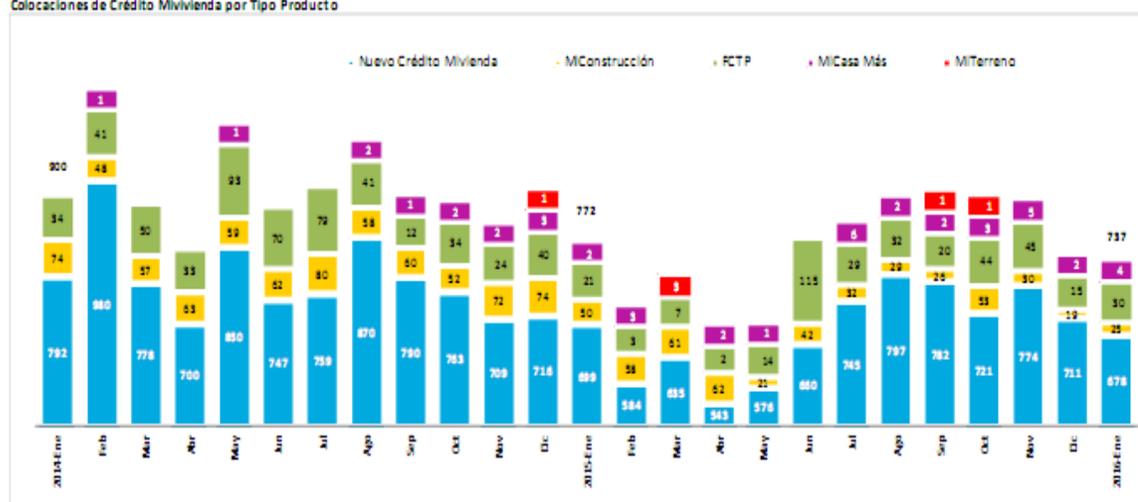
¹² Fondo Mivivienda - Boletín Estadístico Enero 2016. pág. 5

Analizando el comportamiento por productos, las colocaciones bajo la modalidad de Nuevo Crédito Mivivienda – principal producto del FMV con más de 90% de participación – fueron 678, reduciéndose en 33 con respecto al observado en diciembre y 21 con relación a enero de 2015; MiConstrucción 25 créditos, aumentado en 6 con respecto diciembre, aunque solo representa la mitad de la cantidad otorgada en enero de 2015; Financiamiento Complementario Techo Propio 30 créditos, incrementándose en 15 con respecto al mes anterior y 9 en relación con el observado en enero de 2015; MiCasa Más 4 créditos; y MiTerreno no se otorgó ninguno por tener mes consecutivo. En términos monetarios el monto desembolsado de Nuevo Crédito MiVivienda ascendió a S/. 78,7 millones, MiConstrucción S/. 1,1 millones, Financiamiento Complementario Techo Propio S/. 634 mil y MiCasa Más S/. 717 mil.¹²

COLOCACIONES DE CREDITO MIVIVIENDA POR TIPO DE PRODUCTO

Productos	2014	2015												2016	Variación (Unid.)		
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic		Total	Ene	2015-2014
Nuevo Crédito Mivivienda	9 454	899	584	635	543	578	660	745	797	782	721	774	711	8 227	678	+1 227	+21
MConstrucción	789	50	58	61	62	21	42	32	29	26	53	30	19	483	25	+276	+25
Financiamiento Complementario TP	551	21	3	7	2	14	115	29	32	20	44	45	15	347	30	+204	9
MCasa Más	12	2	3		2	1		6	2	2	3	5	2	28	4	18	2
MTerreno	1			3						1	1			5		4	0
Total	10 777	772	648	706	609	612	817	812	860	831	822	854	747	9 090	737	+1 687	+35

Colocaciones de Crédito Mivivienda por Tipo Producto

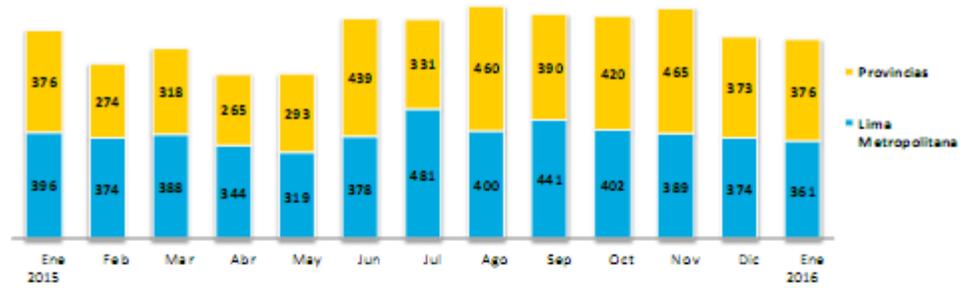


Fuente: FMV

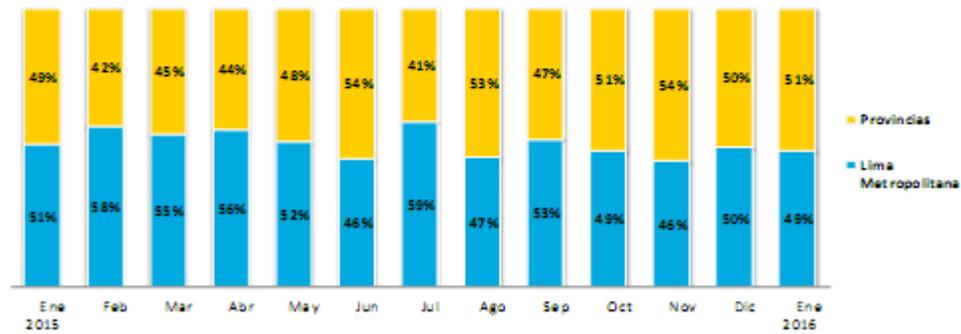
Gráfico 2.7



COLOCACIONES DE CREDITO MIVIVIENDA SEGÚN LIMA METROPOLITANA Y PROVINCIAS (Número de Créditos Mi Vivienda según Lima Metropolitana y Provincias)



Número de Créditos Mivivienda según Lima Metropolitana y Provincias (Part. %)

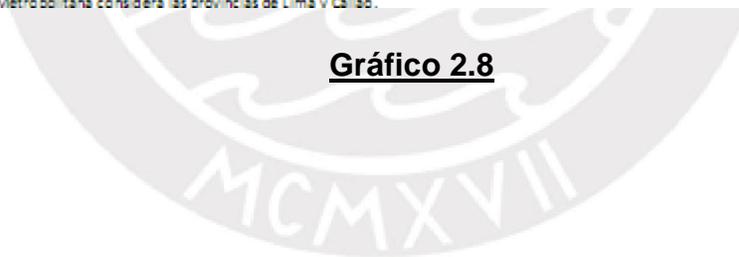


Fuente: FMV

NOTA:

1/ Lima Metropolitana considera las provincias de Lima y Callao.

Gráfico 2.8



COLOCACIONES DE CREDITO MIVIVIENDA POR DEPARTAMENTO Y SEGÚN TIPO DE PRODUCTO

Departamento	Producto	Anual				
		2012	2013	2014	2015	2016 ^{b/}
Número de créditos desembolsados						
TOTAL		11 309	13 164	10 777	9 090	737
AMAZONAS	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	22	43	18	17	19
	Cred. Complementario TP	111	53	53	14	
ANCASH	MICONSTRUCCION		5	2		
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA		114	102	136	
APURIMAC	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	31	22	9	8	
	MITERRENO				2	
	Cred. Complementario TP	169	2			
AREQUIPA	MICASA MAS			1	7	2
	MICONSTRUCCION	145	336	236	121	1
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	491	387	286	321	30
AYACUCHO	MICONSTRUCCION	8		1		
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	22	1	1	19	5
CAJAMARCA	MICONSTRUCCION		13	10	1	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	88	58	59	29	
	Cred. Complementario TP	1				
CALLAO	MICASA MAS				1	
	MICONSTRUCCION		10	42	27	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	713	701	403	215	26
CUSCO	MICONSTRUCCION	1	7	10	6	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	108	66	42	26	1
HUANCAVELICA	Nuevo Crédito MIVIVIENDA				1	
HUANUCO	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	5	32	9	11	
	Cred. Complementario TP	469	389	114	73	7
ICA	MICONSTRUCCION		3	4	2	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	481	628	760	759	52
JUNIN	MICONSTRUCCION			1	1	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	112	139	115	185	22
	Cred. Complementario TP	158	172	79	20	1
LALIBERTAD	MICASA MAS			3	2	
	MICONSTRUCCION		33	6	16	4
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	501	454	516	536	56
LAMBAYEQUE	MITERRENO			1		
	Cred. Complementario TP	3		1		
	MICONSTRUCCION		70	38	33	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	581	647	558	666	60
LIMA	MITERRENO				3	
	Cred. Complementario TP	3	14	247	35	18
	MICASA MAS			7	17	1
	MICONSTRUCCION		95	218	135	15
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	6 089	7 059	5 641	4 359	326
LORETO	MICONSTRUCCION				1	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	1		2	8	1
MADRE DE DIOS	Nuevo Crédito MIVIVIENDA				22	
MOQUEGUA	MICONSTRUCCION	4	9	41	18	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	46	44	39	10	
PASCO	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	1	1			29
	Cred. Complementario TP	18	54	26	23	4
PIURA	MICASA MAS			1	1	1
	MICONSTRUCCION	29	164	119	91	4
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	523	644	679	644	42
PUNO	Cred. Complementario TP	9				
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	66	193	145	137	
	Cred. Complementario TP	235	216	23		
SAN MARTIN	MICONSTRUCCION				1	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	61	58	30	23	3
TACNA	MICONSTRUCCION		1	15	13	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	3		17	34	6
TUMBES	MICONSTRUCCION	1	17	16	17	1
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA		1	1	1	
UCAYALI	Cred. Complementario TP		200	8	182	
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA		9	22	60	

Fuente: FMV
b/ Enero

Elaboración: Oficina de Planeamiento, Prospectiva y Desarrollo Organizativo - FMV

Cuadro 2.8

COLOCACIONES DE CREDITO MIVIVIENDA, POR INSTITUCION FINANCIERA Y POR AÑOS (Al 31 de enero de 2016)

Número de Créditos por Tipo de IFI																	
Tipo_IFI	2014	2015													2016	Variación (%)	
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total		Ene	2015-2014
Banco	7 734	515	476	462	399	424	461	443	480	499	486	510	485	5 640	480	-27	-7
Cajas Municipales	1 199	125	74	138	118	103	177	142	184	158	165	169	159	1 712	171	43	37
Cajas Rurales	493	2	3	1	7	5	5	4	13	1	-	-	-	41	2	-92	0
Resto de Entidades	1 351	130	95	105	85	80	174	223	183	173	171	175	103	1 697	84	26	-35
Cooperativas	646	48	68	75	55	62	123	66	67	55	74	64	18	775	9	20	-81
Edpyme	553	25	26	30	30	18	8	121	62	64	56	51	43	534	13	-3	-48
Financiera	117	57	1	-	-	-	43	36	54	54	41	60	42	388	62	232	9
Hpotecaria	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-
Otros	35	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-
Total	10 777	772	648	706	609	612	817	812	860	831	822	854	747	9 090	737	-16	-4,5

Monto de Créditos por Tipo de IFI (En miles de S/.)																	
Tipo_IFI	2014	2015													2016	Variación (%)	
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total		Ene	2015-2014
Banco	931 170	66 410	62 436	60 066	51 271	55 426	59 605	57 188	60 528	66 384	58 221	62 008	59 909	719 451	62 477	-23	-6
Cajas Municipales	94 342	11 751	6 472	11 595	9 687	8 777	13 083	12 081	13 792	11 604	12 590	13 870	11 443	136 747	12 672	45	8
Cajas Rurales	42 259	257	449	182	1 021	820	584	502	1 605	121	-	-	-	5 540	474	-87	-85
Resto de Entidades	114 635	9 646	7 964	11 010	8 015	6 573	9 071	16 666	13 100	11 785	9 875	10 177	6 644	120 527	5 550	5	-42
Cooperativas	45 718	3 383	4 835	7 150	4 387	4 814	5 778	4 536	5 412	4 264	3 595	3 118	896	52 168	1 292	14	-62
Edpyme	57 740	2 856	3 038	3 860	3 629	1 759	865	10 070	4 666	4 490	3 961	3 985	3 049	46 227	1 209	-20	-58
Financiera	5 785	3 407	92	-	-	-	2 428	2 060	3 022	3 031	2 319	3 073	2 700	22 132	3 049	283	-10
Hpotecaria	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	5 392	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1 182 406	88 064	77 322	82 852	69 994	71 597	82 343	86 437	89 026	89 894	80 686	86 054	77 997	982 266	81 172	-17	-7,8

Fuente: FMV

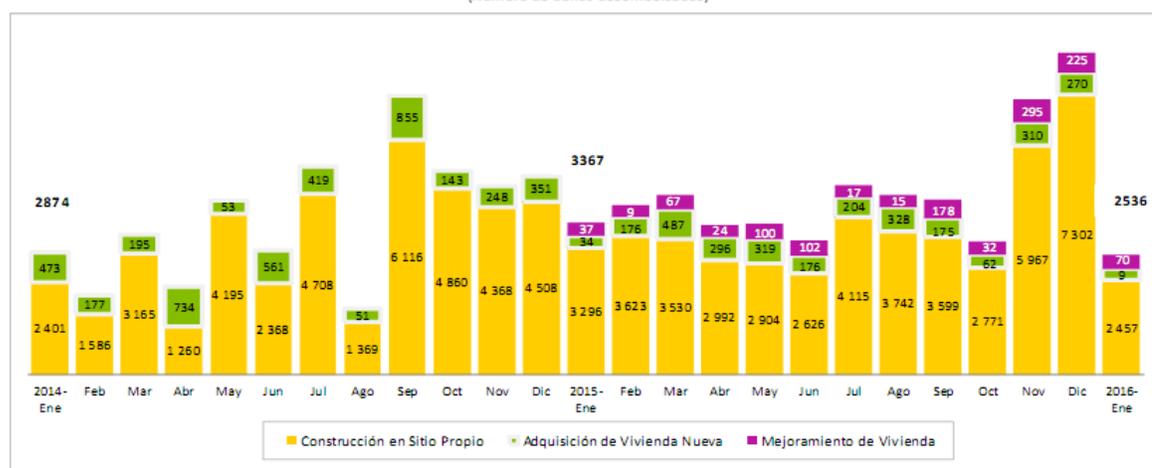
Nota:

Los créditos en dólares otorgados desde 1999 hasta 2009 fueron convertidos en soles con el tipo de cambio del cierre de enero de 2016 (S/. 3,470).

