

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

MAESTRIA EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
CONSTRUCTORAS E INMOBILIARIAS

Proyecto de Viviendas Multifamiliar “Residencia Pet Lovers”

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

José Alberto Apolinario Roca

Asesor: Carlos Hoyos Vértiz.

Mayo, 2018



*A mis Padres Rosa y Alejandro,*

*“Gracias por todo su Amor entregado*

*Y por todo lo que me dieron que hace*

*Que sea la persona que soy Hoy”.*

## RESUMEN

La presente tesis se ha desarrollado teniendo en cuenta un segmento del mercado que es "Pet Lovers" los cuales aman y/o aceptan a mascotas ya sean gatos o perros, por ello hemos elegido el distrito de Miraflores y un terreno cercano al Malecón de la Marina para poder desarrollar el Proyecto el cual tendrá la particularidad de ser diseñado y construido de acuerdo a las necesidades de las personas y de sus mascotas.

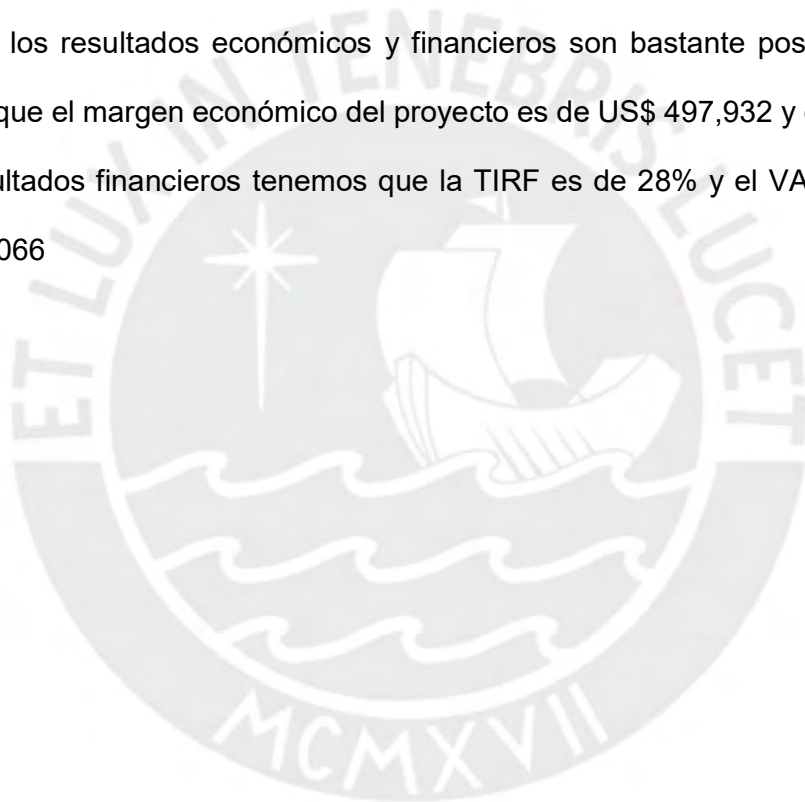
El mercado objetivo será la población del nivel socio económico B que tenga entre 18 y 39 años de edad y personas con más de 56 años de edad, con un ingreso familiar mayor a los S/. 8,000 y que representan un total de 46,435 habitantes.

Al desarrollar el proyecto se ha obtenido un edificio de 7 pisos, un semisótano y un sótano, en total de 14 departamentos de los cuales uno tiene como área 70.20 m<sup>2</sup>, siete departamentos tienen un área de 102.10 m<sup>2</sup> y seis departamentos tienen un área de 102.35 m<sup>2</sup>, estos últimos tienen un balcón, asimismo se cuenta con 14 estacionamientos y 11 depósitos repartidos en un semisótano y en un sótano.

La velocidad de ventas actual en la zona en donde desarrollaremos el proyecto está entre 1.5 a 2.0 departamentos mensuales, nosotros estamos

considerando de una manera conservadora una velocidad de ventas de 1 departamento mensual con lo cual esperamos terminar de vender el total de los departamentos en 14 meses.

Los ingresos totales del proyecto debido a la venta de los 14 departamentos, 14 estacionamientos y 11 depósitos asciende a un total de US\$ 3'389,279 y los egresos suman un total de US\$2, 891,348 con ello podemos decir que los resultados económicos y financieros son bastante positivos, así tenemos que el margen económico del proyecto es de US\$ 497,932 y en cuanto a los resultados financieros tenemos que la TIRF es de 28% y el VANF es de US\$ 220,066



## ÍNDICE

Hoja de respeto	
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Resumen.....	iii
Índice.....	v
Índice de tablas.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
Índice de imágenes.....	ix
Introducción.....	1
CAPITULO 1.- ANALISIS DEL ENTORNO.....	5
1. Panorama Nacional.....	5
1.1 Situación Económica.....	5
1.2 Situación Política.....	9
1.3 Situación Social.....	10
1.4 Análisis de la demanda de viviendas.....	11
2. Panorama Internacional.....	12
2.1 Situación Económica.....	12
3. Conclusiones del análisis del entorno.....	14
CAPITULO 2.- VALIDACION DEL PRODUCTO CON CABIDA.....	15
2.1. Ubicación del Terreno.....	15
2.2. Cabida Tentativa del Proyecto .....	17
2.3. Ratios del Proyecto .....	20
2.4. Conclusiones de la cabida.....	21
CAPITULO 3.- PRUEBA DEL PRODUCTO .....	22

1. Levantamiento de la Oferta en el Mercado .....	22
2. Posicionamiento de los Productos Existentes - Diagrama Radar .....	29
3. Definición del Producto.....	31
3.1 Estudio de Mercado de Demanda - focus Group .....	31
3.2 Conclusiones del focus group .....	49
4. Conclusiones de la prueba del producto.....	50
CAPITULO 4.- DISEÑO DEL PROYECTO .....	52
1. Planta General del proyecto.....	52
2. Planta de los Niveles Superiores .....	55
3. Planta del semisótano .....	58
4. Planta del sótano .....	60
5. Conclusiones del diseño del proyecto.....	62
CAPITULO 5.- PRESUPUESTO DEL PROYECTO .....	63
1. Presupuesto del terreno .....	63
2. Presupuesto de Estudios, proyectos y licencias.....	63
3. Presupuesto de obra.....	65
4. Presupuesto de Ventas y Marketing .....	67
5. Presupuesto de Administración y financiero.....	68
6. Conclusiones del presupuesto del proyecto.....	69
CAPITULO 6.- PLAN DE MARKETING.....	71
1. Segmentación .....	71
2. Targeting.....	79
3. Posicionamiento.....	79
3.1 FODA del Proyecto.....	79
3.2 Posicionamiento planteado.....	81
4. Desarrollo de la Marca.....	81
5. Reason Why e Innovación.....	81
6. Marketing Mix.....	82
6.1 El Producto.....	82

6.2 El Precio.....	96
6.3 La Promoción.....	104
6.4 La Plaza.....	104
7. Conclusiones del plan de marketing.....	105
CAPITULO 7.- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO.....	106
1. Datos del proyecto.....	106
2. Ingresos y Egresos del Proyecto.....	107
3. Estado Proyectado de Ganancias y Pérdidas.....	108
4. Estructura de Financiamiento.....	111
5. Flujo de Ingresos y Egresos del Proyecto.....	113
6. Flujo Financiero del Proyecto.....	117
7. Análisis de Sensibilidad.....	121
7.1 Sensibilidad en el precio de la construcción.....	121
7.2 Sensibilidad en la velocidad de venta.....	122
7.3 Sensibilidad en el precio de venta.....	124
8. Escenarios.....	125
9. Conclusiones del análisis económico y financiero.....	126
CAPITULO 8.- CONCLUSIONES FINALES.....	128
BIBLIOGRAFIA.....	129

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Ratios del proyecto.....	20
Tabla N° 02: Atributos de la competencia.....	30
Tabla N° 03: Costo del terreno.....	63
Tabla N° 04: Costo de estudios, proyectos y licencias.....	64
Tabla N° 05: Costo por los acondicionamientos.....	66
Tabla N° 06: Costo de obra.....	66
Tabla N° 07: Costo de ventas y marketing.....	68
Tabla N° 08: Costos de administración y financiero.....	69
Tabla N° 09: Estadística de población y hogares.....	72
Tabla N° 10: Zonas geográficas.....	73
Tabla N° 11: Población por grupos.....	74
Tabla N° 12: Proyección de población.....	75
Tabla N° 13: Promedios de gastos.....	76
Tabla N° 14: Ingresos por NSE.....	77
Tabla N° 15: Ciclo de vida familiar.....	78
Tabla N° 16: Niveles socio económico.....	78
Tabla N° 17: FODA.....	80
Tabla N° 18: Proyecto vs atributos.....	97
Tabla N° 19: Proyecto vs peso del atributo.....	97
Tabla N° 20: Lista de precios departamentos.....	100
Tabla N° 21: Lista de precios depósitos.....	101
Tabla N° 22: Lista de precios estacionamientos.....	103
Tabla N° 23: Datos del proyecto.....	106
Tabla N° 24: Resumen de ventas.....	107
Tabla N° 25: Egresos.....	108
Tabla N° 26: Estado de ganancias y pérdidas.....	109
Tabla N° 27: Indicadores de rentabilidad.....	110
Tabla N° 28: Punto de equilibrio.....	110



Tabla N° 29: Estructura de financiamiento.....	111
Tabla N° 30: Flujo económico.....	114
Tabla N° 31: Resultados económicos.....	116
Tabla N° 32: Flujo financiero.....	118
Tabla N° 33: Resultados financieros.....	120
Tabla N° 34: Sensibilidad en el precio de la construcción.....	121
Tabla N° 35: Sensibilidad en la velocidad de ventas.....	123
Tabla N° 36: Sensibilidad en el precio de venta.....	124
Tabla N° 37: Escenarios.....	126

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 01: Crecimiento del PBI en el Perú.....	6
Grafico N° 02: Proyección de la inflación.....	7
Grafico N° 03: Balanza comercial.....	8
Grafico N° 04: Evolución de la pobreza extrema.....	9
Grafico N° 05: PBI Mundial 2018.....	13
Grafico N° 06: La competencia.....	22
Grafico N° 07: Diagrama radar.....	30
Gráfica N° 08: Grafica precio por m2.....	98
Grafico N° 09: Sensibilidad en el precio de la construcción.....	122
Grafico N° 10: Sensibilidad en la velocidad de ventas.....	123
Gráfico N° 11: Sensibilidad en el precio de venta.....	125

## INDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 01: Foto Aérea del terreno.....	15
Imagen N° 02: Vista frontal del terreno.....	16
Imagen N° 03: Accesibilidad al Proyecto.....	17
Imagen N° 04: Plantas tentativas del semisótano y sótano.....	18

Imagen N° 05: Plantas tentativas de 1er piso y planta típica.....	19
Imagen N° 06: Corredores elevados.....	34
Imagen N° 07: Corredores elevados.....	34
Imagen N° 08: Pases en los corredores.....	35
Imagen N° 09: Miradores exteriores.....	36
Imagen N° 10: Cerco anti fuga.....	37
Imagen N° 11: Pases en las puertas.....	38
Imagen N° 12: Malla anti caídas.....	39
Imagen N° 13: Ambiente para los gatos.....	40
Imagen N° 14: Ambiente para los perros.....	41
Imagen N° 15: Mirador para los perros.....	41
Imagen N° 16: Zona común para los gatos.....	42
Imagen N° 17: Ubicación del Proyecto.....	43
Imagen N° 18: Plano de primer piso.....	54
Imagen N° 19: Planta típica.....	57
Imagen N° 20: Plano del Semisótano.....	59
Imagen N° 21: Plano del sótano.....	61
Imagen N° 22: Kitchenette.....	83
Imagen N° 23: Sala y comedor.....	84
Imagen N° 24: Dormitorio principal.....	84
Imagen N° 25: Dormitorio secundario.....	85
Imagen N° 26: Baños.....	85
Imagen N° 27: Sótano.....	86
Imagen N° 28: Semi sótano.....	87
Imagen N° 29: Corredores elevados 01.....	89
Imagen N° 30: Corredores elevados 02.....	89
Imagen N° 31: Cerco anti fuga.....	90
Imagen N° 32: Pases en las puertas 01.....	90
Imagen N° 33: Pases en las puertas 02.....	91
Imagen N° 34: Cuarto para la mascota 01.....	91
Imagen N° 35: Cuarto para la mascota 02.....	92
Imagen N° 36: Pase en las paredes.....	92

Imagen N° 37: Malla anti caídas.....	93
Imagen N° 38: Mirador.....	93
Imagen N° 39: Dispensador 01.....	94
Imagen N° 40: Dispensador 02.....	94
Imagen N° 41: Bolsas.....	95
Imagen N° 42: Cuarto con ventilación.....	95
Imagen N° 43: Protección en esquinas.....	96
Imagen N° 44: Caseta de ventas.....	105



## INTRODUCCION

La presente tesis se desarrolla y se ha pensado teniendo en cuenta la necesidad actual que existe en un segmento del mercado inmobiliario de Lima, el cual está conformado por personas de diferentes edades que aman a las mascotas ya sea canina o felina, en base a esta necesidad seremos una empresa pionera en el desarrollo de un Condominio que este diseñado pensando en personas que quieran vivir cómodamente con su mascota, no obstante nuestro Proyecto no excluirá a personas que amen a una mascota pero que estén buscando un departamento standard sin necesidad de convivir con una mascota.