Cuadro 2.9

NUMERO DE BONOS HABITACIONALES POR MODALIDAD

(Número de bonos desembolsados)



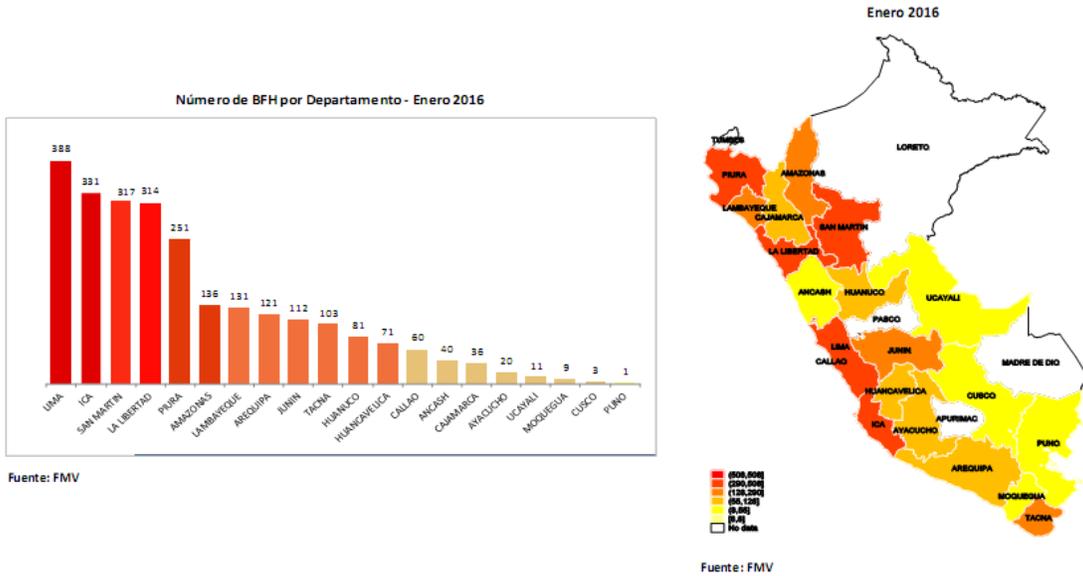
Fuente: FMV

25

Elaboración: Oficina de Planeamiento, Prospectiva y Desarrollo Organizativo - FMV

Gráfico 2.9

NUMERO DE BONOS FAMILIARES HABITACIONALES POR DEPARTAMENTO

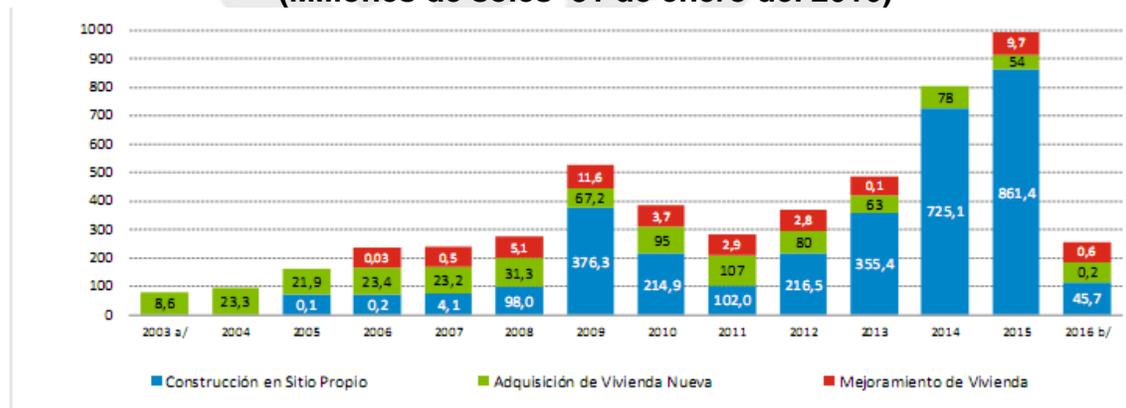


NOTA:
1/ Colores más intensos señalan mayor desembolso de BFH.

Elaboración: Oficina de Planeamiento, Prospectiva y Desarrollo Organizativo - FMV

Gráfico 2.10

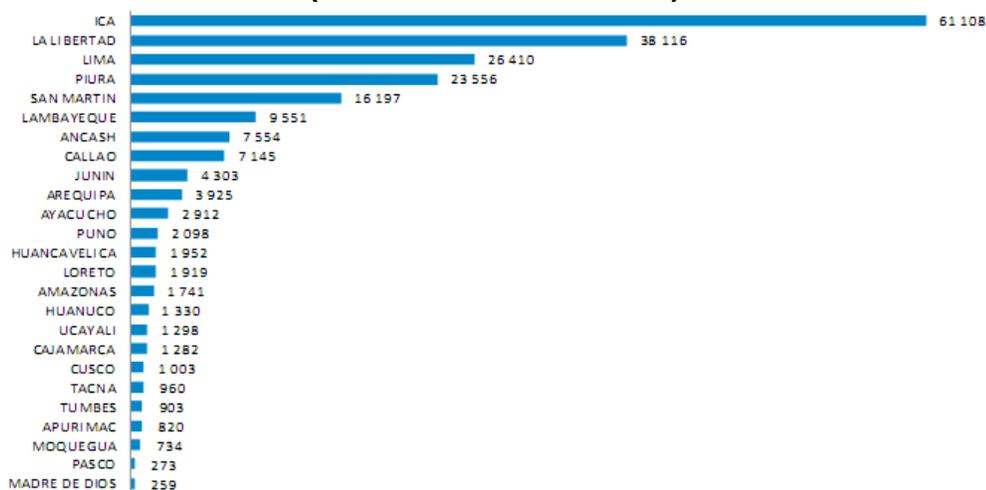
MONTO DESEMBOLSADO DE BFH POR DEPARTAMENTOS (Millones de soles 31 de enero del 2016)



NOTA:
a/ A partir de agosto de 2003.
b/ Enero.

Gráfico 2.11

NUMERO BFH DESEMBOLSADO POR DEPARTAMENTOS (Al 31 de enero del 2016)



Fuente: FMV

Gráfico 2.12

2.7. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

- El entorno inmediato donde se desarrollara el proyecto cuenta con Universidades (UNCP), vías de acceso (Carretera Central), áreas comerciales y está tan solo a 20 minutos del centro de Huancayo, esto beneficia al proyecto generando fortalezas para el desarrollo del proyecto.
- Se cuenta con inversión inmobiliaria en el entorno y grandes proyectos inmobiliarios a futuro que aumentarán el costo x m² y generarán mayor valor a la zona.

- El desarrollo inmobiliario y crecimiento de la ciudad se está dando para la margen izquierda (San Agustín de Cajas, El Tambo), ya que la margen derecha (Pilcomayo, Sicaya) cuentan con problemas de accesibilidad y las desarrolladoras inmobiliarias han saturado los accesos debido a su crecimiento desordenado, por ende la mejor opción para el crecimiento de proyectos inmobiliarios es la zona donde se desarrollará el proyecto.
- El proyecto se encuentra en el acceso a la ciudad de Huancayo por lo que los distritos más cercanos (San Jerónimo, Concepción, Jauja, Cochabambas, etc.) pueden ser futuros compradores, así como muchos de los pobladores del centro de Huancayo que busquen tener una vivienda en un lugar tranquilo y a la vez cerca de la ciudad podrían optar por la compra de un lote en nuestro proyecto.

CAPITULO 3 – MICRO ENTORNO - INVESTIGACION DE MERCADO

3.1. ESTUDIO DE LA OFERTA

Dentro del estudio de la oferta se encuentran varias desarrolladoras inmobiliarias que cuentan con productos similares a nivel de habilitaciones urbanas y condominios, pero ninguna inmobiliaria hasta el momento desarrolla un proyecto integral que cubra las necesidades del público consumidor. Dentro del mercado se observan productos de H.U., departamentos y condominios de viviendas unifamiliares pero que no cuentan con las visuales del diseño, las áreas verdes y recreativas, ni la accesibilidad que se cuenta dentro del proyecto.

3.2. AUTORIDADES MUNICIPALES Y SU INFLUENCIA

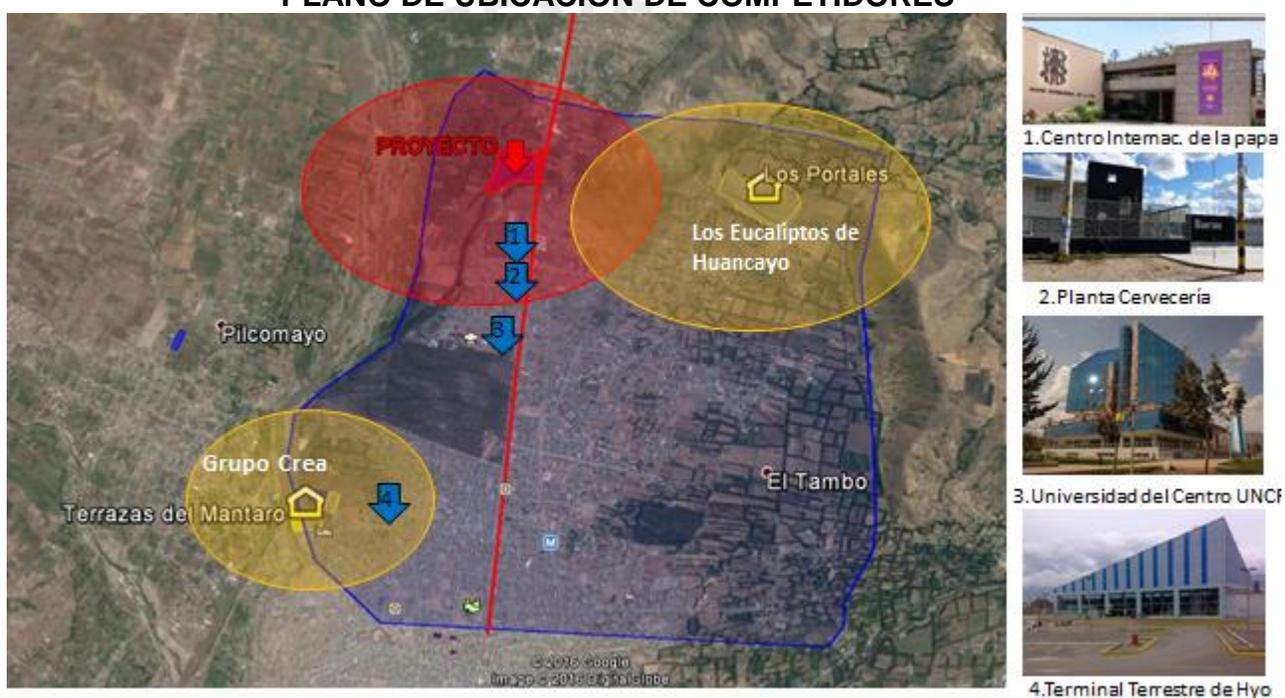
El proyecto se encuentra regido por la municipalidad de San Agustín de Cajas dentro del cual se ha venido realizando diversos cambios para mejorar la inversión dentro de los cuales podemos identificar al proyecto de la vía expresa de Quebrada Honda. La Vía Expresa será la solución para descongestionar el tráfico vehicular en la ciudad de Huancayo. Esta obra de gran envergadura fue declarada de necesidad pública por el Congreso de la República el año 2014. (Fuente: <https://diariocorreo.pe/ciudad/via-expresa-seria-la-solucion-al-transporte>)

3.3. LA COMPETENCIA

3.3.1. PROYECTOS DE LA COMPETENCIA

Como proyectos de la competencia tenemos a las indicadas en el Gráfico 3.0 y los cuales se describirán a continuación.

PLANO DE UBICACIÓN DE COMPETIDORES

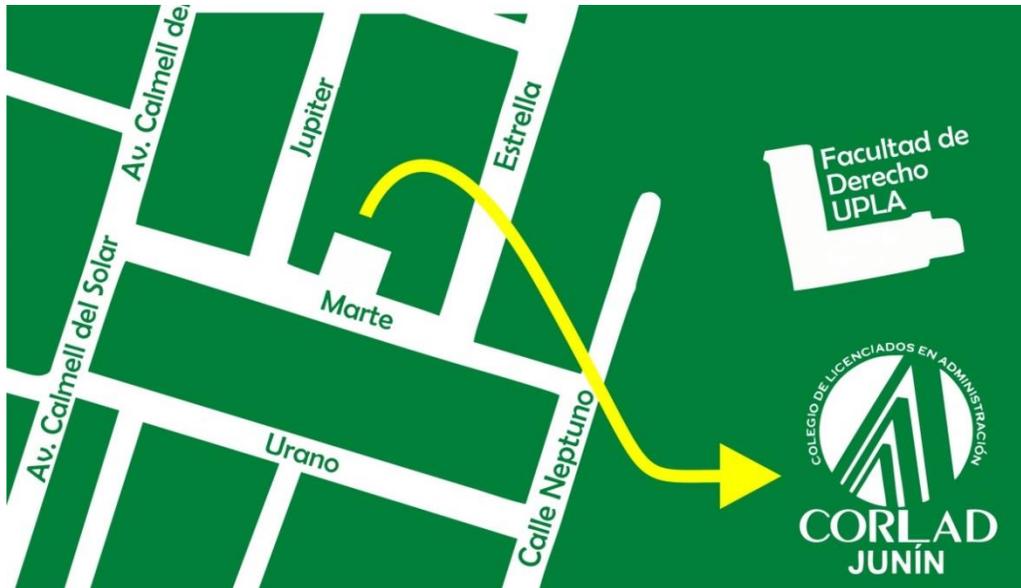


Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3.0

PORTALES: LOS EUCALIPTOS DE HUANCAYO, El proyecto está desarrollado por la empresa inmobiliaria Los Portales, quienes han hecho su ingreso al mercado inmobiliario de Huancayo con este proyecto, obteniendo una buena respuesta por parte de la población huancaína.

PLANO DE UBICACIÓN



Fuente: www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo.

Gráfico 3.1



CARACTERISTICAS GENERALES DEL PROYECTO		
EMPRESA PROMOTORA		LOS PORTALAES
	NOMBRE DEL PROYECTO	Los Eucaliptos de Huancayo
	UBICACIÓN DEL PROYECTO	Calle Marte, Distrito El Tambo, Huancayo
	UBICACIÓN DE OFICINA DE VENTAS	Av. Mariscal Castilla, El Tambo (a cuadras de la Universidad del Centro)
	CONTACTOS	2114466
	e-mail / Web	http://www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo
AREAS	AREA MINIMA (m ²)	90.00 m ²
	AREA MAXIMA (m ²)	160.00 m ²
PRECIOS	PRECIO MINIMO S/.	68,000
	PRECIO MAXIMO S/.	200,000
PRECIOS POR m²	PRECIO MINIMO POR S/. m ²	756 S/. x m ²
	PRECIO MAXIMO POR S/. m ²	1,250 S/. x m ²
GESTIÓN DE LAS VENTAS	Nro. LOTES	1,178
	Nro. LOTES VENDIDOS	692
	Nro. DPTOS EN OFERTA	486
	% VENTA DE LOTES	59%
	% BRECHA VELOCIDAD (A - B)	59%
	INGRESO MENSUAL MINIMO	S/.1,641
	INGRESO MENSUAL MAXIMO	S/.4,827
	SEGMENTO SOCIOECONOMICO EN HYO	C
VELOCIDAD DE VENTAS	% AVANCE DE OBRA	70%
	ACEPTACION PRODUCTO (-1,1,2,3)	3
	TIEMPO DE VENTA EN MESES	38 meses
	VENTAS MENSUALES (VTA / MES)	18
	INICIO DE LA PREVENTA	05/01/2013
	FECHA DE CORTE EVALUACIÓN	05/02/2016
	FECHA DE INICIO OBRAS	Enero - 2013
	FECHA DE ENTREGA	Febrero - 2016

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3.0

CARACTERISTICAS DEL PROYECTO RESPECTO DE LOS LOTES

EMPRESA PROMOTORA		LOS PORTALES
DE LOS LOTES	CALIDAD ZONA (A,B,B-,C)	C
	DISEÑO DE LOTES	De 6 x 15 / 6x20 / 8x20
	LOTES CON AGUA, LUZ, DESAGUE Y DUCTOS/BUZONES PARA REDES DE COMUNICACIÓN	SI
	SE PERMITE EL USO COMERCIAL (desarrollo comercial)	SI
	ESCUELA	NO
	PAVIMENTACION CON ASFALTO E=5CM	SI
	AREA RECREATIVAS Y DEPORTIVAS	SI
	UBICACIÓN CERCANA A VIAS MAYORES CON TRANSPORTE PUBLICO	NO
	AREAS PARA JARDINES DELANTE DE LOS LOTES Y EN PASAJES	SI
	PRECIO DE LOTE AJUSTADO AL PODER ADQ. TARGET Y CON FINANCIAMIENTO	SI
	TOPOGRAFIA ACCIDENTADA, RESUELTA PARA C. VOLAD. Y MOV, TIERRA / PENDIENTE MODERADA	SI
	AREAS COMUNES	SI

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3.1

PLANO DE LOTIZACION



Fuente: www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo

Gráfico 3.2

INGRESO HACIA LA URBANIZACION



Fuente: www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo

Gráfico 3.3

ALAMEDA



Fuente: www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo

Gráfico 3.4

JUEGOS INFANTILES



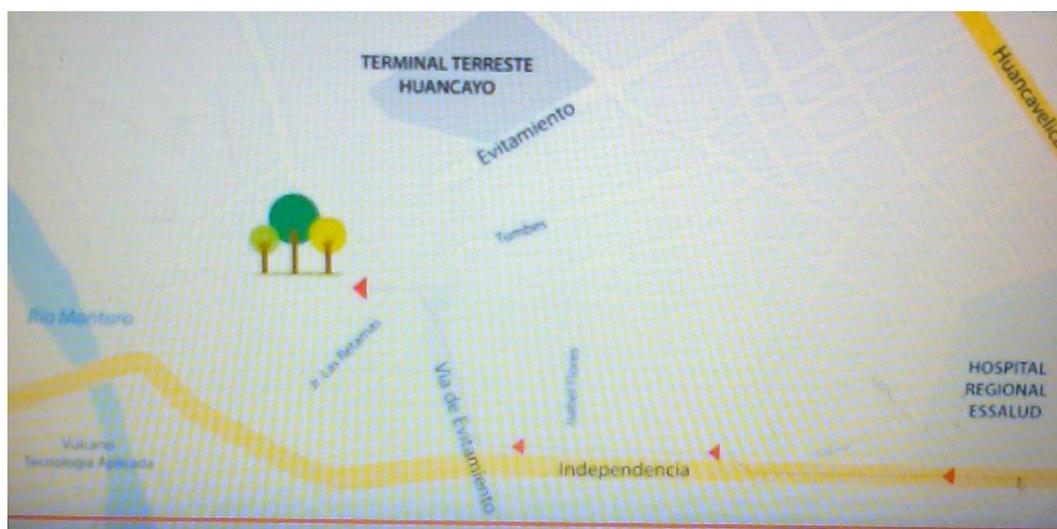
Fuente: www.losportales.com.pe/los-eucaliptos-de-huancayo

Gráfico 3.5



GRUPO CREA: LAS TERRAZAS DEL MANTARO, el proyecto ha sido desarrollado por el Grupo Crea. Quienes también desarrollan proyectos inmobiliarios en Lima y en algunas ciudades del país.

PLANO DE UBICACIÓN



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/lasterrazasdelmantaro

Gráfico 3.6

MCMXVII

CARACTERISTICAS GENERALES DEL PROYECTO		
EMPRESA PROMOTORA		GRUPO CREA
	NOMBRE DEL PROYECTO	Las Terrazas del Mantaro
	UBICACIÓN DEL PROYECTO	Al costado de la Urb. El Mirador, El Tambo
	UBICACIÓN DE OFICINA DE VENTAS	Al costado de la Urb. El Mirador, El Tambo
	CONTACTOS	Rocio Cerrón - 964463171
	e-mail / Web	http://www.grupocreaperu.com/urbanización-terrazas-del-mantaro-huancayo
AREAS	AREA MINIMA (m ²)	112.00 m ²
	AREA MAXIMA (m ²)	219.00 m ²
PRECIOS	PRECIO MINIMO S/.	104,000
	PRECIO MAXIMO S/.	934,000
PRECIOS POR m ²	PRECIO MINIMO POR S/. m ²	929 S/. x m ²
	PRECIO MAXIMO POR S/. m ²	4,265 S/. x m ²
GESTIÓN DE LAS VENTAS	Nro. LOTES	226
	Nro. LOTES VENDIDOS	191
	Nro. LOTES EN OFERTA	35
	% VENTA DE LOTES	85%
	% BRECHA VELOCIDAD (A - B)	85%
	INGRESO MENSUAL MINIMO	S/.2,510
	INGRESO MENSUAL MAXIMO	S/.22,544
	SEGMENTO SOCIOECONOMICO EN HYO	B
VELOCIDAD	% AVANCE DE OBRA	70%
	ACEPTACION PRODUCTO (-1,1,2,3)	3
	TIEMPO DE VENTA EN MESES	41 meses
	VENTAS MENSUALES (VTA / MES)	5
	INICIO DE LA PREVENTA	05/10/2012
	FECHA DE CORTE EVALUACIÓN	05/02/2016
	FECHA DE INICIO OBRAS	Octubre - 2012
	FECHA DE ENTREGA	Febrero - 2016

Fuente: Elaboración propia.

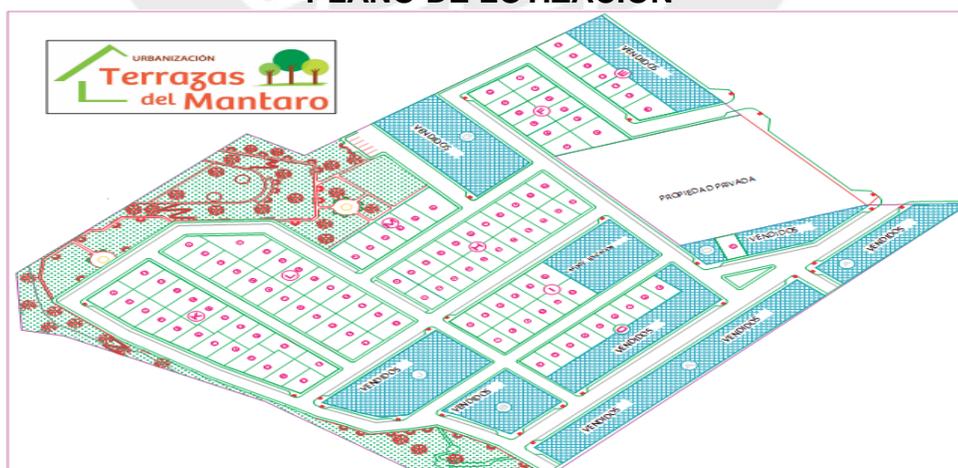
Cuadro 3.2

CARACTERISTICAS DEL PROYECTO RESPECTO DE LOS LOTES		
	EMPRESA PROMOTORA	GRUPO CREA
DE LOS LOTES	CALIDAD ZONA (A,B,B-,C)	B
	DISEÑO DE LOTES	De 6 x 18 / 10x21
	LOTES CON AGUA, LUZ, DESAGUE Y DUCTOS/BUZONES PARA REDES DE COMUNICACIÓN	SI
	SE PERMITE EL USO COMERCIAL (desarrollo comercial)	SI
	ESCUELA	NO
	PAVIMENTACION CON ASFALTO E=5CM	SI
	AREA RECREATIVAS Y DEPORTIVAS	SI
	UBICACIÓN CERCANA A VIAS MAYORES CON TRANSPORTE PUBLICO	SI
	AREAS PARA JARDINES DELANTE DE LOS LOTES Y EN PASAJES	SI
	PRECIO DE LOTE AJUSTADO AL PODER ADQ. TARGET Y CON FINANCIAMIENTO	SI
	TOPOGRAFIA ACCIDENTADA, RESUELTA PARA C. VOLAD. Y MOV, TIERRA / PENDIENTE MODERADA	SI
	AREAS COMUNES	SI

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3.3

PLANO DE LOTIZACION



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/lasterrazasdelmantaro

Gráfico 3.7

INGRESO HACIA LA URBANIZACION



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/las-terrazas-del-mantaro

Gráfico 3.8

AREA DE JUEGOS



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/las-terrazas-del-mantaro

Gráfico 3.9

LA URBANIZACION



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/lasterrazasdelmantaro

Gráfico 3.10

VISTA PANORAMICA DEL PROYECTO



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/lasterrazasdelmantaro

Gráfico 3.11

VISTA PANORAMICA DEL PROYECTO



Fuente: www.grupocreaperu.com/proyectos/lasterrazasdelmantaro

Gráfico 3.12

3.3.2. ANALISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA

En el Cuadro 3.4, se observa el cuadro comparativo de los competidores directos respecto de nuestro producto.

CUADRO DE COMPARATIVO ENTRE COMPETIDORES

			
PROYECTO		Los Eucaliptos	Terrazas del Mantaro
INMOBILIARIA		Los Portales	Grupo Crea
DIRECCION		Av. Mariscal Castilla, El Tambo (a 4 cuadras Univ. Del Centro)	Distrito El Tambo, Huancayo
CARACTERISTICAS			
DE LA HABILITACION	ARQUITECTURA Y ORNAMENTACION DE PARQUES	Urbanización con áreas verdes, cercanía a la ciudad, centros comerciales, universidades, hospitales, pórticos de ingreso, pistas y veredas.	Urbanización con áreas verdes, cercanía a la ciudad, centros comerciales, universidades, hospitales, pórticos de ingreso, pistas y veredas.
	CALIDAD ZONA	Vivienda vecinas tipo C	Con calle de acceso asfaltada, viviendas vecinas tipo B
	PARQUES - PAISAJISMO	SI	SI
	PARQUES - MAQUINAS EJERCICIO	NO	NO
	PARQUES - JUEGO DE NIÑOS	SI	SI
	PARQUES - CASCADAS	NO	NO
	VIGILANCIA	SI	SI
	CERRAMIENTO Y SEGURIDAD	SI	SI
	CABLEADO SUBTERRANEO	NO	NO
	PORTICOS DE INGRESO	SI	SI
	PRESENT. PISTAS Y VEREDAS	SI	SI
	ATENCION (A,B,C,No)	B	B
	FOLLETOS (A,B,C,No)	SI	NO
	AVISOS EN PERIODICO	SI	SI
	LETRERO	SI	SI
	PUBLICIDAD TV	SI	SI
	CASETA	SI	SI
	CASAS PILOTO	NO	NO
	FINANCIACION BANCARIA	Lotes: Al Contado y/o Financiamiento Directo	Lotes: Al Contado y/o Financiamiento Directo
	CAMPAÑA PUBLICITARIA	SI	SI

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3.4

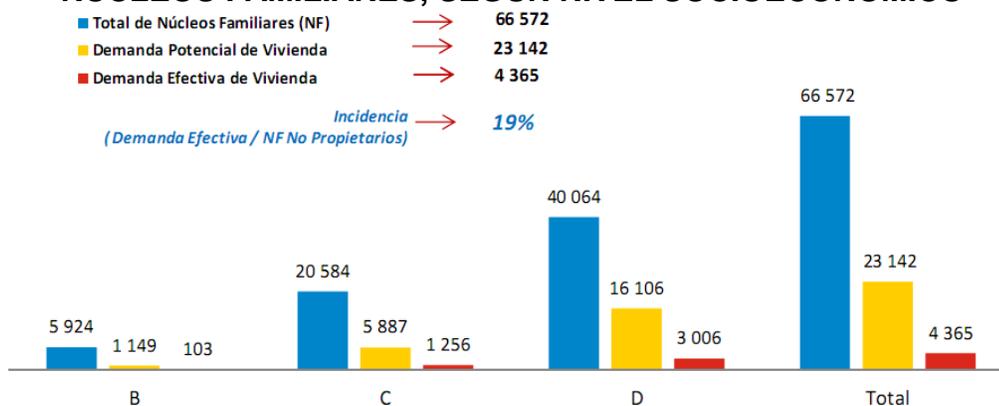
3.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA

3.4.1. DEMANDA POTENCIAL

En relación a la Demanda, esta se ha dividido en tres, una Demanda Potencial, otra Real y una Efectiva. (Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo)

Se considera Demanda Potencial a todo núcleo familiar no propietario de vivienda, de tal forma que la demanda potencial estimada es de 23,142 núcleos familiares, tal como se aprecia en el Gráfico 3.13. Así mismo la Demanda Real, se estima a partir de la demanda potencial y la intención de comprar o construir una vivienda propia. En referencia a la Demanda Efectiva, se estima tomando en cuenta la demanda potencial y adicionalmente se consideran dos variables: la intención de comprar o construir una vivienda propia y la oportunidad o plazo en que el núcleo familiar proyecta llevar a cabo esta decisión, en este caso se consideró un plazo igual o menor a veinticuatro meses. Así tenemos que la demanda efectiva estimada es de 4,365 núcleos familiares. (Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo)