El Proyecto se desarrollará en un terreno de 375 m<sup>2</sup> en el distrito de Miraflores, que está ubicado en una zona cercana al malecón de la Marina y contará con 14 departamentos, los cuales serán comercializados en una sola etapa.

El mercado objetivo será la población del nivel socio económico B que tenga entre 18 y 39 años de edad y personas con más de 56 años de edad y que amen a los animales ya sean perros o gatos.

La ventaja de acceder a estos mercados es que en el caso de las personas entre 18 y 39 años de edad es un mercado joven y que dispone de

ahorros y que normalmente se encuentran solteros y por lo cual su mayor responsabilidad es con ellos mismos y en el caso de las personas con más de 56 años de edad son personas que en parte disponen de ahorros y debido a que parte de ellos forman parte del segmento llamado “Nido vacío” viven solos o en pareja y muchos viven con una mascota por lo que este proyecto les sería una buena alternativa de vivienda.

El concepto de este Proyecto considera realizar un diseño y la correspondiente construcción tanto en los departamentos como en las zonas comunes, teniendo en cuenta las necesidades tanto de los Condóminos como de la mascota, asimismo cada espacio será diseñado pensando en la seguridad y distracción de la mascota lo que a su vez de tranquilidad y control a su dueño.

Sustentamos esta tesis teniendo en cuenta las siguientes 2 premisas:

- 1) Alto porcentaje de la población cuenta con una mascota en su propio hogar.**

Según la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública SAC (CPI) en los hogares de Lima las mascotas se han convertido en parte de nuestra familia tanto por el cariño y amor que nos dan y les damos. Esto se refleja en el alto índice de hogares que poseen por lo menos una mascota que

representa un 62.4% y de este porcentaje el 80% tiene como mascota un perro y el 37% tiene como mascota un gato.

**2) Hoy en día no existe una empresa inmobiliaria que este ofertando un Proyecto Pet Friendly.**

Actualmente de la oferta inmobiliaria que se tiene en el distrito de Lima vemos que no se cuenta con Proyectos Pet Friendly como el que estamos proponiendo. Si se cuenta con Proyectos que solo reglamentan la convivencia con las mascotas, pero no se encuentran proyectos acondicionados físicamente para lograr una convivencia optima entre los Condóminos y las mascotas.

Es así que hoy en día tenemos este segmento del mercado que busca ciertas condiciones de habitabilidad no solo para ellos sino también para sus mascotas, este segmento se caracteriza por contar con los medios económicos necesarios para vivir de manera independiente y son personas amantes de los animales.

Como parte de los objetivos tenemos los siguientes:

- Desarrollar un Proyecto Inmobiliario en base a las necesidades no cubiertas en este nicho de mercado.

- Obtener o superar en lo posible la rentabilidad económica y financiera ofrecida a los Inversionistas.
- Entregar los departamentos en la fecha ofrecida a nuestros clientes.
- Desarrollar una Estrategia de Marketing por la cual podamos llegar a este Segmento del Mercado.



## CAPITULO 1.- ANALISIS DEL ENTORNO

### 1. Panorama Nacional

#### 1.1 Situación Económica

Actualmente la economía peruana está atravesando por una desaceleración que tiene su principal origen en la revelación de la corrupción encontrada en grandes constructoras como son Odebrecht y otras constructoras que formaban parte del “Club de la Construcción”, todo esto ha paralizado los grandes proyectos en el Perú, en el gobierno se espera que esa tendencia se revierta para fines del año 2018 y que esto sea sostenible durante el próximo año 2019.

Segundo Capistrán (2017) indicó que:

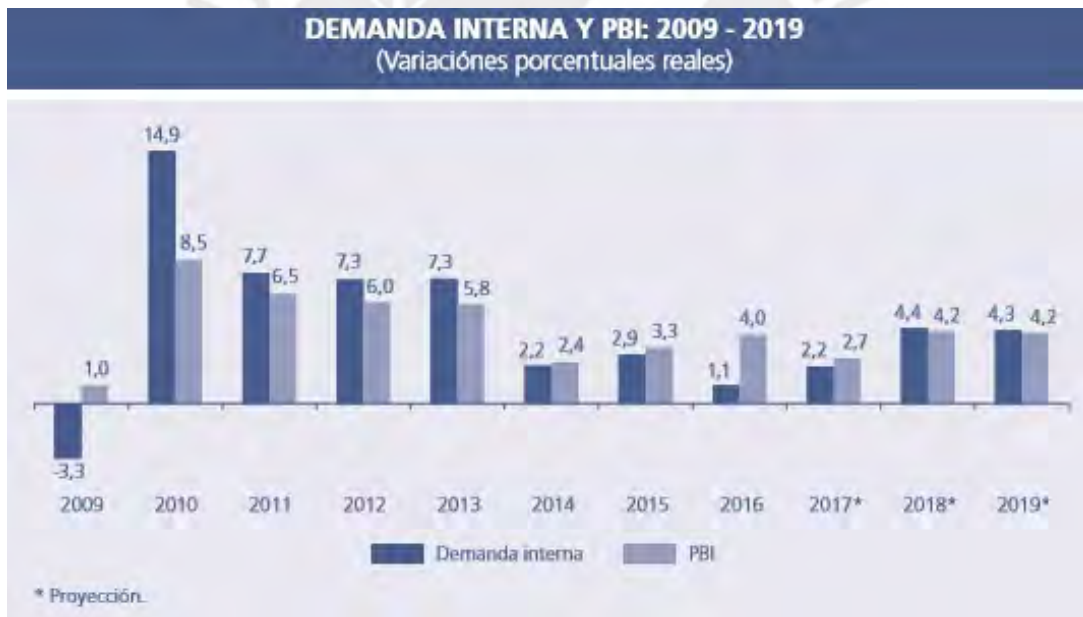
Se espera que para el 2018 una consolidación del crecimiento de la inversión, para ello el Perú debe lograr diferenciarse en todos los aspectos posibles de las malas prácticas de la región, esto considerando la mala influencia que tiene en los inversionistas el comportamiento de los países como Brasil y Venezuela, además resaltó el destrabe de algunos grandes proyectos de asociaciones público privadas y la realización de las obras para los Juegos Panamericanos Lima 2019 que demandarán mayores desembolsos de dinero.



Banco Central de Reserva del Perú (2018) indicó que:

Es importante mencionar que el PBI en los últimos 8 años se ha mantenido en una cifra positiva y según el Reporte de Inflación diciembre 2017 / Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2019 se revisa la proyección de crecimiento del PBI desde 4.2 por ciento en 2018 y 2019.(p.47)

Grafico N° 01  
Crecimiento del PBI en el Perú



Fuente: BCRP / Reporte de Inflación diciembre 2017 / Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2019

Julio Velarde (2017) ha señalado que:

Las inversiones mineras medianas y grandes que están por concretarse en el mediano plazo”. En el primer grupo está Pampa del Pongo, Tía María (ambas en Arequipa) y Mina Justa (Ica). En el segundo grupo está Michiquiyai (Cajamarca), que está a punto de licitarse; y Quellaveco (Moquegua), un nuevo proyecto de explotación de cobre de 5 mil millones de dólares que está por comenzar a operar en 2018.

También es importante mencionar que la inflación en la economía peruana se mantiene en promedio entre 1% a 4% en los últimos años, dentro del rango meta del Banco central de reserva del Perú (BCRP), incluso en los últimos 20 años la inflación anualizada se ha mantenido por debajo de un dígito.

Grafico N° 02  
Proyección de la inflación



Fuente: BCRP / Reporte de Inflación diciembre 2017 / Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2019

Banco Central de Reserva del Perú (2017) indicó que “a partir del año 2016 hemos presentado un Superávit comercial lo cual se explica por las mayores exportaciones en productos tradicionales (mayor producción minera y aumento en los precios de los mismos) y esto se mantendrá en los siguientes años”.

Grafico N° 03  
Balanza comercial



Fuente: BCRP / Reporte de Inflación diciembre 2017 / Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2017-2019

Los buenos resultados macroeconómicos que acompañan al país también se han visto reflejados en la disminución de los índices de la pobreza extrema como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

## Grafico N° 04

### Evolución de la pobreza extrema



Fuente: INEI

#### 1.2 Situación Política

En marzo del 2018 y luego de 20 meses de gobierno el Presidente Pedro Pablo Kuczynski presentó su renuncia ante el congreso de la República, este fue el fin de su gobierno luego de que empezará con una gran expectativa tanto de la población como de los inversionistas, durante todos esos meses nunca hubo una buena relación entre el poder Ejecutivo y el poder Legislativo que es liderado por el partido político de Fuerza Popular (FP).

Ante la renuncia de Pedro Pablo Kuczynski asumió la presidencia el Vicepresidente Martín Vizcarra y actualmente se vive una etapa de transición y todos están a la espera de que con el nuevo presidente se produzca una mejor relación política entre el poder Ejecutivo y el poder Legislativo.

### 1.3. Situación Social

En los últimos años la situación social en el Perú se ha caracterizado por el descontento de una gran parte de la población sobre todo debido a: la falta de empleo, la baja remuneración que reciben los empleados en varias áreas del sector público y el olvido en que se encuentran algunas poblaciones y ciudades que viven alejadas de la capital.

Así tenemos que desde el mes de julio del 2017 se llevó a cabo la huelga magisterial en la que un gran porcentaje de los maestros del sistema público abandonaron las aulas reclamando al gobierno mayores sueldos y mejores condiciones de trabajo para ellos, incluso un grupo de maestros que dirigen el sindicato propusieron eliminar la evaluación de desempeño, lo cual admite que no les interesa elevar la calidad de la educación en el país, finalmente luego de poco más de 2 meses de huelga los maestros acordaron con el gobierno el retorno a las aulas escolares.

Tenemos también muchas poblaciones ubicadas en lugares donde principalmente se quieren desarrollar proyectos mineros y en donde debido a un mal manejo en la comunicación entre la empresa privada y estas poblaciones ha ocasionado que mucho de estos proyectos se paralicen o inclusive no se inicien a desarrollar. Así tenemos que actualmente existe una gran cantidad de proyectos que aún no inician operaciones y enfrentan algún grado de conflictividad social y figuran en el último reporte de conflictos sociales elaborado por la Defensoría del Pueblo.