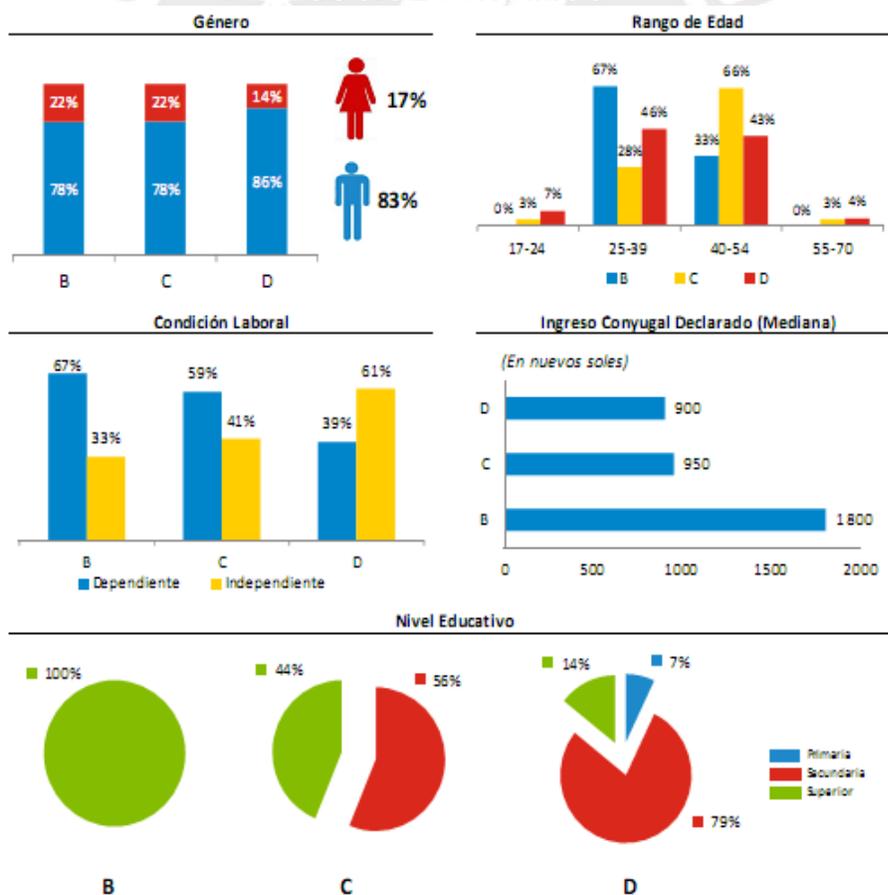
NUCLEOS FAMILIARES, SEGÚN NIVEL SOCIOECONOMICO



Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo

Gráfico 3.13

CARACTERÍSTICAS DEL JEFE DE HOGAR, SEGÚN NIVEL SOCIOECONOMICO



Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo

Gráfico 3.14

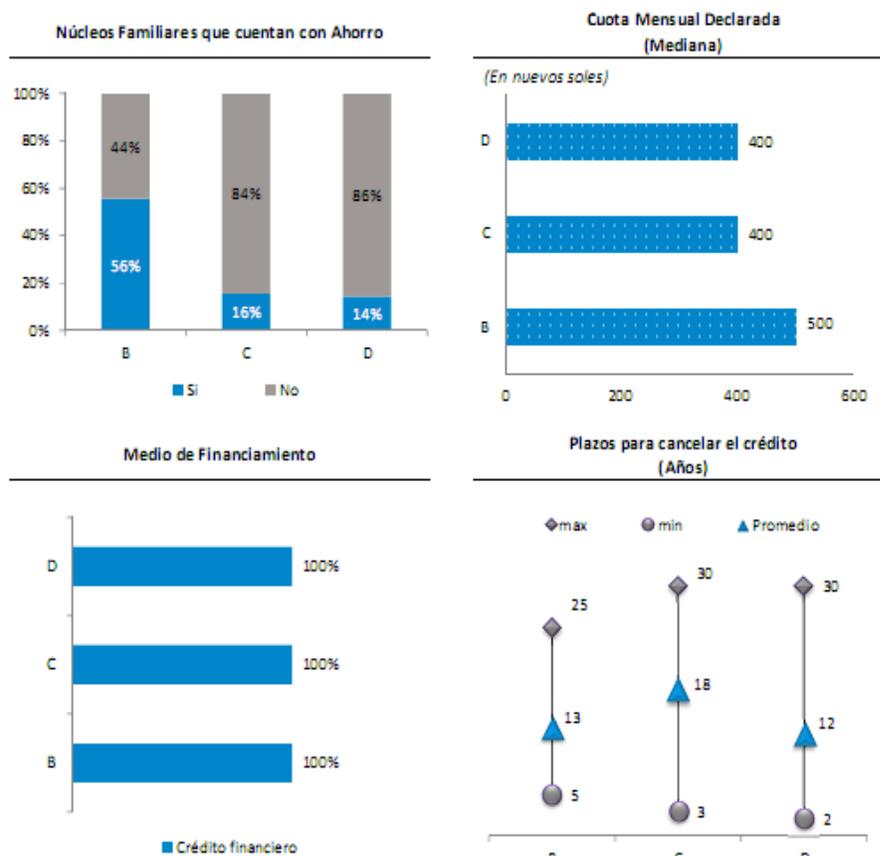
CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA DESEADA, SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO



Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo

Gráfico 3.15

FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA DESEADA



Fuente: www.mivivienda.com.pe/estudio-de-demanda-de-vivienda-huancayo

Gráfico 3.16

3.4.2. DEMANDA EFECTIVA SEGÚN EL PRECIO DE LOTES

Según los precios del mercado la adquisición de los lotes se enfocan más en el sector socio económico A, B y C los cuales tienen como población en todo el Valle del Mantaro el 43% de la población, Huancayo con una población de 357,718 personas, el público objetivo a tomar en cuenta sería de 153,818 el cual ya cuenta con un 30% cubierto por la competencia teniendo un 70% de oferta para los nuevos productos haciendo una población total 107,670 personas aproximadamente.

3.5. DETERMINACION DEL MERCADO OBJETIVO

3.5.1. SEGMENTACION

Para la segmentación se ha considerado segmentación por nivel socioeconómico, por estilos de vida, por ubicación geográfica y por nivel de ingreso conyugal.

A) SEGMENTACION POR NIVEL SOCIOECONOMICO

DISTRIBUCION DE HOGARES SEGÚN NSE – PROVINCIAS – URBANO

DEPARTAMENTO	HOGARES - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)						
	TOTAL	AB	C	D	E	MUESTRA	ERROR (%)*
Amazonas	100%	5.0	22.1	23.4	49.5	402	4.9
Ancash	100%	14.3	34.1	31.2	20.4	593	4.0
Apurímac	100%	8.2	17.2	28.7	45.9	244	6.3
Arequipa	100%	20.0	33.4	33.0	13.7	995	3.1
Ayacucho	100%	6.6	19.8	26.8	46.8	470	4.5
Cajamarca	100%	9.0	24.3	34.7	32.0	334	5.4
Cusco	100%	16.8	17.7	31.5	34.1	464	4.5
Huancavelica	100%	3.9	13.0	30.0	53.1	207	6.8
Huanuco	100%	11.1	26.4	37.4	25.2	425	4.8
La Libertad	100%	11.0	26.0	26.6	36.4	404	3.0
Junin	100%	11.8	28.4	31.9	27.9	764	3.5
La Libertad	100%	9.8	25.7	31.6	32.9	828	3.4

Fuente: www.apeim.com.pe

Gráfico 3.17

DISTRIBUCION DE PERSONAS SEGÚN NSE – PROVINCIAS - URBANO

DEPARTAMENTO	PERSONAS - NIVEL SOCIOECONÓMICO - URBANO (%)				
	TOTAL	AB	C	D	E
Amazonas	100%	6.1	20.1	23.5	50.3
Ancash	100%	14.9	34.8	31.0	19.2
Apurímac	100%	9.7	17.8	26.4	46.1
Arequipa	100%	20.9	35.3	32.6	11.1
Ayacucho	100%	6.7	19.7	25.7	47.9
Cajamarca	100%	10.0	24.5	37.2	28.3
Cusco	100%	17.1	18.9	32.5	31.6
Huancavelica	100%	3.9	11.4	30.4	54.3
Huanuco	100%	11.9	27.0	36.4	24.8
La Libertad	100%	11.9	28.7	25.2	34.2
Junin	100%	11.9	28.8	32.1	27.2
La Libertad	100%	10.2	26.1	31.3	32.3

Fuente: www.apeim.com.pe

Gráfico 3.18

B) SEGMENTACION POR ESTILOS DE VIDA



Fuente: www.arellanomarketing.com.pe

Gráfico 3.19

C) SEGMENTACION POR UBICACIÓN GEOGRAFICA

CARACTERISTICAS DE COMPRA POR NSE

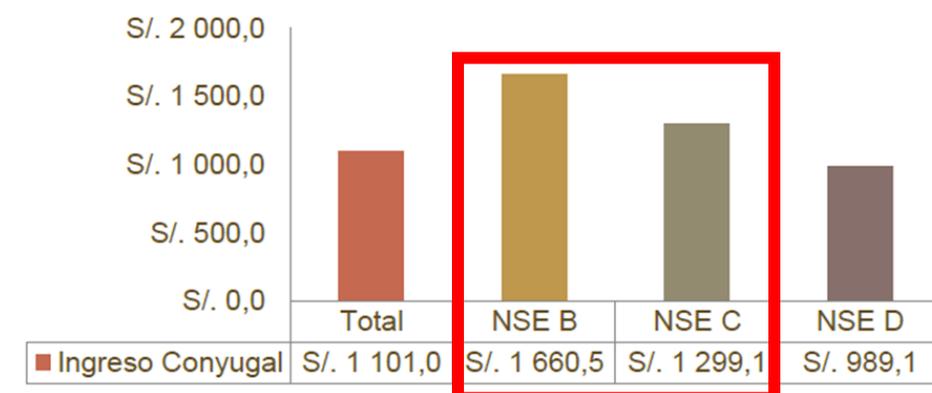
CARACTERISTICAS DE COMPRA	Total	NSE B	NSE C	NSE D
Tiempo que piensa comprar su vivienda	%	%	%	%
Entre 6 meses y un año	11.8	7.4	19.6	8.9
Entre un año y dos años	49.3	25.9	43.1	53.3
Más de dos años:	38.9	66.7	37.3	37.8
Lugar compraría su vivienda	%	%	%	%
Departamento				
Junín	97.8	96.3	98.0	97.8
Otros departamento (presentan) menos del 5,0 %				
Provincia				
Huancayo	96.3	96.3	98.0	95.6
Otras provincias (presentan) menos del 5,0 %				
Distrito				
Huancayo	38.9	48.1	51.0	33.3
Chilca	17.0	7.4	5.9	22.2
El Tambo	42.6	33.3	45.1	42.2
Otros distritos (presentan) menos del 5,0 %				

Fuente: www.mivivienda.com.pe

Gráfico 3.20

D) SEGMENTACION POR NIVEL DE INGRESO CONYUGAL.- En referencia al ingreso promedio conyugal mensual neto de los núcleos familiares es de S/. 1,101.0, promedio que se incrementa en los núcleos familiares de los estratos B y C (S/. 1,660.5 y S/. 1,299.1 respectivamente) y disminuye en el estrato D (S/. 989.1), La competencia se enfoca en las familias que tienen un ingreso conyugal entre s/1200 y s/900 ya que entre 8 y 10 años pueden pagar su terreno con una cuota menor a 500 soles adicional a ello al ser el sector C y D la mayoría de la población de Huancayo, se enfocan a un público numeroso y que exigen una demanda por terrenos o viviendas. (Fuente: Mivivienda.com.pe)

INGRESO CONYUGAL NETO MENSUAL DE NUCLEOS FAMILIARES



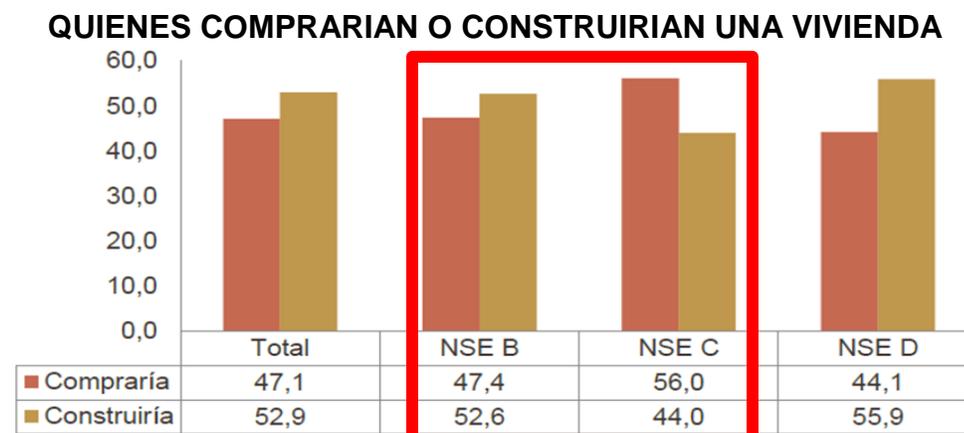
Fuente: www.mivivienda.com.pe

Gráfico 3.21

3.5.2. TARGETING

A) Target Primario: El sector socioeconómico B y C de edades entre 28 y 35 años, con nivel Educativo de secundaria completa, con trabajo independiente, que

no cuentan con vivienda propia, que buscan terrenos entre 90 m² y 120m² y que a su vez están interesados en adquirir un terreno para construir su vivienda.

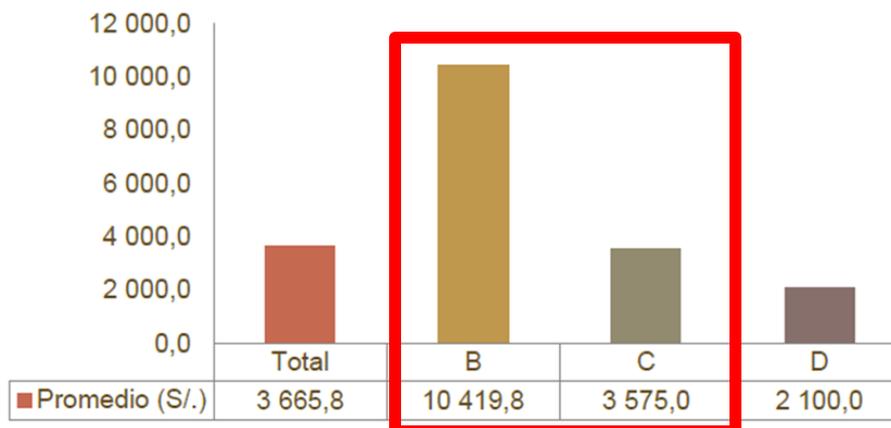


Fuente: www.mivivienda.com.pe

Gráfico 3.22

B) Target Secundario: En este caso podríamos tomar los segmentos A y B ya que si bien es cierto no es el público objetivo de forma total, los servicios brindados por la competencia lo cual induce a ver los productos como un tema de inversión en este segmento, adicional a ello se puede deducir que muchos de las personas de este target sigue las tendencias de compra y puede adquirir el producto sin problemas gracias a sus ingresos y sus ahorros.