#### 1.4. Análisis de la demanda de viviendas

José García (2015) indica que:

Para el año 2035 según el PLAM 2035, Lima tendría más de 13 millones de habitantes y una de sus necesidades será la vivienda, por lo que se calcula que para los próximos diez años se tendrá una demanda de 600,000 viviendas nuevas para los habitantes de la capital del Perú.

La Consultora HGP Group (2017) indicó que “El déficit de viviendas se mantiene en una proyección para Lima Metropolitana al año 2016, que comprende 43 distritos, déficit que alcanza las 612,464 unidades de vivienda”

La Consultora HGP Group (2017) mencionó que:

El déficit cuantitativo corresponde a viviendas que necesitan ser reemplazadas para satisfacer las necesidades de hogares secundarios

que aspiran a comprar una vivienda; y segundo, para reponer viviendas que no son adecuadas para habitarlas, o porque además en ella viven dos o más hogares.

La Consultora HGP Group (2017) remarcó que:

360,522 unidades habitacionales corresponden al déficit cualitativo, que en términos porcentuales equivale al 59%, es decir, a viviendas existentes con deficiencias en la calidad en cuanto a su material de construcción, hacinamiento y acceso a los principales servicios básicos como el agua potable, electricidad y desagüe.

La Consultora HGP Group (2017) indicó que:

El déficit habitacional por distritos tenemos lo siguiente: el distrito de San Juan Lurigancho lidera el déficit con el 15.6% que corresponde a 95,314 unidades habitacionales, en el distrito de Santiago de Surco con el 1.3%, que corresponde a 7,942 unidades habitacionales y en los distritos de Barranco y Miraflores con el 0.2% cada una que corresponde a 1,221 unidades habitacionales.

## 2. Panorama Internacional

### 2.1. Situación Económica

Banco Mundial (2017) indica que:

El crecimiento de la economía mundial se acercará al 3,1 por ciento en 2018 después de un 2017 mejor de lo previsto, dado que continuará la recuperación de la inversión, las manufacturas y el comercio, y las economías en desarrollo exportadoras de productos básicos se beneficiarán con el alza en los precios de dichos productos.

Grafico N° 05

PBI Mundial 2018



El Banco Central de Reserva del Perú (2017) indicó que:

El pronóstico de crecimiento de Estados Unidos para el 2018 es de 2,1%, asimismo se prevé que el crecimiento de China se mantendrá en 6,4% en



el 2018, en este número se refleja más que nada la expectativa de que las autoridades postergarán el ajuste fiscal necesario (especialmente manteniendo una inversión pública elevada) para alcanzar la meta de duplicar el PIB real de 2010 llegado el año 2020. Sin embargo, el costo de esa demora son nuevamente fuertes alzas de la deuda, y eso significa que los riesgos a la baja en torno a este pronóstico de base también se han agudizado.

### 3. Conclusiones del análisis del entorno

Luego de hacer el estudio y análisis del entorno podemos concluir que las condiciones actuales son óptimas para desarrollar un proyecto inmobiliario, tanto la economía nacional como internacional se mantiene en un constante crecimiento y las proyecciones auguran que esto continuará, vivimos dentro de una democracia la cual se mantiene durante las últimas décadas y finalmente al ser Lima una ciudad con un alto déficit de viviendas por construirse, esto hace que exista siempre un mercado insatisfecho necesitado de un desarrollo inmobiliario sostenido en el tiempo.

## CAPITULO 2.- VALIDACION DEL PRODUCTO CON CABIDA

### 1. Ubicación del Terreno

El proyecto está ubicado en Calle Manuel Tovar cuadra 2, distrito de Miraflores. Por el frente tiene 12.5 m de longitud y de fondo 30 m, haciendo un área total de 375 m<sup>2</sup>.

Imagen N° 01

Foto Aérea del terreno



Fuente: Google Maps, Edición 2017 / Edición: Elaboración propia.

Imagen N° 02  
Vista frontal del terreno



Fuente: Google Maps, Edición 2017 / Edición: Elaboración propia.

La accesibilidad al proyecto se da por las siguientes vías:

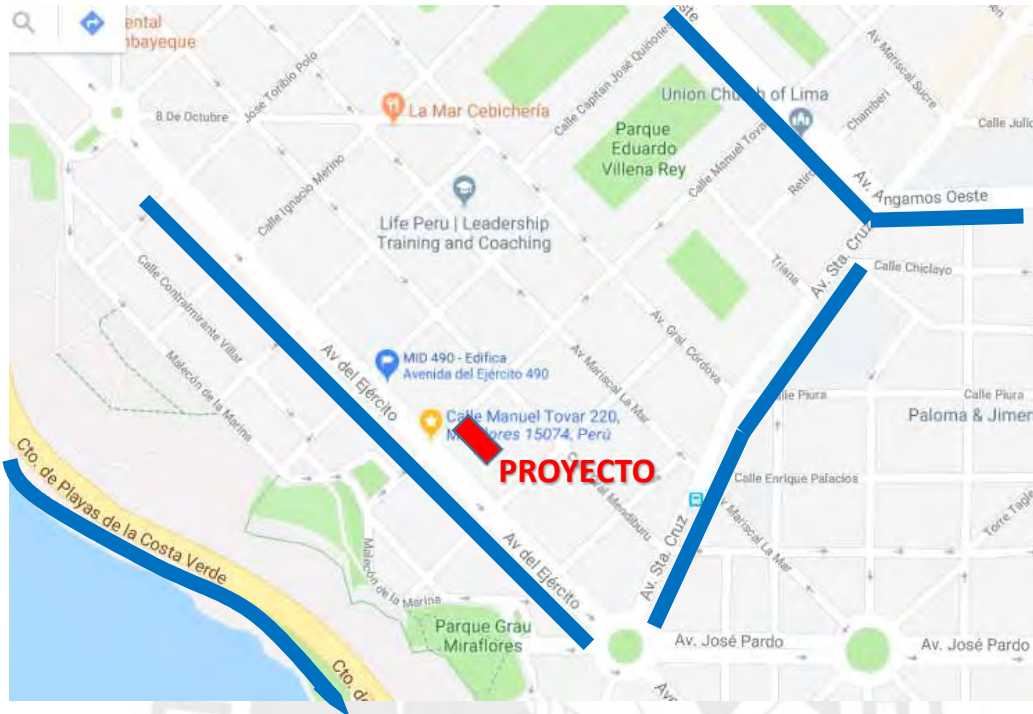
Vía Expresa de la Costa Verde. - es una vía de acceso importante que conecta la Provincia Constitucional del Callao y los distritos de San Miguel, Magdalena del Mar, San Isidro, Miraflores, Barranco y Chorrillos.

Av. El Ejército. - es una vía que conecta al distrito de Miraflores con los distritos de Magdalena del Mar y San Isidro. A su vez esta avenida se conecta con la Av. Pardo la cual nos lleva al centro del distrito de Miraflores.

Av. Angamos Oeste. - es una vía que conecta al distrito de Miraflores con los distritos de Surquillo y Santiago de Surco.

Av. Santa Cruz. - es una vía que conecta Miraflores con el distrito de San Isidro y a su vez nos conecta con la Av. Aramburú la cual se une con la Vía Expresa.

Imagen N° 03  
Accesibilidad al Proyecto



Fuente: Google Maps, Edición 2017 / Edición: Elaboración propia.

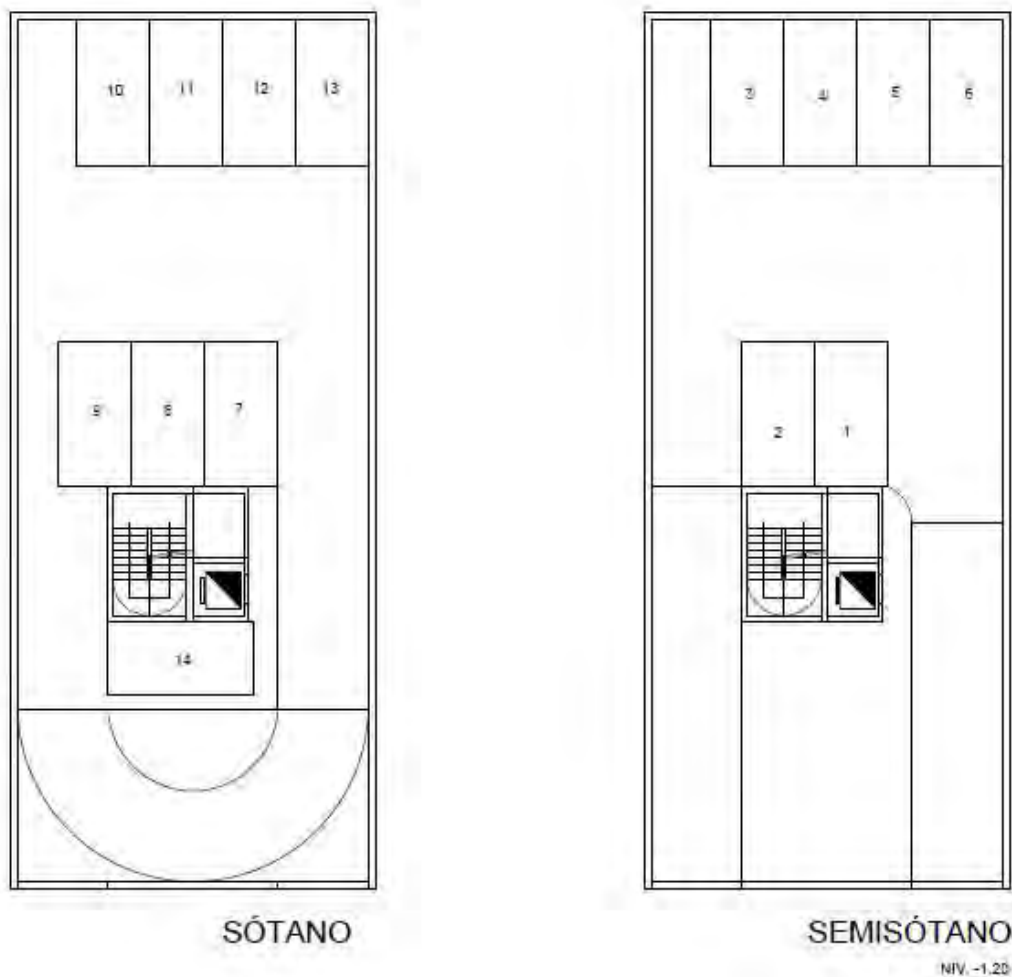
## 2. Cabida Tentativa del Proyecto

De acuerdo a los parámetros urbanísticos se procedió a realizar una primera cabida tentativa del proyecto, teniendo en cuenta que el área mínima de un departamento de 1 dormitorio debe ser de 70 m<sup>2</sup>, el área mínima de un departamento con 2 dormitorios deberá tener 80 m<sup>2</sup>, un departamento de 3 dormitorios tendrá como mínimo 100 m<sup>2</sup> y el porcentaje de área libre es de 35%, así se obtuvo un total de 14 departamentos.

Con respecto a los estacionamientos el parámetro nos pide 1 estacionamiento por cada departamento y no se necesitan estacionamientos para visita, así se obtuvo un total de 14 estacionamientos.