MONTO ACUMULADO DE AHORRO



Fuente: www.mivivienda.com.pe

Gráfico 3.23

3.5.3. PERFIL DEL PRODUCTO

Según el análisis realizado, se concluye que nuestro mercado meta serán las familias con ingresos netos mensuales entre S/. 1,300.- y S/. 3,000.- que podrán alcanzar a la compra de viviendas de US\$ 36,000.

El terreno tiene 106, m2 (10 Has), pero no toda el área se utilizara para el desarrollo del proyecto; se deberá destinar un porcentaje de área para el uso de Aportes Municipales como Parques y Jardines o Educación, así como también al resto de la infraestructura básica de la urbanización como son los pavimentos y las veredas, áreas de recreación o de usos múltiple comunitario, etc. Para las normas legales y vigentes respecto a los Aportes Municipales mínimos se tener en cuenta la Ley 29090 – “Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y Edificaciones” y el

“Reglamento Nacional de Edificaciones en el Título II – Norma TH-10”. De allí obtenemos la información necesaria para calcular el área vendible máxima, calculo que se muestra en el siguiente Cuadro 3.5.

DATOS GENERALES DEL PROYECTO			
	P.U. =	30	\$/ M2
Area del Terreno		m2	106,899.00
Precio de Compra del Terreno		\$	3,206,970.00
Zonificación: (Certificación de Zonificación)			RDM
Aportes Municipalidad		%	14%
Areas de Vías (Aprox.)		%	30%
Area Comunes		%	6%
Dimensiones de Lote Tipico		mts	8 x 15
Area de Lote Promedio		mts	120
DISTRIBUCION PRELIMINAR DE AREAS DEL TERRENO - N° LOTES			
Area Bruta del Terreno		m2	106,899.00
Area Aportes		m2	14,965.86
Areas de Vías, Parques, Veredas		m2	32,069.70
Areas Comunes		m2	6,413.94
Area Neta Vendible Maxima		m2	59,863.44
N° Lotes Tipicos Vendibles		lotes	445.41

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3.5

Como se puede observar del cuadro, la máxima área vendible estará alrededor de los 59,863m².

3.6. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

- La mayoría de las empresas inmobiliarias en la ciudad de Huancayo, enfocan sus ventas a los distritos de El Tambo, Chilca, Pilcomayo y San Carlos, los cuales son los distritos que están generando un desarrollo

rápido en cuanto a infraestructura, que los otros distritos de la ciudad de Huancayo.

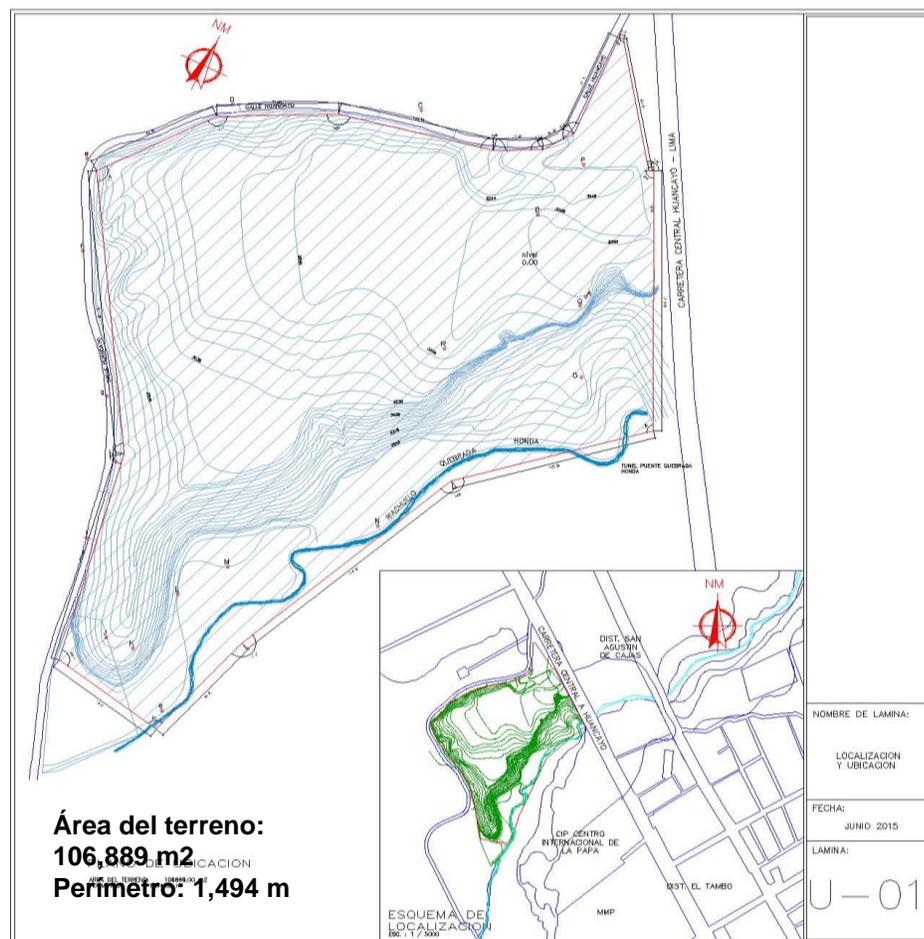
- Los Portales cuenta con un producto de gran aceptación dentro del rubro inmobiliario adicional a ello tienen un fuerte posicionamiento de su marca a nivel local y nacional, lo que ayuda a la confianza de los compradores en sus productos que gracias a sus años de experiencia en el medio y su buenas propuestas de marketing y arquitectura en sus proyectos de habilitación urbana y viviendas han ganado un gran reconocimiento a nivel nacional.
- Huancayo es un mercado recién en crecimiento el consumidor aún no busca una calidad en el mercado, compra de acuerdo al costo y ubicación de los proyectos, por ello podemos indicar que brindando un producto de acuerdo al análisis del público consumidor y generando un mejor servicio a los clientes, además de mostrar un diseño innovador se puede destacar dentro del mercado.
- Las terrazas del Mantaro, es un proyecto que lleva en el mercado 3 años y 2 meses y aun no concreta la venta total de lotes.

CAPITULO 4 – EL PRODUCTO INMOBILIARIO

4.1. UBICACIÓN Y DESCRIPCION DEL TERRENO

El terreno se encuentra ubicado en el distrito de San Agustín de Cajas. Tiene una vista de 360° hacia el valle del Mantaro. Rodeado de áreas verdes y pequeños riachuelos, tal como se aprecia en los Gráficos 4.2 al 4.6. Posee un clima frío - húmedo.

PLANO DE UBICACIÓN DEL TERRENO



Fuente: Fuente propia.

Gráfico 4.0

El terreno cuenta con una parte llana que es aproximadamente un 70% del terreno y el resto tiene una morfología accidentada debido a la formación de quebradas.

PLANO DE UBICACIÓN DEL TERRENO



Fuente: <http://earth.google.es>

Gráfico 4.1

VISTA HACIA EL VALLE DEL MANTARO DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4.2

VISTA SUR DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4.3

VISTA ESTE DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Grafico 4.4

VISTA OESTE DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Grafico 4.5

VISTA SUR DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Grafico 4.6

4.2. LIMITES DEL TERRENO

Por el Norte: Limita con la Carretera Central en un tramo de 260 ml

Por el Sur: Limita con la antigua Carretera en 5 tramos

A-B de 36, 2 ml

B-C de 157,87 ml

C-D de 47,86 ml

-E de 66,31 ml

E-F de 89,14 ml

Por el Este: Limita con el río Quebrada Honda N-O en 420 ml

Por el Oeste: Limita con propiedad de terceros en 6 tramos

G-H de 37,01 ml

H-I de 63,83 ml

I-J de 98,45 ml

J-K de 85,68 ml

K-L de 35,6 ml

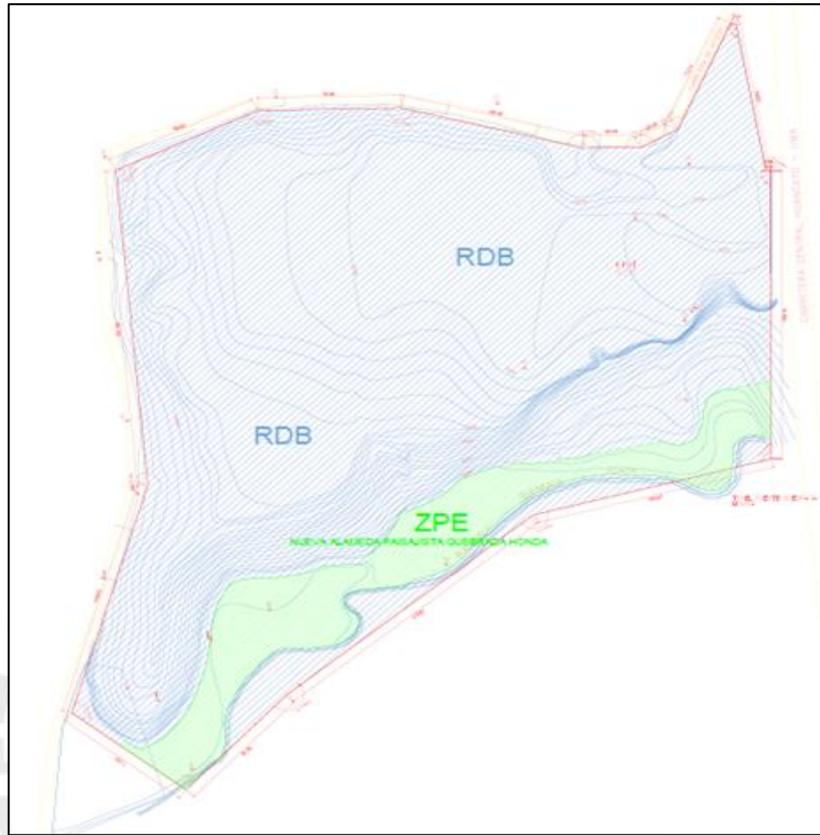
L-M de 73,16 ml

4.3. ZONIFICACION DEL TERRENO

El terreno tiene una Zonificación RDB y CCM, con usos compatibles de viviendas unifamiliares, comercio distrital y conjuntos residenciales. La altura máxima permitida es de 3 pisos más azotea. En cuanto al estacionamiento indica que debe ser 1 cada 4 viviendas.

El proyecto también cuenta con un área de zona de protección ecológica ZPE, la cual nos ayudará para darle un valor agregado al proyecto.

PLANO DE ZONIFICACION DEL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4.7



4.4. PARAMETROS Y NORMATIVA

CUADRO DE NORMAS DE HABILITACION URBANA

NORMAS DE HABILITACION URBANA	
DENSIDAD BRUTA	180 Hab. / Ha.
AREA LOTE NORMATIVO	90m ² a 100m ²
FRENTE DE LOTE	8.00ml
USOS COMPATIBLES	Vivienda Unifamiliares, Conjuntos Habitacionales, Quintas, Taller, Vivienda-Comercio
APORTES GRATUITOS PARA HABILITACION URBANA	
Recreación Publica	8%
Parque Zonal	1%
SERVICIOS PUBLICOS COMPLEMENTARIOS HABILITACION URBANA	
Educación	2%
Otros Fines	2%

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.0

4.5. DESCRIPCION DEL PROYECTO

El terreno donde estará ubicado el proyecto se ubica en el distrito de San Agustín de Cajas, provincia de Huancayo, región Junín dentro de un casco urbano consolidado, colindando principalmente con el distrito de El Tambo.

Comercialmente como proyecto inmobiliario se le ha denominado: “Habilitación Urbana Valle Mantaro”, debido a que está ubicado frente a todo el Valle del Mantaro, tal como se aprecia en la Gráfico 4.8.

VISTA HACIA EL VALLE DEL MANTARO DESDE EL TERRENO



Fuente: Elaboración propia

Grafico 4.8

El Proyecto tiene un área de 106,899m², el cual se habilitara para darle uso de suelo residencial media y comercial, este tipo de zonificación nos permitirá obtener una urbanización residencial con lotes a partir de los 120.00m², áreas de comercio, áreas educativas, áreas recreativas y de salud.

Se presentara previamente el pre anteproyecto de "Planeamiento Integral de Habilitación Urbana Valle Mantaro" en la Municipalidad de San Agustín de Cajas; donde se planteara el concepto de "Urbanización de Lotes". Asimismo, se sustentará la viabilidad del Proyecto con los estudios técnicos realizados de acuerdo a los parámetros viales y normativa vigente para que posteriormente se presente el Proyecto de "Habilitación Urbana Valle Mantaro".

Al proyecto se accede por la vía principal que es la Av. Carretera Central y por la parte posterior del terreno, que es la que colinda con la vista de todo el Valle del Mantaro.

En el Anexo 1, se muestra la planta de distribución del proyecto y en el Anexo 3, se muestra las vistas referenciales del proyecto.

4.6. IMPACTO DEL PROYECTO EN LA ZONA

Se está asumiendo que el impacto que tendrá el desarrollo del proyecto en la zona será positivo debido a que en los estudios de campo realizados donde se ubica el terreno y alrededores no se ha registrado propuestas alguna de diseño que sobresalga, que sea diferente a las ya existentes.

4.7. COMPARACION CUALITATIVA DE LA COMPETENCIA VERSUS VALLE MANTARO

En el Cuadro 4.1, se observa la comparación de los competidores versus nuestro proyecto.

CUADRO COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA VERSUS VALLE DEL MANTARO

				
PROYECTO	Los Eucaliptos	Terrazas del Mantaro	Valle Mantaro	
INMOBILIARIA	Los Portales	Grupo Crea	JC Construcciones	
DIRECCION	Av. Mariscal Castilla, El Tambo (a 4 cuadras Univ. Del Centro)	Distrito El Tambo, Huancayo	Av. Mariscal Castilla N° 2473, San Agustín de Cajas, Huancayo	
CARACTERISTICAS				
DE LA HABILITACION	ARQUITECTURA Y ORNAMENTACION DE PARQUES	Urbanización con áreas verdes, cercanía a la ciudad, centros comerciales, universidades, hospitales, pórticos de ingreso, pistas y veredas.	Urbanización con áreas verdes, cercanía a la ciudad, centros comerciales, universidades, hospitales, pórticos de ingreso, pistas y veredas.	
	CALIDAD ZONA	Vivienda vecinas tipo C	Con calle de acceso asfaltada, viviendas vecinas tipo B	Con calle de acceso asfaltada, viviendas vecinas tipo C
	PARQUES - PAISAJISMO	SI	SI	SI
	PARQUES - MAQUINAS EJERCICIO	NO	NO	SI
	PARQUES - JUEGO DE NIÑOS	SI	SI	SI
	PARQUES - CASCADAS	NO	NO	SI
	VIGILANCIA	SI	SI	SI
	CERRAMIENTO Y SEGURIDAD	SI	SI	SI
	CABLEADO SUBTERRANEO	NO	NO	NO
	PORTICOS DE INGRESO	SI	SI	SI
	PRESENT. PISTAS Y VEREDAS	SI	SI	SI
	ATENCION (A,B,C,No)	B	B	A
	FOLLETOS (A,B,C,No)	SI	NO	SI
	AVISOS EN PERIODICO	SI	SI	SI
	LETRERO	SI	SI	SI
	PUBLICIDAD TV	SI	SI	SI
CASETA	SI	SI	SI	
CASAS PILOTO	NO	NO	NO	
FINANCIACION BANCARIA	Lotes: Al Contado y/o Financiamiento Directo	Lotes: Al Contado y/o Financiamiento Directo	Lotes: Al Contado y/o Financiamiento Directo	
CAMPAÑA PUBLICITARIA	SI	SI	SI	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.1

4.8. ANALISIS FODA**ANALISIS FODA**

ANALISIS INTERNO			
FORTALEZAS			DEBILIDADES
F1	Ubicación estratégica del proyecto dentro del casco urbano de la ciudad a tan solo 20 minutos del centro de Huancayo mediante avenidas asfaltadas y en buen estado de conservación	D1	Viviendas precarias alrededor del terreno
F2	Grandes áreas verdes, alameda ecológica, mirador, losas deportivas	D2	Terreno accidentado, con pendiente
F3	Proyecto con club house		
F4	Proyecto diseñado en base al estilos de vida del mercado objetivo		
F5	Diseño innovador		
F6	Generación de buena imagen ante el mercado financiero, en base a primera experiencia		
ANALISIS EXTERNO			
AMENAZAS			OPORTUNIDADES
A1	Competencia directa que ofrece productos mixtos de lotes, viviendas y departamentos	O1	Huancayo considerada como ciudad destinada al crecimiento de vivienda por parte de inversión privada
A2	Incremento de preferencia de compra para viviendas y/o departamentos construidos con todos los servicios incluidos	O2	Deficit de vivienda en la provincia de Huancayo
A3	Apertura de otro proyecto inmobiliario con características similares a nuestro proyecto	O3	Financiamiento directo con la inmobiliaria sin tener que acudir a entidades bancarias
A4	Barrera burocráticas en los tramites municipales	O4	Ubicación del condominio a solo 10 minutos de la ciudad del centro de Huancayo
A5	Política tributaria poco clara	O5	Precio de lote económico orientado a los sectores socioeconómicos B y C
A6	Presencia de competidores de gran envergadura	O6	Atractiva rentabilidad
A7	Incremento de precios de los terrenos y costo de mano de obra	O7	Zona urbana bien ubicada y poco desarrollada por la competencia
		O8	Posibilidad de colocación de créditos hipotecarios
		O9	Aumento de la capacidad adquisitiva de la población

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4.2

4.9. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

- Dentro de las áreas comunes sería recomendable poner un área destinada para realizar ejercicios con máquinas ya que ninguna de la competencia lo considera dentro de su proyecto.
- Brindar una buena atención e información adecuada, en el momento de la realización de la venta del lote ya que la mayoría de las inmobiliarias que se dedican a este rubro no lo hacen.
- La debilidad que se tiene con respecto al terreno, se tiene que mitigar para que se convierta en una oportunidad.
- Plantear un diseño innovador de integración que supere las expectativas de los competidores.
- La ubicación del terreno se encuentra en una zona de expansión urbana, ya que está colindante a una carretera interprovincial que conecta Huancayo con la Capital, tanto terrestre como de forma aérea, gracias a su cercanía al aeropuerto de Jauja.

CAPITULO 5 – PLAN DE MARKETING

5.1. DEFINICION DEL CLIENTE OBJETIVO

5.1.1. INVESTIGACION DE MERCADO: SEGMENTACION – TARGETING

Para la segmentación y targeting se está trabajando en base a la geografía, nivel socio económico, ocupación laboral, tenencia de vivienda, estado civil, ciclo de familia y estilo de vida, tal como se describe a continuación:

- **Geografía:** Huancayo Norte, Sur y Centro.
- **NSE:** Nivel Socio Económico A, B y C.
- **Ocupación Laboral:** Miembros Poder Ejec. Y Leg. Adm. Público y Empleados Profesionales.
- **Tenencia de Vivienda:** Alquilada, Propia Pagando a Plazos y Propia Totalmente Pagada.
- **Estado Civil:** Conviviente, Separado y Soltero.
- **Ciclo de Familia:** Partida/Inicio, Expansión, Consolidación. Estabilización y Desmembramiento.

5.1.2. DIFERENCIACION Y POSICIONAMIENTO

La ubicación estratégica que tiene el proyecto en el distrito "San Agustín de Cajas", garantizará la rentabilidad de la inversión en el producto. Se ofrecerá unidades inmobiliarias de precio acorde al del mercado. Utilizando como una de

las estrategias de venta la cercanía y factibilidad del proyecto a la ciudad de Huancayo y distritos importantes de la región.

Se elegirá colocar acabados con materiales de la zona en las áreas comunes del proyecto para que no se pierda la identidad con el entorno del lugar y así mismo las personas se sientan identificadas con la cultura propia de la zona.

5.2. POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es la imagen que los consumidores perciben de un producto. No se refiere al producto en sí, sino a la imagen mental que dicho producto genera en el cerebro de los clientes potenciales (el target), es decir, en cómo se ubica el producto en la mente de estos. (Fuente: Gómez, Juan Pablo. Marketing Aplicado. Apuntes de Clase MDI. 2014. Pág. 14)

Para este caso se está considerando una segmentación y targeting según la geografía, nivel socio económico, ocupación laboral, tenencia de vivienda, estado civil, ciclo de familia y estilo de vida; de cuyos datos obtenidos se obtendrá el mercado objetivo a ofrecer el producto.

5.2.1. VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PROYECTO

- Vista hacia el Valle del Mantaro, en base a la buena ubicación que se tiene del terreno.
- Ubicación estratégica del proyecto de fácil acceso.

- Áreas comerciales, permitiendo tener un punto inmediato para realizar compras.
- Espacios funcionales.
- Precios y financiamiento accesibles a los clientes.
- Contará con áreas de servicios de salud y educación,
- Áreas verdes y deportivas, miradores, club house.

5.2.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Se tratara de seguir los siguientes parámetros para posicionar el proyecto:

Ubicación, Proyecto ubicado en una zona con fácil acceso a las vías principales de la ciudad, permitiendo estar conectado de manera rápida con los diferentes lugares de la ciudad (Centros Comerciales, Universidades, Hospitales) y del departamento. Así como también del Aeropuerto de Jauja.

Diferenciación, Se elegirá colocar acabados con materiales de la zona en las áreas comunes del proyecto para que no se pierda la identidad con el entorno del lugar y así mismo las personas se sientan identificadas con la cultura propia de la zona. Se brindará Asesoría legal y respaldo de la empresa inmobiliaria durante los trámites de compra del lote. Mejoramiento de las calles aledañas de ingreso al proyecto (Calle Huancayo y Riachuelo Quebrada Honda) en coordinación con la Municipalidad del distrito.

Innovación, Espacios comunes susceptibles de ser modificables en los acabados y equipamiento de la habitación.

5.2.3. DECLARACION DE POSICIONAMIENTO



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5.0

5.3. MARKETING MIX

5.3.1. PRODUCTO

- Terrenos desde 120.00m2 hasta 240.00m2.
- Equipamiento a nivel de urbanización.
- Detalles y terminaciones, combinando materiales y acabados.

- Contará con áreas educacionales, áreas comerciales, áreas sociales, áreas verdes, áreas deportivas y miradores.

5.3.2. PRECIO

Según el análisis que se realizó: el precio del lote sería de US\$300; financiamiento directo con la empresa y/o a través de una entidad financiera, cuota inicial de 20% (lo cual deberá ser pagado al contado o financiado en seis meses), el crédito en 79 cuotas fijas.

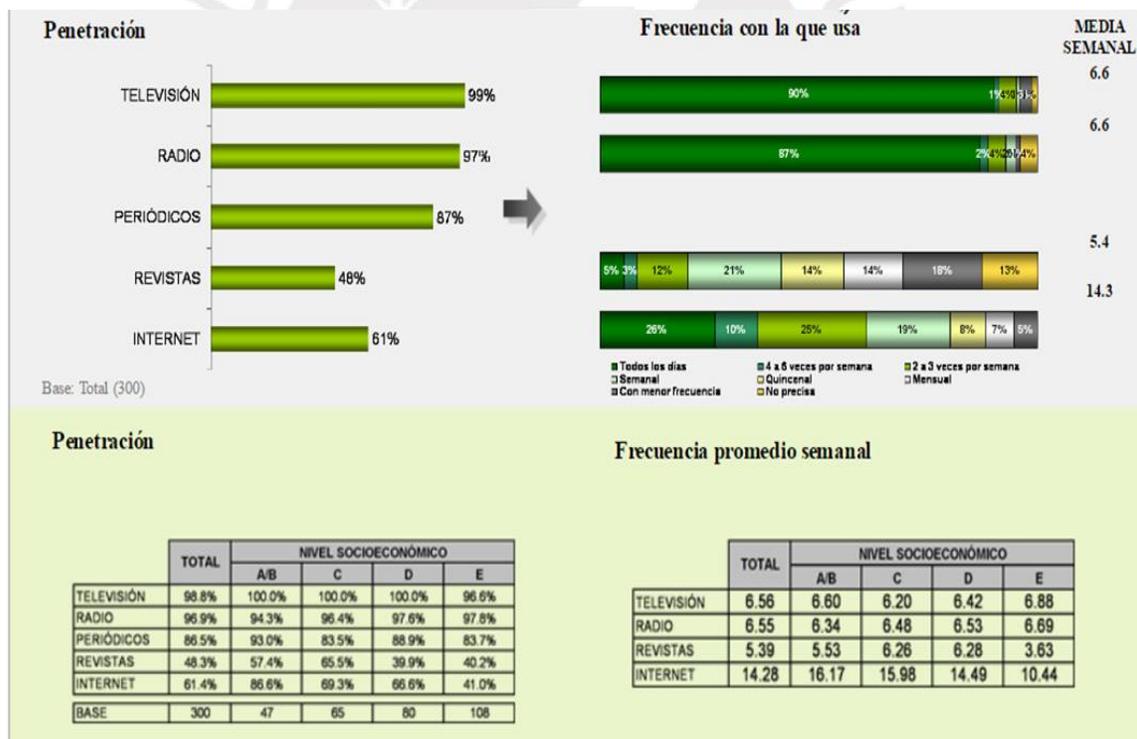
En el Cuadro 5.2, se muestra la valoración de los atributos de los dos proyectos de la competencia para poder comparar con los atributos de nuestro proyecto.

Como base para este análisis se está utilizando el formato de la clase del profesor Pablo Gómez de la clase de Proyecto Inmobiliario.

Como se puede observar en el cuadro 5.2, los atributos de mayor importancia para las personas y futuros compradores son: la accesibilidad, el precio del lote y los servicios básicos.

5.3.3. PROMOCION

La promoción se está realizando en función de lo que el poblador más utiliza como medio de comunicación, la frecuencia con lo que usa este medio, y de acuerdo al nivel socioeconómico, tal como se aprecia en el Gráfico 5.1.



Fuente: Arellano Marketing

Gráfico 5.1

A continuación se detalla cómo se trabajara con el equipo de ventas. Así mismo se está considerando otros medios de promoción alternativos tal como se indica a continuación:

- Paneles y Volantes Publicitarios
- Módulos de Venta en Centros Comerciales
- En Empresas de Transporte y Turismo

EQUIPO DE VENTAS

Se buscara conformar un equipo de vendedores que respondan a la solicitud del cliente en cuanto a brindar la información adecuada del proyecto.

Selección. Para la selección del equipo de ventas se tendrá en cuenta el siguiente perfil del vendedor: buen trato hacia el cliente, experiencia en ventas inmobiliarias, facilidad de palabras y que generen empatía con el comprador.

Inducción. A los vendedores se les dará una charla de inducción, en la cual se les brindara toda la información del proyecto que venderán.

Comisión. Se le pagara una comisión del 1% sobre la venta del lote.

Capacitaciones. Las capacitaciones serán periódicas como por ejemplo para mejorar el trato hacia los clientes ya que es un factor importante al momento

de realizar la venta, actualizar la información acerca del proyecto en venta y por ultimo charlas de automotivación a todo el equipo involucrado con el proyecto.

Seguimiento y Control. Se verificara el avance mensual de las ventas versus las metas establecidas. Así mismo se buscara la opinión de los clientes no compradores para buscar una estrategia y revertir esta decisión en el cliente.

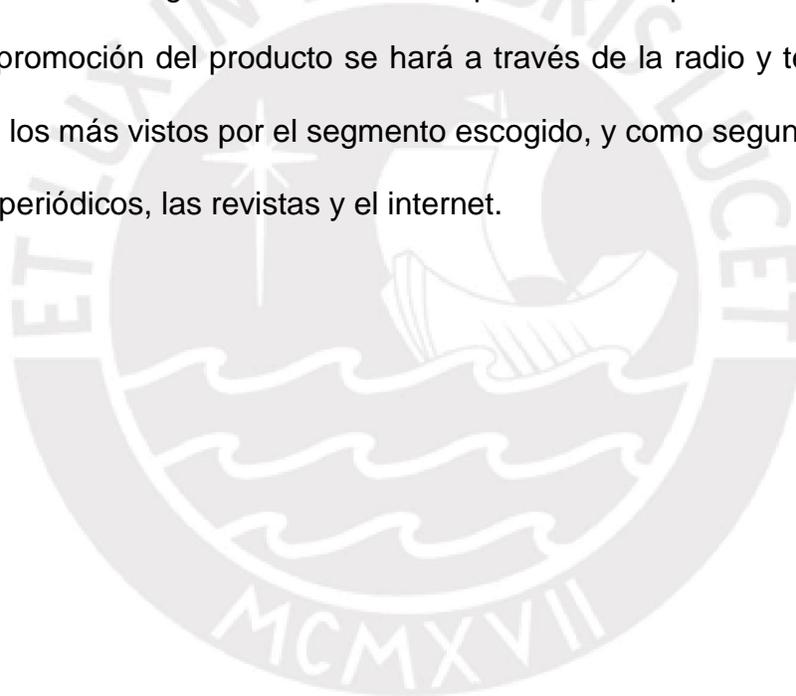
5.3.4. PLAZA

- 1) Se habilitara una caseta de ventas, un ambiente de juegos para niños, una oficina de postventa, una sala de capacitación y servicios higiénicos en el Terreno; de 100m² en promedio, con personal de atención de cinco vendedores.
- 2) Se habilitara un módulo de atención en CC Real Plaza y CC Mall Aventura Plaza.
- 3) Se utilizara el sistema de base de datos de clientes para ofrecer el producto.