Los planos de la primera cabida tentativa se muestran en las siguientes 2 gráficas:

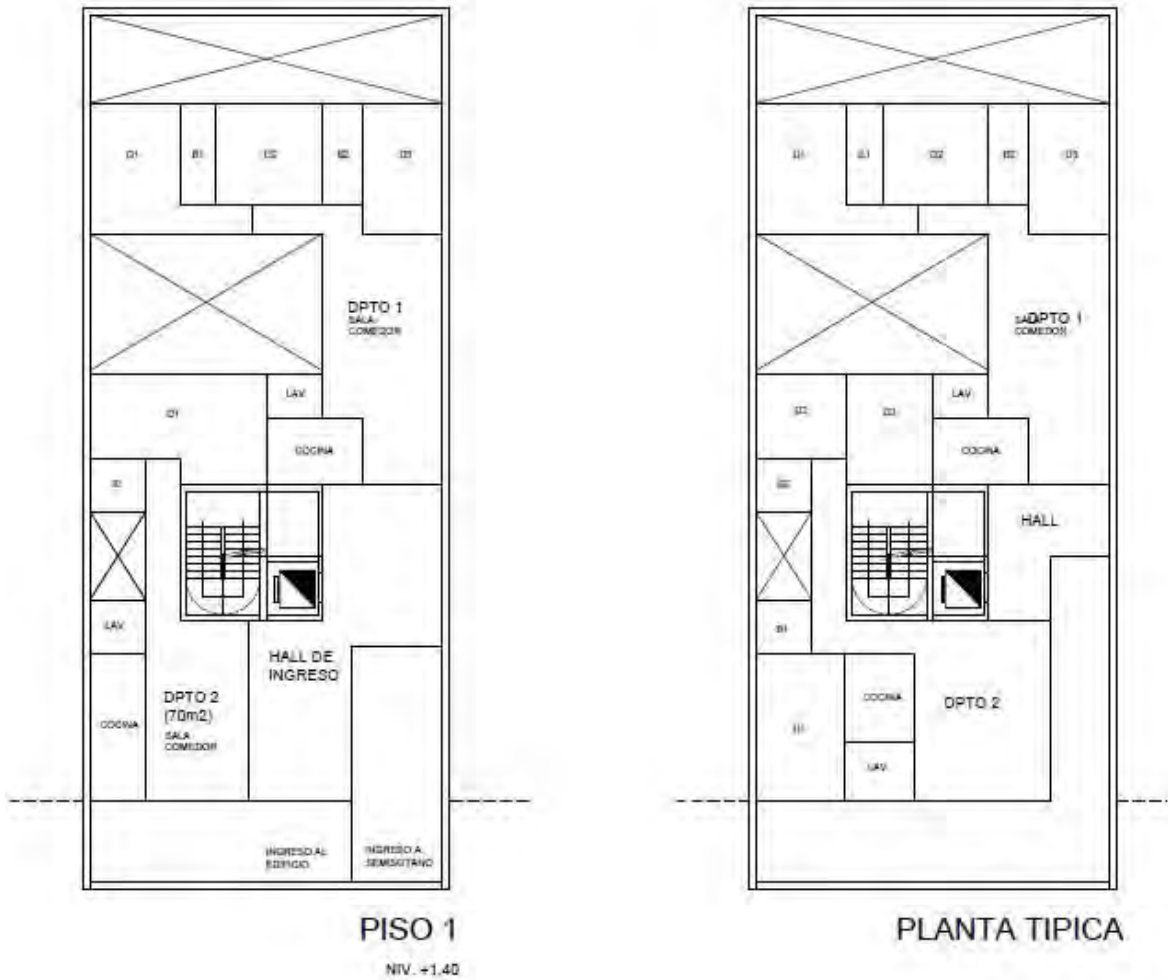
Imagen N° 04  
Plantas tentativas del semisótano y sótano



Fuente: elaboración propia

Imagen N° 05

Plantas tentativas de 1er piso y planta típica (2do al 7mo piso)



Fuente: elaboración propia

#### 4. Ratios del Proyecto

De acuerdo a los datos de terreno y los parámetros urbanísticos se obtuvo la primera cabida preliminar y los datos preliminares del proyecto son:

Tabla N° 01  
Ratios del proyecto

<b>Datos del terreno</b>	
Ubicación: Calle Manuel Tovar S/N cuadra 2, lado par.	
Área (m <sup>2</sup> )	375
# pisos a construir	7
Área libre (%)	35%
Costo del terreno (US\$ x m <sup>2</sup> )	2300

<b>Parámetros del Proyecto</b>	
Zonificación	RDM Vivienda
Usos permisibles	Unifamiliar- Multifamiliar
Altura de edificación	7 pisos
Área libre	35%
Ratio de estacionamiento	1 por cada vivienda - no pide para visitas

<b>Datos del Proyecto</b>	
Número de departamentos	14
Número de estacionamientos	14
Área a construir Departamentos (m <sup>2</sup> )	1706
Área a construir Estacionamientos - (m <sup>2</sup> )	750

Fuente: elaboración propia

## 5. Conclusiones de la cabida

La cabida preliminar nos da un proyecto de 14 departamentos con igual número de estacionamientos con lo cual logramos un proyecto no masivo, lo que dará al proyecto un grado de exclusividad y ventaja frente a la competencia, por otro lado el proyecto cuenta con 3 grandes ventajas que son: la ubicación cercana al malecón de la marina, el entorno agradable que lo rodea y la accesibilidad rápida a vías principales.



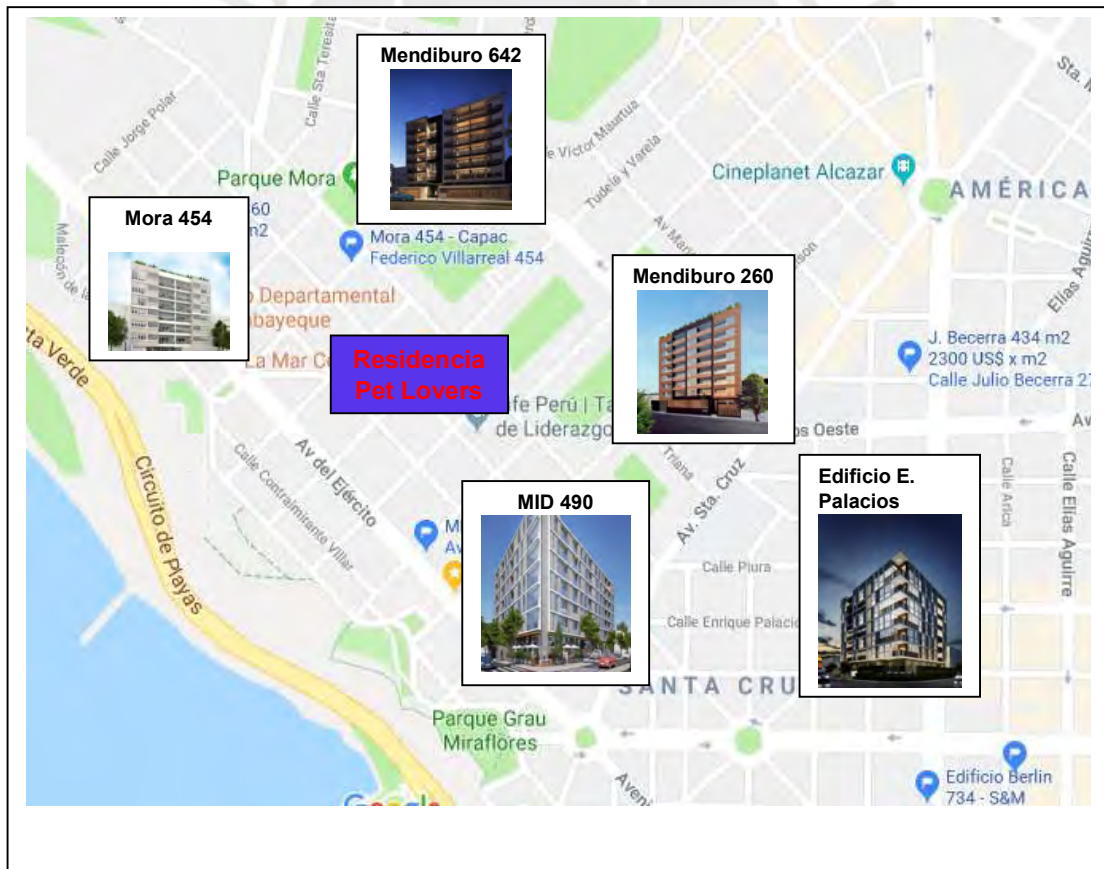


## CAPITULO 3.- PRUEBA DEL PRODUCTO

### 1. Levantamiento de la oferta en el mercado

Luego de realizar una evaluación de la zona en donde desarrollaremos nuestro proyecto inmobiliario se realizó un estudio detallado de 5 Proyectos de la competencia los cuales tienen características similares a nuestro proyecto y están ubicados de acuerdo al siguiente plano:

Grafico N° 06.- La competencia



Fuente: Google maps.

Todos estos proyectos fueron seleccionados por varios motivos y entre los más resaltantes tenemos: se encuentran cerca de la zona donde desarrollaremos nuestro proyecto, tienen una cercanía y acceso rápido a la zona del malecón de la marina que es una zona muy valorada por nuestros clientes.

Consideramos importante mencionar que si bien es cierto hay proyectos de la competencia cercanos a la zona en donde desarrollaremos nuestro proyecto, como son los proyectos que se encuentran ubicados en el mismo malecón y con vista directa al mar, estos no han sido considerados como una competencia directa ya que el precio en esta zona está por arriba de los 3,200 dólares por m<sup>2</sup> y son departamentos de 200 a 250 m<sup>2</sup> en promedio.

Con respecto a los proyectos seleccionados como competencia directa se ha encontrado características similares como son:

- Edificios de 7 pisos.
- Ubicación cercana al malecón de la Marina.
- Departamentos que tienen de 2 a 3 dormitorios con sala comedor, kitchenette y 2 baños.
- El precio varía entre 2,200 y 2,300 dólares por m<sup>2</sup>.
- Ofrecen dentro del precio los muebles bajos y altos en las cocinas.
- No ofrecen la posibilidad de tener opciones en los tipos de acabados para que el cliente escoja.

Y con respecto a la ubicación lo que ofrecen todos estos proyectos es que se encuentran rodeados de:

- El malecón de la marina.
- Complejo Deportivo Skate Park.
- Zona gastronómica ubicada en Av. Mariscal la Mar.
- Colegios San Silvestre, Inmaculado corazón.
- Parroquia de la Asunción.
- Bancos BCP y Continental ubicados en la Av. El Ejército.
- Veterinaria Guau Pet Showroom y Veterinaria Miraflores.

A continuación, detallaremos la información de cada uno de los proyectos evaluados:

#### **Proyecto Mora 454**

Este proyecto está ubicado en la Calle Villareal 454 y cuenta con 27 departamentos los cuales tienen entre 2 y 3 dormitorios y algunos de ellos cuentan con terraza, las áreas de los departamentos varían entre 82 m<sup>2</sup> y 207 m<sup>2</sup>.

En cuanto a los acabados, la cocina cuenta con muebles de melanina altos y bajos equipada con horno, encimera y campana extractora, el kitchenette cuenta con una barra de granito, en cuanto a los pisos tiene piso laminado y contrazócalo de madera en sala comedor y dormitorios, piso y muros con porcelanato en cocina y baños, mesa de mármol en el baño principal y muebles de melanina que incluye cajonería en todos los dormitorios.

Con respecto a lo que el proyecto ofrece en las áreas sociales y comunes tenemos lo siguiente: ascensor de marca Schindler, video portero smart, Lobby con acabado en mármol tanto en el piso como en la recepción y sistema de video vigilancia.

La empresa que está desarrollando este proyecto se llama Capac Asociados y dentro de la experiencia que tiene figura que ya han entregado 8 proyectos y actualmente tienen 4 proyectos en venta.

#### **MID 490**

Este proyecto está ubicado en la Calle Joaquin Capelo, esquina con Avenida el Ejercito 490 y cuenta con 114 departamentos los cuales tienen entre 1, 2 y 3 dormitorios y algunos de ellos cuentan con una terraza, las áreas de los departamentos varían entre 71 y 103 m2.