Se realizaran auditorias programadas y espontaneas mediante “el cliente encubierto”, para efectuar la retroalimentación y lograr una mejora continua del proyecto. Y de esta manera cumplir con el Plan de Marketing.

5.4. CONCLUSIONES DEL CAPITULO

- Se tendrá mucho cuidado con los acabados que se coloque en las áreas comunes del proyecto que den un toque de elegancia y exclusividad.
- A diferencia de los otros productos se está colocando un club house, canchas deportivas, miradores, alamedas para realizar caminatas o actividades al aire libre, los cuales son atributos que los compradores del segmento escogido está solicitando que se le coloque como exclusividad.
- La promoción del producto se hará a través de la radio y televisión ya que son los más vistos por el segmento escogido, y como segunda opción serán los periódicos, las revistas y el internet.



CAPITULO 6 – FLUJOS DE CAJAS Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

En este capítulo se presenta la evaluación económica financiera del proyecto. El proyecto está sujeto a muchas variables externas e internas que pueden afectar la rentabilidad y viabilidad del proyecto como son los cambios económicos, cambios de gobiernos, cambios de legislación, cambios en la política de inversión, y entre otros que puedan darse y afecten de manera directa al proyecto.

6.1. DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

- **Área de Habilitación.** Se realizarán trabajos de: saneamiento, alcantarillado, energía eléctrica, construcción de pistas y construcción de veredas y bermas.
- **Áreas para Aportes.** Se habilitarán parques, jardines y juegos para niños.
- **Área Vendible.** Es el área que se destinara para la lotización de los lotes.

6.2. ESTIMACIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

En el cuadro 6.0, se muestra el cálculo de los ingresos por la venta de lotes, en el cual se ha considerado el precio promedio de \$ 300/m², para su elaboración.

Para el análisis de la evaluación económica financiera del proyecto se ha utilizado como base los formatos de presentación de la clase del profesor Pique del curso de Finanzas y del profesor Hoyos Rubio, cambiando solo el contenido.

INGRESO POR VENTAS

I. ESTADO DE RESULTADOS (Cifras en USD)							
INGRESOS POR VENTAS	Nº	Total m2	Precio x m2	Valor Venta	IGV	Valor Total	% Incidencia
Lote TIPICO	438	120.00	36.00	14,466,055.05	1,301,944.95	15,768,000.00	100.0%
Terrazas y jardines				-	-	-	0.0%
Locales Comerciales				-	-	-	0.0%
Estacionamientos				-	-	-	0.0%
TOTAL INGRESOS				14,466,055.05	1,301,944.95	15,768,000.00	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.0

El sistema de pago por parte de los clientes y los desembolsos del proyecto variaran según la modalidad de venta de lotes que se tenga lo cual puede ser:

- Venta al contado: 100%
- Venta Crédito Hipotecario con una entidad bancaria: 20% de cuota inicial y 80% de crédito hipotecario.
- Venta Crédito directo con la inmobiliaria: con una separación a sola firma y la presentación de DNI en un plazo de siete días calendarios. Así como la cuota inicial sería de 20% y el crédito directo 80%.

6.3. ESTIMACIÓN DE EGRESOS

La estimación de los costos totales y gastos de inversión del proyecto se muestra en el Cuadro 6.1.

COSTOS TOTALES Y GASTOS DE INVERSION							
1.00	TERRENO		\$ X m2	\$	IGV \$	\$	% Incidencia
1.01	Compra del Terreno (Area Habitable)		30.00	3,206,970	0	3,206,970	50.40%
1.02	Costo de Terreno Intangible	Incluido en costo de terreno		0	0	0	0.00%
1.03	Estudios titulos	De la compra del terreno	1.0%	32,070	5,773	37,842	0.59%
1.04	Corretaje		0.0%	0	0	0	0.00%
1.05	Notarial y Registral (del área vendida)	del área vendible	1.00	53,450	0	53,450	0.84%
1.06	Alcabala		3.0%	96,209	0	96,209	1.51%
COSTO TOTAL TERRENO				3,388,698	5,773	3,394,471	53.34%
2.00	CONSTRUCCION DE HABILITACION		\$ X m2	\$	IGV \$	\$	% Incidencia
2.01	Saneamiento (agua-pozo y desagüe)	(del área para habilitación)	32.00	1,721,074	309,793	2,030,867	31.91%
2.02	Electrificación		16.00	799,070	143,833	942,903	14.82%
2.03	Obra Civil (veredas, pavimentos, bermas)		7.00	368,802	66,384	435,186	6.84%
2.04	Parques y Jardines		5.00	245,868	44,256	290,124	4.56%
COSTO TOTAL HABILITADO				3,134,813	564,266	3,699,080	58.13%
3.00	CONSTRUCCION OBRAS PRIMARIAS		\$ X m2	\$	IGV \$	\$	% Incidencia
3.01	Habilitación de Alameda Central, Vía Paisajista y Mirador			464,286	83,571	547,857	8.61%
3.02	Pórtico de ingreso			139,286	25,071	164,357	2.58%
3.03	Caseta de Ventas y Obras Complementarias			146,900	26,442	173,342	2.72%
COSTO TOTAL OBRAS PRIMARIAS				750,472	135,085	885,557	13.92%
5.00	GASTOS INDIRECTOS		\$ X m2	\$	IGV \$	\$	% Incidencia
5.01	Diseño de especialistas		2.00	119,628	21,533	141,161	2.22%
5.02	Licencias y permisos	0.5% sobre la venta		73,486		73,486	1.15%
5.03	Gastos de Marketing y Ventas	4.0% sobre la venta		587,890	105,820	693,710	10.90%
5.04	Gerencia de Proyecto	3.0% sobre la venta		440,917	79,365	520,283	8.18%
5.05	Seguros Post Venta	0.5% sobre la venta		73,486	13,228	86,714	1.36%
5.06	Imprevistos	0.5% sobre la venta		73,486		73,486	1.15%
5.07	Comisiones de venta	3.0% sobre la venta		116,547		116,547	1.83%
5.08	Impuestos Municipales	0.5% sobre la venta		73,486		73,486	1.15%
TOTAL GASTOS INDIRECTOS				1,558,928	219,946	1,778,873	27.95%
TOTAL COSTOS Y GASTOS (INVERSION)				5,444,213	919,297	6,363,510	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.1

6.4. ESTADO DE RESULTADOS

I. ESTADO DE RESULTADOS (Cifras en USD)								
INGRESOS POR VENTAS		N°	Total m2	Precio x m2	Valor Venta	IGV	Valor Total	% Incidencia
Lote TIPICO		438	120.00	36.00	14,466,055.05	1,301,944.95	15,768,000.00	100.0%
Terrazas y jardines					-	-	-	0.0%
Locales Comerciales					-	-	-	0.0%
Estacionamientos					-	-	-	0.0%
TOTAL INGRESOS					14,466,055.05	1,301,944.95	15,768,000.00	100.0%
COSTOS Y GASTOS			Total m2	Precio x m2	Valor Venta	IGV	Valor Total	% Incidencia
Terrenos								
Costo terreno			106,899.00	36.00	3,848,364.00	-	3,848,364.00	62.0%
Estudios titulos					42,760.00	7,696.80	50,456.80	0.8%
Corretaje					76,967.28	-	76,967.28	1.2%
Notarial y Registral					53,400.00	-	53,400.00	0.9%
Alcabala					75,950.92	-	75,950.92	1.2%
Total costo de terreno					4,097,442.20	7,696.80	4,105,139.00	66.2%
Costo de construcción:								
Costo de construcción					3,774,332.16	679,379.79	4,453,711.95	71.8%
Instalación de servicios					-	-	-	0.0%
Total costo de construcción					3,774,332.16	679,379.79	4,453,711.95	71.8%
Gastos Indirectos:								
Honorarios de especialistas			58,973.94	\$2.00	117,947.88	21,230.62	139,178.50	2.2%
Licencias y permisos			14,466,055.05	0.5%	72,330.28	-	72,330.28	1.2%
Gastos de Ventas			14,466,055.05	4.0%	578,642.20	104,155.60	682,797.80	11.0%
Gerencia de Proyecto			14,466,055.05	3.0%	433,981.65	78,116.70	512,098.35	8.3%
Seguro y post venta			14,466,055.05	0.5%	72,330.28	13,019.45	85,349.72	1.4%
Imprevistos			14,466,055.05	0.5%	72,330.28	-	72,330.28	1.2%
Comisión Estructuración y Superv. Bco			3,774,332.16	3.0%	113,229.96	-	113,229.96	1.8%
Impuestos Municipales			14,466,055.05	0.5%	72,330.28	-	72,330.28	1.2%
Total gastos indirectos					1,533,122.80	216,522.36	1,749,645.16	28.2%
TOTAL COSTOS Y GASTOS (INVERSION)					5,307,454.96	895,902.15	6,203,357.11	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.2

6.5. CALCULO DE UTILIDAD Y RENTABILIDAD

En el Cuadro 6.3, se observa la utilidad y rentabilidad que se obtiene en el proyecto y así mismo se observa que la rentabilidad que se obtiene está dentro del rango requerido.

UTILIDAD Y RENTABILIDAD			
	Utilidad antes de Impuestos		9,158,600.09
	Impuesto a la renta		(2,747,580.03)
	Utilidad despues de Impuestos		6,411,020.06
	(-) ajuste por saldo de IGV		-
	Utilidad despues de Impuestos neto		6,411,020.06
	Rentabilidad		
		Sobre Ventas (ROS)	44.3%
		Sobre Inversión Total (ROI)	103.3%
		Sobre Capital Propio (ROE)	168.7%
		Sobre Capital Propio anual (ROE)	39.0%
		3.0	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.3

6.6. ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO

En el Cuadro 6.4, se observa la inversión y el financiamiento que se tiene que hacer en el proyecto, en el flujo de caja se verá cómo se comportan los ingresos con la venta de lotes, los egresos de construcción de la habitación, el diseño y otros costos que se tienen que realizar para desarrollar físicamente el proyecto.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO					
	INVERSION			FINANCIAMIENTO	
Terreno	4,105,139	66.2%	Aporte Propio	3,800,000	61.3%
Construcción	4,453,712	71.8%	Aporte Asociado	1,162,686	18.7%
Indirectos	1,749,645	28.2%	Pre - Ventas	1,240,671	20.0%
Total Inversión	6,203,357	100.0%	Total Financiam.	2,403,357	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.4

6.7. CRONOGRAMA DE INGRESOS / VENTAS

En el Anexo 4, se aprecia cómo se va desarrollando el Gannt de Ventas del Proyecto.

6.8. CRONOGRAMA DE GASTOS DEL PROYECTO

El costo del proyecto se disgrega en los siguientes ítems:

- Costo del Terreno,
- Costo de Construcción de Habilitación,
- Construcción de Obras Primarias y
- Gastos Indirectos, tal como se aprecia en el Cuadro 6.1.

6.9. FLUJO DE CAJA

Se ha considerado una velocidad de ventas de 12 lotes por mes, lo cual variara dependiendo de los factores externos que pueda haber y afectar a la venta directa de los lotes del proyecto. Así mismo según el estudio de campo que se realizó, se estima que las menores ventas serian en los meses de

enero, febrero y marzo debido a las lluvias que se presentan en la zona ya que en esas fechas las personas suelen viajar fuera de la ciudad para vacacionar.

Se ha considerado ocho meses de preventa, tiempo en el cual también se espera la aprobación de la Municipalidad para dar inicio a las obras de la habilitación urbana. De esta manera estos ingresos serán considerados para que se active la línea de crédito y el banco pueda realizar el desembolso del dinero.

El aporte por parte de la inmobiliaria será efectivo en diferentes cantidades de dinero según el movimiento del flujo de caja operacional que se tenga; para este ejemplo, el aporte será de US\$ 3'800,000, lo cual indica que los flujos serán positivos.

En el Cuadro 6.6, se observa los indicadores financieros del proyecto.

INDICADORES FINANCIEROS			
	TASA DE DESCUENTO Kd	ECONOMICO	FINANCIERO
	ANUAL 1.17%		
	MENSUAL 15.0%		
VALOR ACTUAL NETO (VAN)		537,600	1,513,573
		1.62%	2.33%
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		21.2%	31.8%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.5

6.10. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Se observa en el Cuadro 6.6, la variación que sufre el VAN, teniendo un precio de venta de lote de US\$300, una velocidad de venta de 12 lotes por

mes, el costo de terreno de US\$36 por m² y el costo de la habilitación de US\$71 por m².

VARIABLES CRITICAS							
	Valor a calcula	Valor inicial	% Variac.	Nuevo valor	Valor inicial	Nuevo Valor	% Variac.
	variable	variable		variable	VAN Financ.	VAN Financ.	VAN Financ.
Variable							
	Valores						
Precio Venta Lote	300	300	-10%	270.00	1,513,573	-89,383	-106%
Velocidad Venta	12	12	-10%	10.80	1,513,573	192,731	-87%
Costo Terreno	36	36	10%	39.60	1,513,573	136,867	-91%
Costo Habilidadación	71	71	10%	78.10	1,513,573	178,765	-88%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.6

En el Cuadro 6.7, se observa los puntos de quiebre del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO (VAN FINANCIERO =0)					
Variables		Valor inicial	Valor en el punto equil.	% variac.	
PRECIO VENTA LOTE	300	300	297.00	-1%	US \$ x m ²
VELOCIDAD DE VENTAS	12	12	11.88	-1%	und x mes
COSTO TERRENO	36	36	35.70	-1%	US \$ x m ²
COSTO HABILITACION	71	71	70.29	-1%	US \$ x m ²

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.7

En el Cuadro 6.8, se observan el análisis de sensibilidad del proyecto, en donde los valores obtenidos varían teniendo diferentes costos de terreno y diferente velocidad de venta.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VAN FINANCIERO	\$1,513,573	\$24	\$30	\$36	\$42	\$48	\$54
VARIACION DE PRECIO DE VENTA DE LOTES US \$ x m ² DE TERRENO	\$100	-3,126,526	-3,679,778	-3,726,722	-3,732,511	-3,738,299	-3,744,088
	\$200	-568,342	-1,117,056	-1,245,514	-2,337,974	-2,887,426	-3,426,661
	\$300	1,961,729	1,729,769	1,513,573	1,354,082	-567,627	-1,114,814
	\$400	4,817,546	4,587,816	4,368,817	4,163,283	3,987,268	1,604,751
	\$500	7,667,106	7,439,607	7,220,134	7,006,942	6,810,808	6,630,843
	\$600	12,742,488	10,287,405	10,067,458	9,852,616	9,646,347	9,454,682
VAN FINANCIERO	1,513,573	8	10	12	14	16	18
VARIACION DE PRECIO DE VENTA DE LOTES US \$ x VELOCIDAD DE VENTAS	\$100	-3,724,366	-3,726,006	-3,726,722	3,727,116	-3,727,365	-3,726,857
	\$200	-3,457,888	-2,260,673	-1,245,517	-1,095,165	-972,640	-847,360
	\$300	-1,300,943	-142,136	1,513,573	1,825,159	2,067,131	2,259,581
	\$400	-381,390	2,017,038	4,368,817	4,781,457	5,099,645	5,350,874
	\$500	1,581,383	4,399,813	7,220,134	7,731,597	8,123,213	8,435,486
	\$600	4,197,935	7,133,388	10,067,458	10,675,429	11,144,891	11,519,316

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.8

6.11. ANALISIS DE ESCENARIOS

En el Cuadro 6.9, se observa los diferentes escenarios (Probable, Pesimista y Optimista) los cuales sufren un cambio de +/- 10%, según los precios de venta, costo de terreno y velocidad de venta que se tiene.