En cuanto a los acabados este proyecto ofrece cocina que incluye muebles de melanina altos y bajos totalmente equipada que incluye refrigeradora, horno, encimera y campana extractora, el kitchenette cuenta con una barra de granito, los pisos son laminados tanto en sala comedor y dormitorios, los pisos de cocina y baños son de porcelanato, los dormitorios incluyen muebles en los closet con divisiones y cajonerías.

En cuanto a las áreas sociales y áreas comunes este proyecto ofrece una plaza interior con áreas verdes, una sala Bar para recibir a los invitados, una piscina que incluye un jacuzzi, zona de parrilla, un fitness Center, terraza.

La empresa que está desarrollando este proyecto se llama Edifica y tiene en la actualidad 12 años de experiencia desarrollando proyectos inmobiliarios, ya ha desarrollado y entregado 19 proyectos y actualmente tiene 6 proyectos en diferentes etapas de desarrollo.

### **Mendiburo 260**

Este proyecto está ubicado en la Calle General Mendiburu 260 y cuenta con 48 departamentos los cuales tienen entre 2 y 3 dormitorios y algunos de ellos cuentan con una terraza, las áreas de los departamentos varían entre 60 y 137 m2.

Dentro de los acabados propuestos en este proyecto tenemos: piso de cerámico en sala comedor, baños y todos los dormitorios, este piso se asemeja en textura a un piso laminado, muebles de melamina bajo y alto para las cocinas, barra de granito en el kitchenette, mueble de melamina en baño principal con mesa de polvo de marmol.

Dentro de las áreas sociales que ofrece este proyecto tiene un Rooftop con bbq.

La empresa que desarrolla este proyecto se llama Actual y tiene 20 años de experiencia con presencia en varios países de sud américa de Chile, Colombia y Perú.

### **Mendiburo 642**

Este proyecto está ubicado en la Calle General Mendiburu 642 y cuenta con 45 departamentos los cuales tienen entre 1, 2 y 3 dormitorios y algunos de ellos cuentan con una terraza, las áreas de los departamentos varían entre 80 y 149 m2.

Dentro de los acabados que tiene este proyecto tenemos: dormitorio principal con walking closet, cocina con muebles altos y bajos de melamina y

tablero de granito en el kitchenette, lavandería, balcón, muebles en los dormitorios que incluye divisiones y cajonerías, pisos de porcelanato en los baños con mesa de lavatorio de marmol.

Dentro de las áreas sociales que ofrece este proyecto tiene Terraza y zona de parrillas.

La empresa que desarrolla este proyecto se llama Actual y tiene 20 años de experiencia con presencia en varios países de sud américa de Chile, Colombia y Perú.

### **Edificio Enrique Palacios 1199**

Este proyecto está ubicado en la Edificio Enrique Palacios 1199 y cuenta con 26 departamentos los cuales tienen entre 2 y 3 dormitorios y algunos de ellos cuentan con una terraza, las áreas de los departamentos varían entre 85 y 135 m2.

Dentro de los acabados que tiene este proyecto tenemos: dormitorio principal con baño propio, cocina con muebles de melamina tanto altos como bajos, algunas cocinas son con kitchenette, lavandería, muebles en los

dormitorios que incluye divisiones y cajonerías, pisos de porcelanato en los baños.

Dentro de las áreas sociales que ofrece este proyecto tiene Terraza, SUM y una zona de parrillas.

La empresa que desarrolla este proyecto se llama Cúpula Inmobiliaria y es una empresa nueva en el mercado que tiene el respaldo de W Capital del grupo Wiese.

## 2. Posicionamiento de los Productos Existentes

En los 5 proyectos seleccionados se hizo un análisis en las seis variables más relevantes que fueron la ubicación del proyecto, la distribución de los ambientes de los departamentos, los acabados en los departamentos, las áreas sociales ofrecidas en el proyecto, el precio por m<sup>2</sup> ofrecido y la fachada de los edificios.

En este análisis se le dio un puntaje a cada una de las variables de los 5 proyectos y luego esta información se pasó a un diagrama radar, en este diagrama se obtendrá para cada proyecto una figura y mientras más área ocupe esta significará que el proyecto en general cuenta con mejores atributos, la información que se obtuvo fue la siguiente:

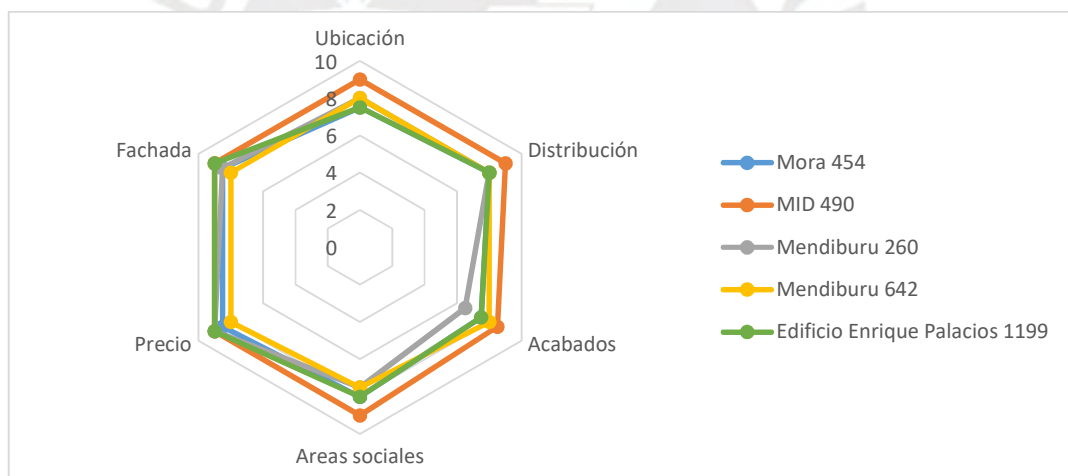


Tabla N° 02 – Atributos de la competencia

Proyecto /Atributos	Ubicación	Distribución	Acabados	Áreas sociales	Precio	Fachada
<b>Mora 454</b>	7.5	8	7.5	8	8.5	8.5
<b>MID 490</b>	9	9	8.5	9	9	9
<b>Mendiburu 260</b>	8	8	6.5	7.5	9	8.5
<b>Mendiburu 642</b>	8	8	8	7.5	8	8
<b>Edificio Enrique Palacios 1199</b>	7.5	8	7.5	8	9	9

Fuente: elaboración propia.

Gráfico N° 07 – Diagrama radar



Fuente: elaboración propia

En base al diagrama radar se puede obtener la siguiente información:

- El Proyecto que tiene mejores atributos con respecto a los otros proyectos es el Proyecto MID 490.

- Con respecto a los otros proyectos se puede apreciar que en promedio todos tienen el mismo puntaje, destacando algunos proyectos en ciertos atributos y los otros proyectos en otros atributos.
- La idea es que nuestro proyecto tenga atributos similares o mejores a los ofrecidos por el proyecto MID 490 de manera que así podamos lograr un buen posicionamiento en el mercado.

### 3. Definición del Producto

#### 3.1 Estudio de Mercado de demanda - focus group.

El proyecto que queremos proponer es innovador ya que estamos pensando en desarrollar un producto que sea pet friendly, en el cual se tenga en cuenta que vivirán mascotas ya sean gatos o perros y que ellos necesitan ciertos acondicionamientos tanto los departamentos como las áreas comunes para una mejor calidad de vida.

Es así que considerando que estos acondicionamientos necesitaban ser validados por nuestro cliente potencial es que decidimos hacer dos focus group en dónde deberían participar por lo menos 6 personas en cada focus.

Las personas seleccionadas para participar en cada uno de los focus group fueron escogidas principalmente por dos motivos: pertenecen al nivel

socioeconómico B y son personas amantes de los animales ya sean perros o gatos.

Dentro de los objetivos principales que tuvo el focus group tenemos los siguientes:

- Saber si una persona “Pet Lover” valoraría el vivir en un proyecto inmobiliario acondicionado a ciertas necesidades de una mascota ya sea perro o gato, teniendo en cuenta que estos acondicionamientos están tanto en algunas zonas de los departamentos como en algunas zonas comunes del condominio.
- Validar los acondicionamientos propuestos en este nuevo producto y saber que otros tipos de acondicionamientos consideraría importantes que deba tener el proyecto para su mascota.
- Saber que tanto más está dispuesto a pagar nuestro potencial cliente por este tipo de producto siempre y cuando haya podido encontrar un valor en el producto ofrecido.

En ambas reuniones de los focus group el producto fue presentado a los potenciales clientes de la siguiente manera:

“Actualmente en el mercado inmobiliario de Lima existe una empresa Inmobiliaria que está pensando en desarrollar un proyecto innovador “Pet Friendly” que cuenta con solo 14 departamentos, el cual considera que tanto en el departamento como en algunas zonas de las áreas comunes estén acondicionadas pensando en una mascota ya sea perro o gato y de esta manera nuestra mascota pueda disfrutar más el lugar en donde vive, la tenencia responsable de las mascotas estará descrito en el Reglamento interno del condominio”.

A continuación, se les presentó los siguientes acondicionamientos usando para ello imágenes referenciales, dichos acondicionamientos están pensados tanto en los gatos como en los perros y son los siguientes:

- Estamos considerando que existan unos “corredores elevados” dentro del departamento, así como pases entre los ambientes en los lugares que el cliente escoja y siempre y cuando no afecte el funcionamiento estructural del edificio, la idea aquí es que el gato disfrute el desplazarse de manera libre por algunas partes elevadas dentro del departamento, así que también tenga la posibilidad de pasar de un ambiente a otro a través de los pases que irían en los muros de tabiquería, para ello se mostró las siguientes imágenes:

Imagen N° 06: Corredores elevados



Fuente: Imagen de internet

Imagen N° 07: Corredores elevados



Fuente: Imagen de internet

## Imagen N° 08: Pases en los corredores



Fuente: Imagen de video de YouTube

- Estamos considerando que existan unos “miradores exteriores” en las ventanas de algunos ambientes, en este caso la idea es que el gato disfrute: el mirar hacia la calle, el viento que viene de la zona exterior y el contemplar desde lo alto de estos miradores. Estos miradores dispondrán de elementos de seguridad de manera que no haya la posibilidad de algún tipo de accidente, para todo esto se mostraron las siguientes imágenes referenciales:

Imagen N° 09: Miradores exteriores



Fuente: Imagen de internet

- Estamos considerando que el proyecto cuente con un “cerco antifuga” el cual estará ubicado en la zona periférica del condominio y tiene la finalidad de impedir que algún gato pueda tener acceso a la calle en caso escape de alguno de los departamentos, estos elementos tendrían un diseño parecido a las siguientes imágenes:

Imagen N° 10: Cerco anti fuga



Fuente: Imagen de internet

- Estamos considerando que existan “pases en las puertas” que serán útiles tanto para perros como para gatos, estos pases irán en las puertas de los ambientes de los departamentos, de manera que los gatos o perros puedan acceder a cualquiera de los ambientes. En este caso estamos considerando que estos pasen se ubiquen solo en las puertas que el cliente defina, las imágenes que nos pueden dar una idea de estos elementos son las siguientes:



### Imagen N° 11: Pases en las puertas



Fuente: Imagen de internet

- Nuestro proyecto contará con una “malla anti caídas” en la zona donde hubiera terrazas o balcones de manera que si en caso el gato o perro decidiera saltar por ella no lo pueda hacer, la imagen de esta malla sería similar a lo que mostramos a continuación:

Imagen N° 12: Malla anti caídas



Fuente: Imagen de internet

- Estamos considerando que exista un ambiente especial para los gatos en donde ellos puedan realizar las siguientes actividades: descansar cómodamente, recibir sus alimentos, tener sus rascadores para que se des estresen y limen sus uñas, las imágenes referenciales para esta propuesta son las siguientes:

Imagen N° 13: Ambiente para los gatos



Fuente: Imagen de internet

- Estamos considerando que tengan una habitación exclusiva para ellos la cual también podrá contar con un área verde de grass natural que tendrá un área aproximada de 1.5 a 2.0 m<sup>2</sup>, las ventanas bajas de este ambiente contarán con ventanas bajas de manera que por allí la mascota tenga una visión de la zona de la calle. La imagen referencial de esta zona sería la siguiente:

Imagen N° 14: Ambiente para los perros



Fuente: Imagen de internet

Imagen N° 15: Mirador para los perros



Fuente: Imagen de internet

Muy aparte de todo lo expuesto anteriormente en cada nivel del edificio habrá dispensadores de bolsas por si fuera necesario limpiar las excretas de nuestra mascota, así como material higiénico de limpieza.

Al ver todas estas alternativas de implementación las personas que participaron en el focus group dieron sus opiniones al respecto, así como expresaron de acuerdo a su experiencia que otras implementaciones necesitarían ellos para su mascota.

También se les pregunto si ellos valorarían un área común para los gatos o perros, ambientes que podrían ser similares a las siguientes imágenes:

Imagen N° 16: Zona común para los gatos



Fuente: Imagen de internet



Y este proyecto cuenta con todos los atributos descritos anteriormente y se está teniendo en cuenta las recomendaciones dadas por Usted, le hacemos las siguientes preguntas:

- a) ¿Usted le encuentra algún valor a un Proyecto Pet Friendly tal cual se ha descrito anteriormente?
- b) En caso sí, ¿Qué es lo que más valora?, ¿Qué es lo que menos valora?
- c) ¿Qué le gustaría adicionalmente que tuviera un departamento Pet Friendly?

Si hoy hubiera una inmobiliaria en el mercado la cual tiene el departamento que Usted está buscando y está en capacidad de comprarla y en ese momento aparece una 2da inmobiliaria con un proyecto tan igual como el de la primera inmobiliaria, pero con el valor agregado que es un proyecto Pet friendly, d) ¿en cuál de las 2 inmobiliarias compraría su departamento? Si fuera la 2da inmobiliaria, e) ¿estaría dispuesto a pagar más?, f) ¿Cuánto más?

Luego de haber tomado en cuenta los resultados valiosos de los dos focus group tenemos la siguiente información:

Con respecto a las opiniones de lo propuesto se tiene la siguiente información proporcionada por las personas que participaron del focus group:

- Consideran importante que en el reglamento interno quede claramente redactado las normas de convivencia y que no se permita una población grande de mascotas en los departamentos.
- Las mascotas siempre quieren y necesitan sentir el aire y el sol por ello debe haber bastante ventilación en los ambientes del departamento.
- Tener el arenero del gato en la zona exterior del vano de ventana sería excelente para así disminuir el ingreso de los olores ocasionados por la excreta del gato.
- El cerco anti fuga es una buena idea, pero debe ser diseñado en un mayor tamaño y la superficie tiene que ser lisa ya que en la imagen referencial propuesta se está considerando una malla y podría el gato escapar.
- Si la terraza tiene la malla protectora hará que el ambiente sea muy cerrado y cambia la estética de la fachada, mejor si fuera una malla con posibilidad de apertura y cierre.
- Se debe considerar que los departamentos tengan un balcón o terraza para la mascota.



- En el ambiente de la mascota debería considerarse un balcón o una terraza.
- El área social para las mascotas es muy probable que no pueda funcionar de una manera correcta ya que podría ocasionar problemas con el tema del pago del mantenimiento ya que no a todos les gustara llevar a su mascota a ese espacio. Igual si hubiera o no este espacio, no incidiría en la decisión de compra.
- El espacio de área verde en el ambiente de la mascota me parece aceptable ya que podré sembrar algunas hierbas para que las coma mi mascota.
- El ambiente individual para mi mascota me parece genial.
- Todos los pisos de los ambientes deben ser de fácil limpieza ya que siempre hay riesgo de que la mascota haga sus necesidades dentro del departamento.
- Consideran importante que el área común luzca como un ambiente más natural para el animal.
- La malla anti caída debería ser parte del diseño original, tal vez podría tener algo de vegetación que sería disfrutado por las personas y las mascotas.
- Debe evaluarse si es recomendable que donde come la mascota, allí mismo la mascota realice sus necesidades fisiológicas.

- El espacio exterior para el gato es una buena idea, pero se prefiere que este espacio sea de fácil acceso para el dueño y que en todo momento se tenga la posibilidad de ver a la mascota.

Dentro de lo propuesto lo que más valoran es lo siguiente:

- Los espacios en donde la mascota reciba sol y aire y así sienta la naturaleza en su entorno, el público lo considera como algo muy importante en la vida de sus mascotas.
- El espacio que cuelga de las ventanas ya que desde allí los gatos “alucinan desde arriba y se creen los dueños de todo el mundo”.
- El ambiente del perro será importante para él ya que podrá ver la zona exterior de la calle.
- Los corredores elevados y los pases entre ambientes para que por allí camine el gato.
- La habitación propia para la mascota.
- Que el Proyecto se encuentre cerca al malecón de la Marina y halla suficiente espacio natural para pasear con la mascota.

Dentro de lo propuesto lo que menos valoran es lo siguiente:

- La decoración de los ambientes, prefieren que haya elementos funcionales y que hagan la vida más cómoda para la mascota.

Que otros acondicionamientos le agregaría al proyecto:

- Quisiera que haya plantas y área verde en la zona común del condominio.
- Prefiero que el condominio tenga un ascensor exclusivo para las mascotas ya que no me gustan los olores que expiden y también considero necesario que haya una limpieza continua en todas las zonas comunes.
- Sería genial que el condominio cuente con una veterinaria cerca al mismo edificio por lo menos.
- Me gustaría que el hall del condominio transmita la personalidad “pet friendly”.
- Me gustaría que hubiera un lavadero especial para las mascotas, para allí poder lavar los elementos de la mascota o inclusive para poder bañarlo allí.

- Quisiera que haya protecciones en las esquinas de las paredes para evitar que se ensucien ya que las mascotas tienden a frotarse en dichas zonas.
- Que haya rascadores para los gatos en la zona de los “corredores elevados”.

Lo que luego se les consulto fue acerca del precio para lo cual se planteó lo siguiente:

Si hubiera 2 proyectos iguales y la única diferencia fuera que uno de ellos es Pet Friendly, el cual tiene las implementaciones propuestas, ¿cuánto más estaría dispuestos a pagar por este último proyecto?

Para esta pregunta hubo diversas respuestas, de acuerdo a ello lo montos adicionales por los cuales estaban dispuestos a pagar fueron entre US\$ 8,000 y US\$ 20,000.

### 3.2 Conclusiones del focus group.

Dentro de las conclusiones halladas en ambos focus group tenemos las siguientes:

- Las personas han valorado la mayoría de las implementaciones propuestas, sobre todo los corredores elevados, el ambiente-dormitorio para la mascota y el ambiente exterior.
- Entre los nuevos acondicionamientos que solicitan es que en el ambiente de la mascota que haya un balcón o terraza.
- En promedio el precio adicional que podrían pagar es de US\$ 10,000.
- Hay cierto grado de necesidades distintas entre los entrevistados debido a gustos personales y por necesidades propias de cada mascota, por lo cual optaríamos por personalizar los acabados para cada cliente, siempre partiendo de un diseño original.

#### 4. Conclusiones de la prueba del producto

Podemos concluir que el Producto que estamos proponiendo tiene bastante acogida en el mercado estudiado, en el focus group desarrollado se pudo obtener información valiosísima acerca de las necesidades que tienen las personas pet friendly deseosos de comprar un departamento, pudimos validar muchas de las propuestas planteadas para nuestro proyecto, así como pudimos conocer acerca de otras necesidades de nuestro público objetivo y a estas mismas necesidades buscarle una solución implementada en nuestro Proyecto, por ello será necesario considerar algunas variaciones en lo propuesto inicialmente.

También hemos podido notar que este público requiere y necesita que el producto se pueda personalizar ya que hay gustos diversos los cuales estamos dispuestos a atender.



## CAPITULO 4.- DISEÑO DEL PROYECTO

El proyecto fue diseñado en base a: los parámetros urbanísticos proporcionados por la Municipalidad de Miraflores, la oferta encontrada en el mercado inmobiliario y la información obtenida en los 2 focus group.

### 1. Planta general del proyecto

En la planta general del proyecto se ubica lo siguiente:

- Ingreso y rampa para acceder al semisótano.
- Ingreso al edificio.
- Elevador para discapacitados o personas adulto mayor.
- Un jardín exterior.
- Hall de ingreso del edificio a nivel +1.40 m.
- Ascensor para 8 personas.
- Antecámara.
- Escalera de evacuación.

También encontramos el departamento Tipo 1 el cual tiene la numeración 101, con un área de 70.20 m<sup>2</sup> y consta de los siguientes ambientes:

- Sala comedor
- Cocina con kitchenette
- Lavandería
- Cuarto para la mascota

- Dormitorio principal
- Baño

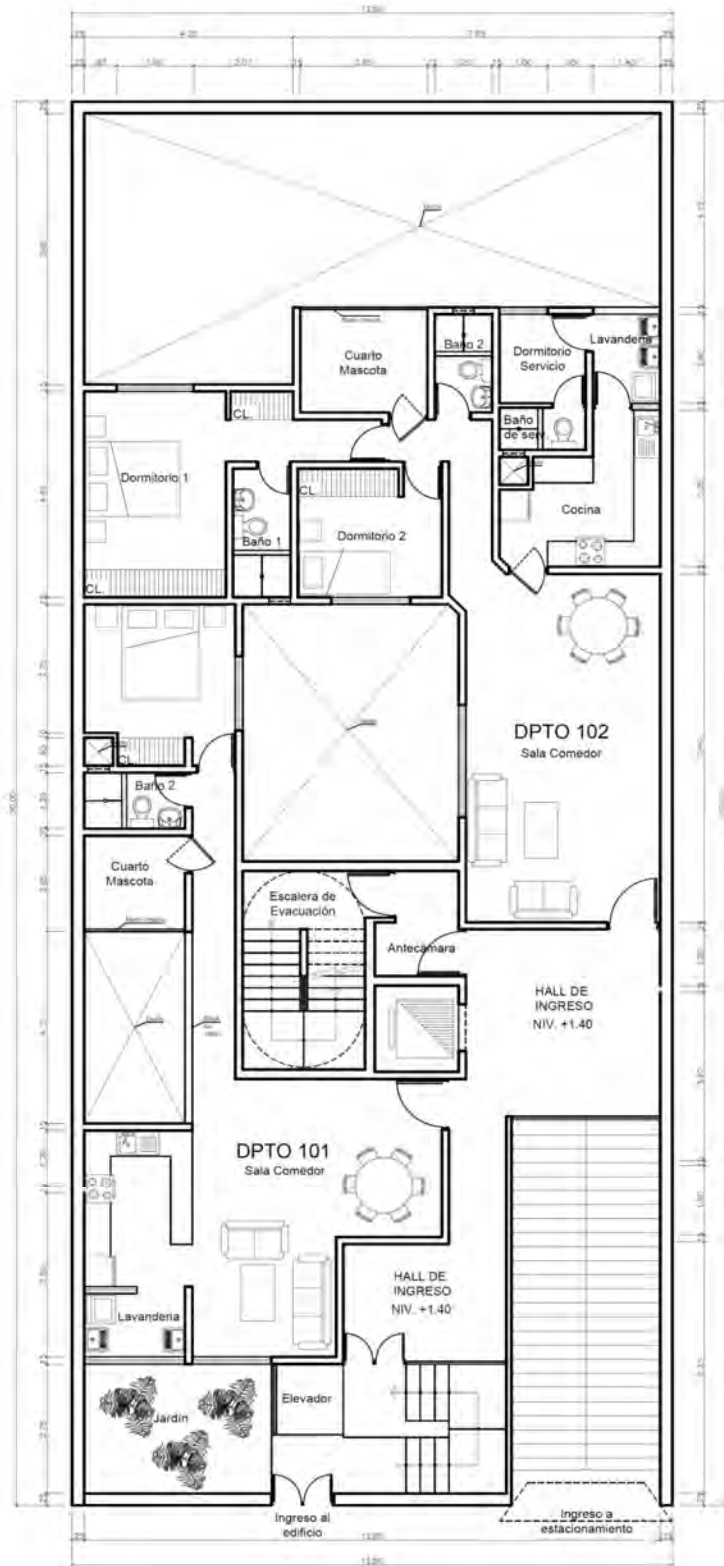
Y finalmente tenemos el departamento Tipo 2 el cual tiene la numeración 102, con un área de 102.10 m<sup>2</sup> y consta de los siguientes ambientes:

- Sala comedor
- Cocina con kitchenette
- Lavandería
- Dormitorio principal con baño incluido
- Dormitorio 02
- Dormitorio de servicio con baño incluido
- Baño de visita
- Cuarto para la mascota.