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	PROBABLE	PESIMISTA	OPTIMISTA
Celdas cambiantes:				
PRECIO DE VENTA	300	300	200	400
VELOCIDAD DE VENTA	12	12	10	14
COSTO DE TERRENO	36	36	30	42
Celdas de resultado:				
VANe	1,513,573	1,513,573	-1,245,514	4,368,817
TIRe	32%	32%	0%	63%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.9

En el cuadro 6.10, se muestra los resultados de efectuar la venta del terreno sin realizar el proyecto de "Habilitación Urbana Valle Mantaro".

1er ESCENARIO: Vendo el terreno "Tal como se encuentra"

	1	2	3	4	5	6
Venta US\$	3,848,364					
Flujo Pre -Impuesto	3,848,364					
VAN US\$ pre-imp	3,848,364					

m2	106,899
Valor Hoy US\$ / m2	36

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.10

En el Cuadro 6.11 se muestran los resultados si el proyecto se realizaría después de 5 años, dejando que se inicie el proyecto de la vía expresa el cual es colindante a la habilitación urbana. Para este escenario el precio de venta del proyecto subiría por m2, mejorando la utilidad del proyecto significativamente. Otro beneficio que se obtendría con la ejecución de la vía expresa sería que se generaría otro ingreso hacia el proyecto.

2do Escenario: Realizar la Habilitación Urbana dentro de 5 años

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gasto HH UU					-3,181,498	-3,181,498				
Ingresos Venta							3,463,528	5,195,291	6,927,055	1,731,764
Velocidad Colocacion							20%	30%	40%	10%
Flujo Pre -Impuesto	-	-	-	-	-3,181,498	-3,181,498	3,463,528	5,195,291	6,927,055	1,731,764
VAN US\$ pre-imp	4,438,570.38									
m2 (efectiva venta)	57,725									
Valor año 5 US\$ / m2	300									
								Utilidad	10,954,642	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.11

CONCLUSIONES FINALES

Es importante tener en cuenta el entorno político, social y económico al momento de plantear un determinado proyecto ya que este tipo de análisis facilitara el planteamiento, desarrollo y ejecución de buenos proyectos inmobiliarios. Así mismo es necesario analizar y monitorear, antes y durante el desarrollo de este emprendimiento ya que los cambios continuos que se dan en el mundo globalizado como el que hoy en día estamos viviendo pueden afectar de manera importante al desarrollo del proyecto.

En la estructura de financiamiento de un proyecto inmobiliario están involucrados de manera importante: el cliente, promotor, socios estratégicos y el banco; estructura que permitirá garantizar que el proyecto se desarrolle y culmine.

Conociendo el comportamiento y las preferencias según el estilo de vida facilitara el planteamiento del producto inmobiliario que el mercado objetivo necesita y desea comprar.

El perfil del producto a desarrollar son lotes con unidades inmobiliarias de un promedio de 120m² hasta 240m², que no se conviertan en un proyecto masivo como la competencia sino guarden la exclusividad, garantice y mantenga la idea de privacidad de sus ocupantes.

En el estudio de campo que se hizo, se detectó y percibió que el producto existente de las empresas inmobiliarias de la competencia presentan un solo tipo de producto que es repetitivo en todas; no habiendo un producto que destaque del resto, motivo por el cual se piensa que el producto que ofrecemos tendrá una buena acogida en el mercado objetivo.

Una de las fortalezas del proyecto es la ubicación, ya que a diferencia de los otros proyectos de la competencia cuenta con una vista impresionante del Valle del Mantaro y se encuentra a 20 minutos del centro de la ciudad de Huancayo y demás ciudades importantes de la región Junín.

Para este caso se está manejando un VAN financiero de US\$ 1, 513,573 y una TIR de 31.80%, haciendo el proyecto rentable y viable, lo cual se aprecia en el Cuadro 6.6.

En el Cuadro 6.8, se observa el punto de equilibrio del VAN financiero.

Para este caso tenemos una velocidad de venta de lotes mínima de 10 lotes/mes lo cual permite que el proyecto aun sea rentable pero si el proyecto sufriese una variación en la velocidad de ventas por debajo del mínimo, afectaría la rentabilidad del proyecto.

Para el presente caso se han manejado tres proyecciones diferentes: (a) si se vendiera el terreno tal como se encuentra actualmente, (b) si se llevara a

cabo la habilitación urbana ahora y (c) si se realizara el proyecto dentro de 5 años después que se ejecute la vía expresa lo cual aumentaría el valor por m² del precio de venta sobre el terreno. Y de lo cual se deduce que el mejor escenario sería esperar a que se ejecute el proyecto de la vía expresa, lo cual permitiría obtener una mejor utilidad del proyecto.



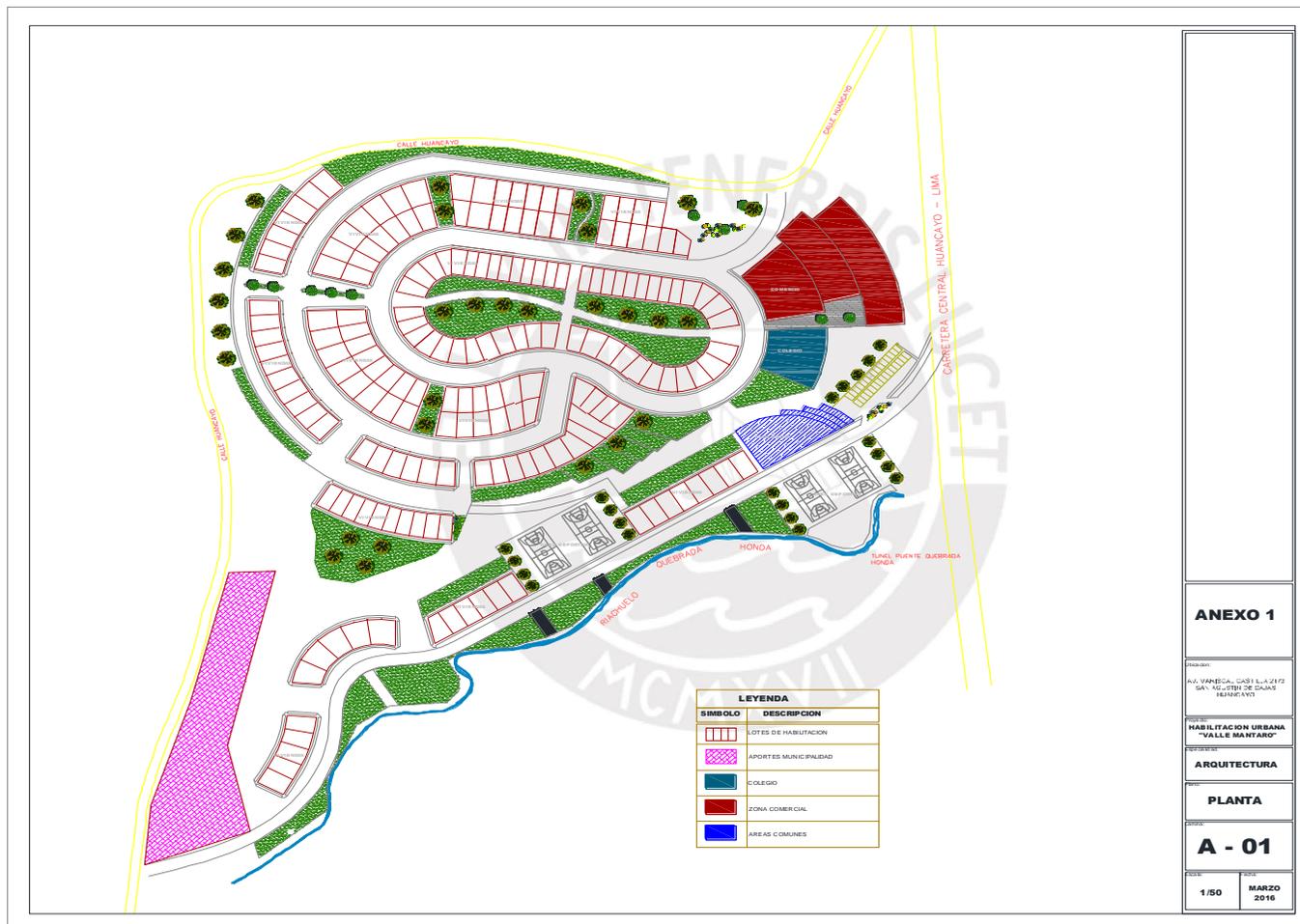
BIBLIOGRAFIA

1. ASBANC: www.asbanc.com.pe
2. APEIM
3. BCRP: www.bcrp.gob.pe
4. BANCO MUNDIAL: www.bancomundial.org
5. CAPECO: capeco.edu.pe/web/index.phd
6. MIVIVIENDA: www.mivivienda.com.pe
7. IMF: www.imf.org/external/spanish
8. GLOBAL PROPERTY: www.globalpropertyguide.com
9. INEI: censos.inei.gob.pe/censos2007
10. INEI: [www.inei.gob/estadisticas/indice-tematico/población y vivienda](http://www.inei.gob/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda)
11. IPEI: ipei.org.pe/2012/huancayo
12. MEF: www.mef.gob.pe
13. Apuntes de Clase MDI-2014 – Cuso de Marketing Aplicado – Juan Pablo Gómez D.
14. Apuntes de Clase MDI-2014 – Curso de Dirección Comercial Inmobiliaria – César Ponce Durand.
15. Fuente de Consulta: HOYOS VERTIZ, Carlos; Lima 2008.
16. ESTUDIO DE DEMANDA DE VIVIENDA A NIVELES DE LAS PRINCIPALES CIUDADES; Hogares no propietarios, año 2014.
17. REGLAMENTO NACIONAL DE EDIFICACIONES, II.1 Tipos de Habilitaciones, TH. 010 Habilitaciones Residuales.
18. Fuente de Consulta: VILLANUEVA, Ana; Lima 2013.

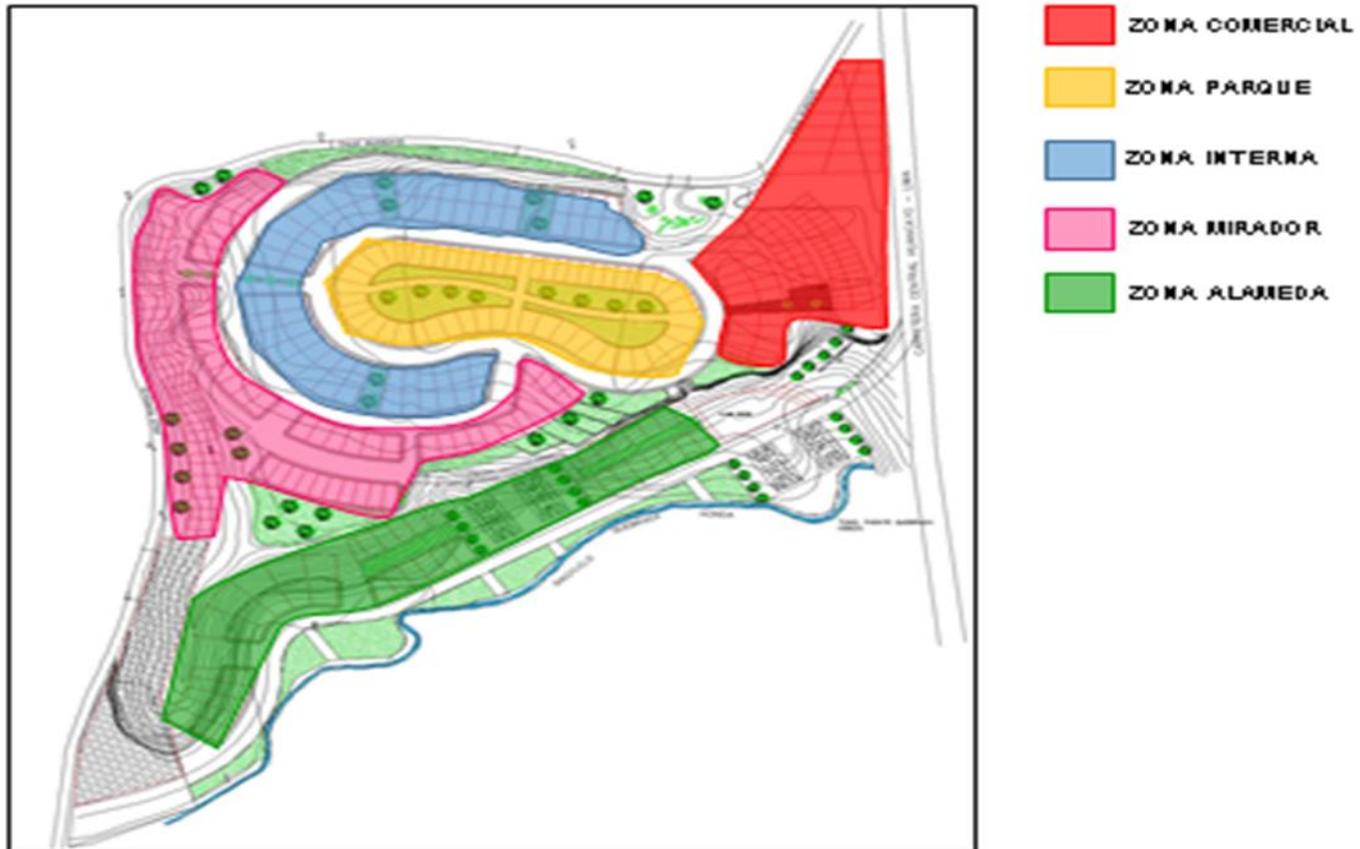


ANEXOS

ANEXO 1 – PLANTA DE DISTRIBUCION DEL PROYECTO



ANEXO 2 – ZONIFICACION DEL PROYECTO



ANEXO 3 – VISTAS REFERENCIALES DEL PROYECTO



VISTA PANORAMICA DEL PROYECTO



PORTICO DE INGRESO DEL PROYECTO



ZONA COMERCIAL DEL PROYECTO



CLUB HOUSE DEL PROYECTO



VIVIENDAS DEL PROYECTO