La distribución de esta planta general la podemos apreciar en el siguiente plano arquitectónico:



Imagen N° 18: Plano de primer piso



Fuente: Elaboración propia

## 2. Planta de los niveles superiores

Los niveles superiores son típicos desde el piso 2 hasta el piso 7 y tienen dos tipos de departamentos el tipo 2 y el tipo 3.

En la planta típica del proyecto se ubica lo siguiente:

- Hall de ingreso hacia los departamentos.
- Ascensor para 8 personas.
- Antecámara.
- Escalera de evacuación.

También se encuentra el departamento Tipo 2 el cual tiene la numeración 202, 302, 402, 502, 602 y 702 con un área de 102.10 m<sup>2</sup> cada uno de los departamentos y consta de los siguientes ambientes:

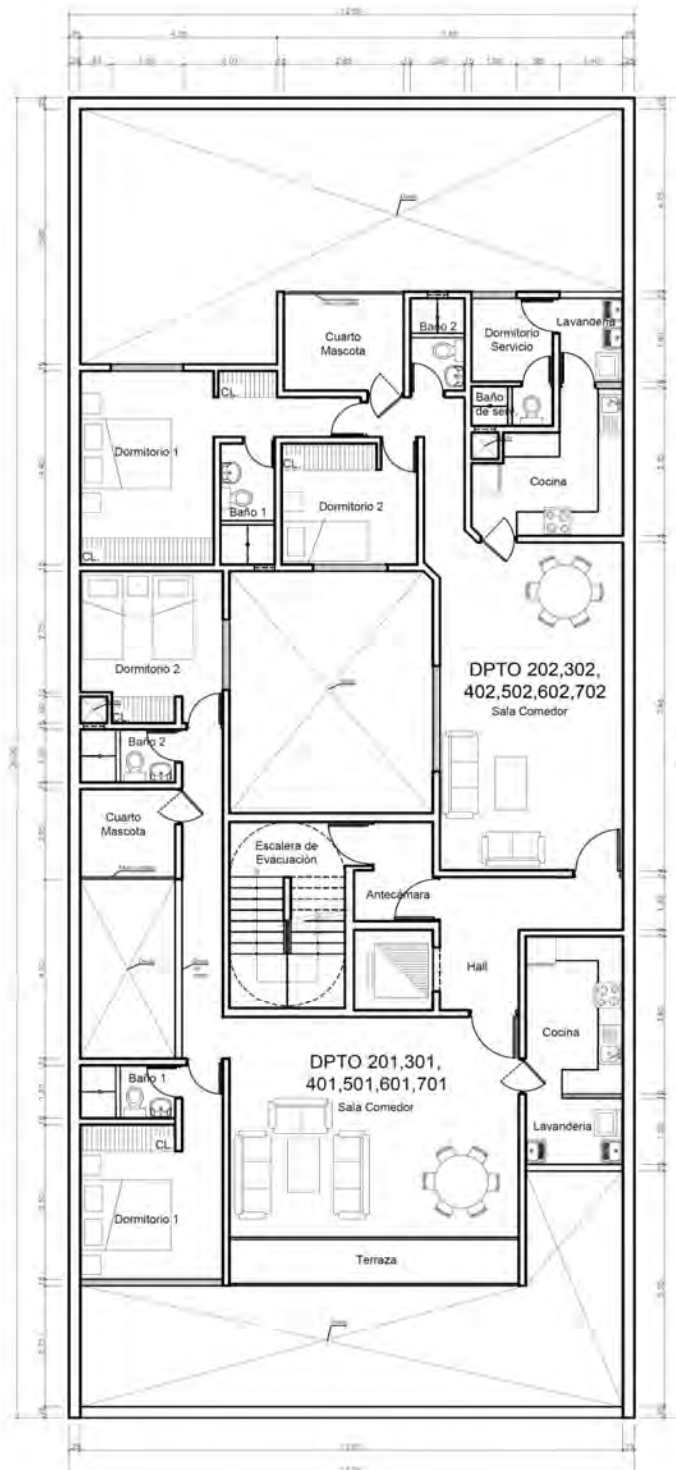
- Sala comedor
- Cocina con kitchenette
- Lavandería
- Dormitorio principal con baño incluido
- Dormitorio 02
- Dormitorio de servicio con baño incluido
- Baño de visita
- Cuarto para la mascota.

Y finalmente tenemos el departamento Tipo 3 el cual tiene la numeración 201, 301, 401, 501, 601 y 701 con un área de 102.35 m<sup>2</sup> cada uno de los departamentos y consta de los siguientes ambientes:

- Sala comedor
- Terraza
- Cocina con kitchenette
- Lavandería
- Dormitorio principal con baño incluido
- Dormitorio 02
- Dormitorio de servicio con baño incluido
- Baño de visita
- Cuarto para la mascota.

La distribución de esta planta típica la podemos apreciar en el siguiente plano arquitectónico:

Imagen N° 19: Planta típica



Fuente: Elaboración propia

### 3. Planta del semisótano

En el semisótano del proyecto tenemos lo siguiente:

- Rampa de estacionamiento.
- Zona de circulación para los autos.
- Zona de antecámara a las escaleras.
- Ascensor.
- Escaleras de evacuación.
- Los estacionamientos 1, 2, 3, 4, 5 y 6.
- El depósito 01 de área 1.97 m<sup>2</sup>.
- El depósito 02 de área 1.71 m<sup>2</sup>.
- El depósito 03 de área 1.71 m<sup>2</sup>.

La distribución de esta planta del semisótano podemos apreciar en el siguiente plano arquitectónico:

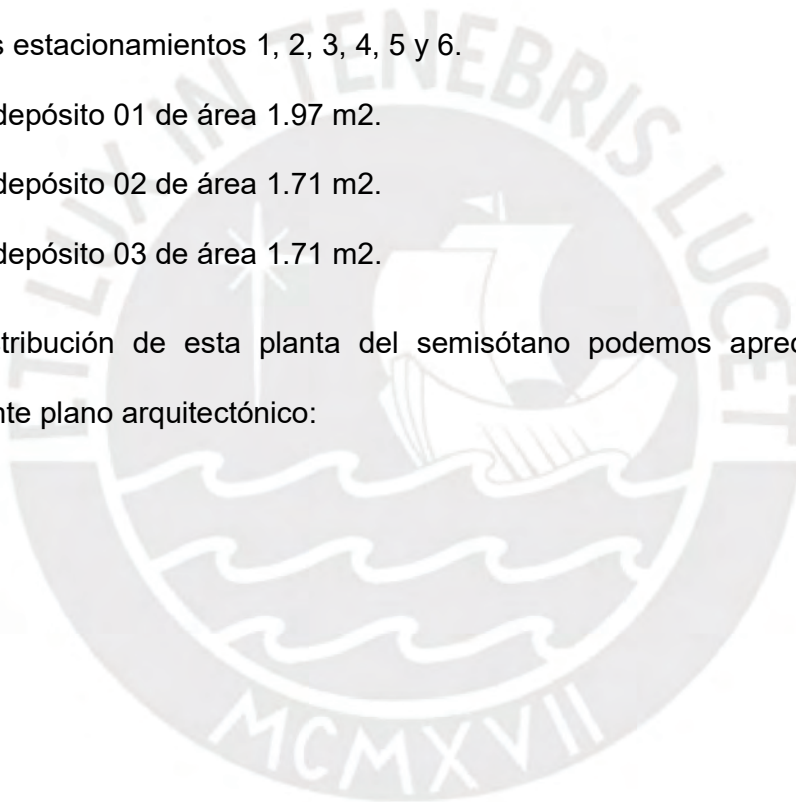
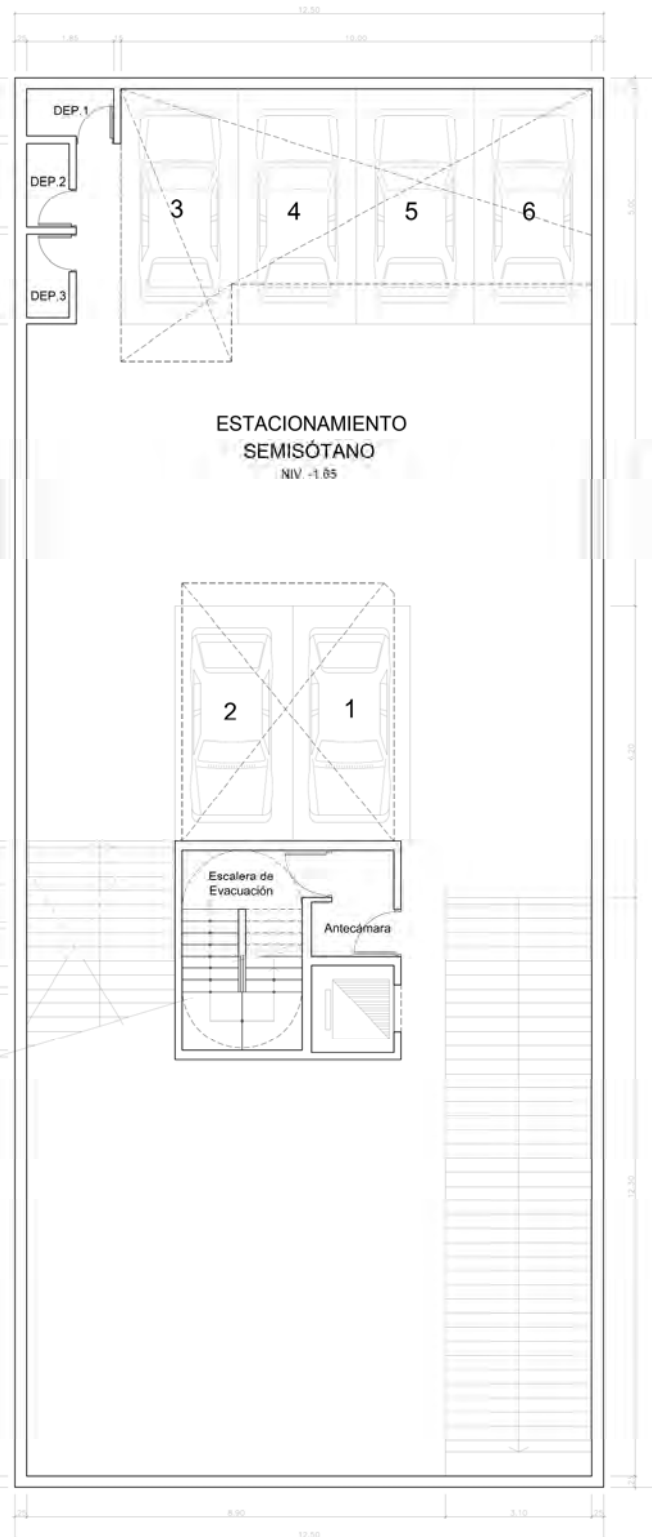


Imagen N° 20: Plano del Semisótano



Fuente: Elaboración propia

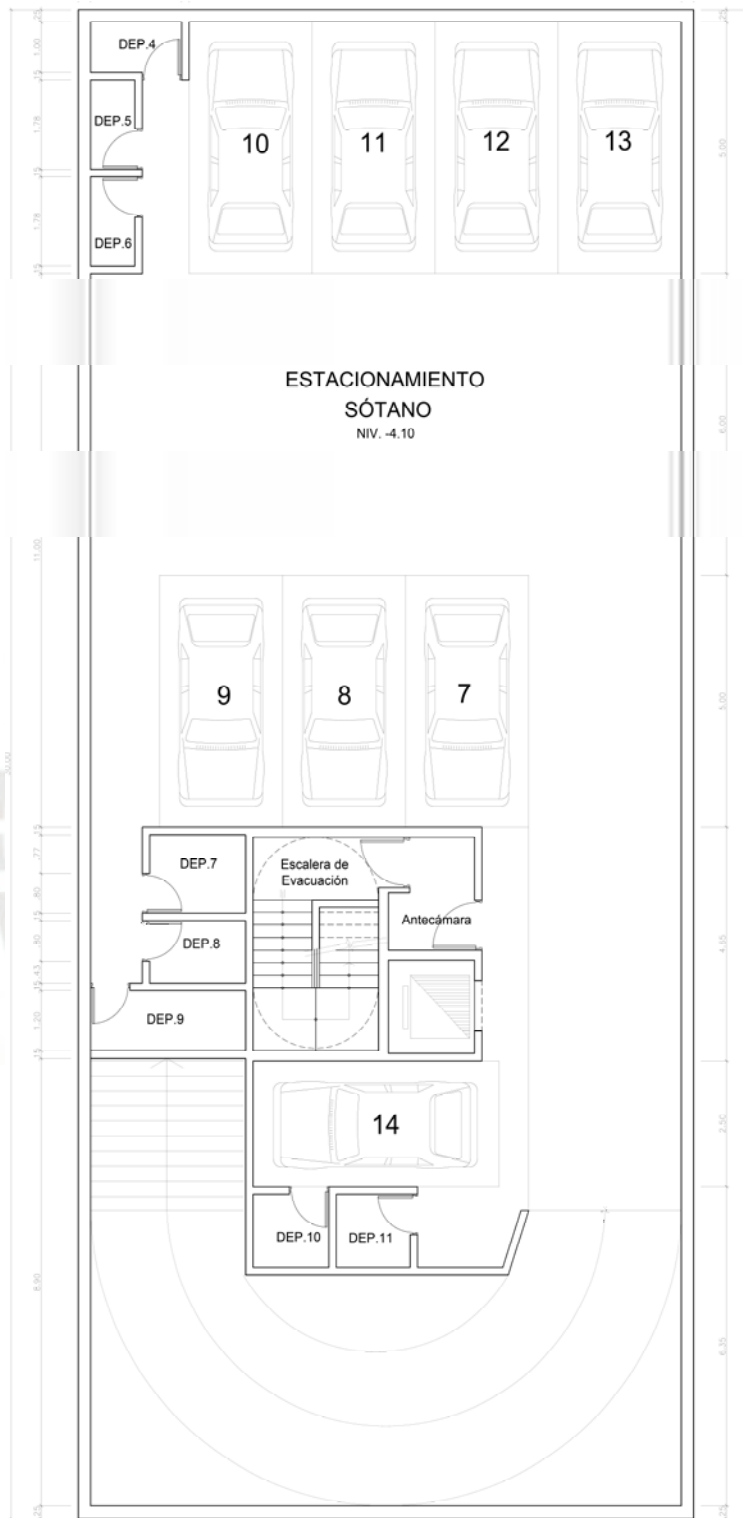
#### 4. Planta del sótano

En el sótano del proyecto tenemos lo siguiente:

- Rampa de estacionamiento.
- Zona de circulación para los autos.
- Zona de antecámara a las escaleras.
- Ascensor.
- Escaleras de evacuación.
- El depósito 03 de área 1.71 m<sup>2</sup>.
- El depósito 04 de área 1.97 m<sup>2</sup>.
- El depósito 05 de área 1.71 m<sup>2</sup>.
- El depósito 06 de área 1.71 m<sup>2</sup>.
- El depósito 07 de área 3.17 m<sup>2</sup>.
- El depósito 08 de área 2.52 m<sup>2</sup>.
- El depósito 09 de área 3.84 m<sup>2</sup>.
- El depósito 10 de área 2.37 m<sup>2</sup>.
- El depósito 11 de área 2.43 m<sup>2</sup>.

El plano de distribución lo podemos ver en la siguiente imagen:

Imagen N° 21: Plano del sótano



Fuente: Elaboración propia



## 5. Conclusiones del diseño del proyecto

El diseño del Proyecto ha sido desarrollado en base a los parámetros urbanísticos proporcionados por la Municipalidad de Miraflores, la oferta encontrada en el mercado inmobiliario y la información obtenida en los 2 focus group.

Al desarrollar el proyecto se ha obtenido un edificio de 7 pisos, un semisótano y un sótano, en total de 14 departamentos de los cuales uno tiene un área de 70.20 m<sup>2</sup>, siete departamentos tienen un área de 102.10 m<sup>2</sup> y seis departamentos tienen un área de 102.35 m<sup>2</sup>, estos últimos tienen un balcón, asimismo se cuenta con 14 estacionamientos y 11 depósitos repartidos en un semisótano y en un sótano.

En general los departamentos constan de los siguientes ambientes: sala comedor, terraza, cocina con kitchenette, lavandería, dormitorio principal con baño incluido, dormitorio 02, dormitorio de servicio con baño incluido, baño de visita, cuarto para la mascota.

## CAPITULO 5.- PRESUPUESTO DEL PROYECTO

### 1. Presupuesto del terreno

Para este presupuesto estamos considerando el costo del mismo terreno, el pago de la alcabala y pago de gastos legales, registrales y notariales, el detalle es el siguiente:

Tabla N° 03: Costo del terreno

<b>Terreno</b>	<b>Sin IGV</b>	<b>IGV (US\$)</b>	<b>Total (US\$)</b>
Terreno	862,500	-	862,500
Alcabala (3%)	25,875	-	25,875
Estudio legal de títulos	2,960	533	3,493
Gastos Registrales	2,250	405	2,655
Gastos notariales	1,150	207	1,357
<b>Total Terreno</b>	<b>894,735</b>	<b>1,145</b>	<b>895,880</b>

Fuente: Elaboración propia

### 2. Presupuesto de Estudios, proyectos y licencias.

Para este presupuesto estamos considerando el desarrollo de las siguientes especialidades:

- Diseño de la arquitectura.
- Diseño de las estructuras.
- Diseño de las instalaciones sanitarias.
- Diseño de las instalaciones eléctricas.

- Diseño del sistema de gas.
- El estudio de mecánica de los suelos.

En el caso del desarrollo de la arquitectura haremos un concurso entre una terna de Arquitectos, en donde se evaluara variables como: distribución de los ambientes, mayor área vendible, la fachada del edificio, etc.

Tabla N° 04: Costo de estudios, proyectos y licencias

<b>Estudios, proyectos y licencias</b>	<b>Sin IGV</b>	<b>IGV (US\$)</b>	<b>Total (US\$)</b>
Diseño de Arquitectura	17,053	3,069	20,122
Diseño de las Estructuras	8,526	1,535	10,061
Diseño de las Instalaciones sanitarias	4,263	767	5,031
Diseño de las Instalaciones eléctricas	4,263	767	5,031
Diseño de las Instalaciones de gas	2,842	512	3,354
Estudio de suelos	2,550	459	3,009
Levantamiento topográfico	650	117	767
Gastos notariales	1,458	262	1,720
Gastos registrales	1,850	-	1,850
Licencias para la construcción	8,560	-	8,560
Seguros	1,550	279	1,829
Comisión de estructuración	12,500	2,250	14,750
Impuesto municipal	1,785		1,785
Conexiones domiciliarias	2,250	405	2,655
<b>Total Estudios, proyectos y licencias</b>	<b>70,101</b>	<b>10,423</b>	<b>80,524</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3. Presupuesto de obra

Para el presupuesto de obra se ha considerado un precio unitario por m<sup>2</sup> de área techada en el edificio (desde el nivel 1 al 7) de 695 dólares por m<sup>2</sup>, esto en base a un precio existente en el mercado a un proyecto muy similar al que queremos nosotros desarrollar, en base a este mismo proyecto del mercado es que se ha obtenido el precio por m<sup>2</sup> en la zona del sótano y semisótano obteniéndose el precio de 465 dólares por m<sup>2</sup>.

Estamos considerando que la ejecución de la obra la realizaremos de manera propia, es decir que no la contrataremos a una empresa externa de manera que podamos tener un mayor control en la ejecución de la obra y ahorremos en el costo de la obra.

Por otro lado, estamos considerando dentro de este presupuesto de obra el costo por el acondicionamiento que se harán en el proyecto como son: el cuarto de la mascota, los elevadores, pases en las paredes, puertas con pases, cerco anti fuga, malla anti caídas, terraza para la mascota o elemento similar, dispensador en cada nivel del edificio, todo esto implica un mayor costo de 4,143 dólares americanos incluido el IGV por departamento.

Este detalle se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla N° 05: Costo por los acondicionamientos

Descripción.	Costo inc. IGV (US\$)
Cuarto de la mascota	1250
Corredores elevados	655
Pases en las paredes	250
Puertas con pases	180
Cerco anti fuga	93
Malla anti caída	250
Mirador para la mascota o elemento similar	450
Dispensador en cada nivel	40
Protección en las esquinas	125
Varios	850
<b>Total x depa (US\$)</b>	<b>4143</b>

Fuente: Elaboración propia

El detalle del presupuesto de la obra que ejecutaremos la mostramos en la siguiente tabla:

Tabla N° 06: Costo de obra

Costo de construcción				
Descripción	Área (m2)	PU con IGV (US\$)	IGV costo (US\$)	Total (US\$)
Torre (departamentos + áreas comunes)	1,624	695	138,576	1,128,402
Sótano y semisótano	650	465	37,124	302,297
Cisterna (inc equipamiento)	36	580	2,529	20,590
Acondicionamiento de las mascotas			7,123	58,000
Personalizaciones			2,149	17,500
<b>Total construcción</b>	<b>2,309</b>	<b>661</b>	<b>187,500</b>	<b>1,526,789</b>

Fuente: Elaboración propia

En los costos de obra también estamos considerando una partida por las personalizaciones, esto debido a que le daremos la posibilidad a que el cliente escoja entre 3 tipos de colores cual es el que prefiere para su departamento en los siguientes acabados: la mesa de granito del kitchenette, los muebles bajos y altos de la cocina, el porcelanato, muebles en los closet de los dormitorios, mármol en la mesa de los baños.

#### 4. Presupuesto de Ventas y Marketing

Con respecto a las ventas y marketing se ha considerado las siguientes partidas para ventas:

- Pago de un sueldo fijo a 1 vendedor.
- Pago de las comisiones de ventas.
- Alquiler en una casa vecina que se usará como lugar de ventas.
- Acondicionamiento de la casa vecina.
- Vigilante particular.

Con respecto a las partidas consideradas en el área de marketing tenemos las siguientes:

- Pago en redes sociales.
- Paneles de publicidad.
- Publicidad en veterinarias y albergues de animales.
- Brochure del proyecto.

El detalle es el siguiente:

Tabla N° 07: Costo de ventas y marketing

<b>Ventas y marketing</b>	<b>Sin IGV</b>	<b>IGV (US\$)</b>	<b>Total (US\$)</b>
Caseta de ventas y piloto	25,650	4,617	30,267
Publicidad	35,650	6,417	42,067
Asesores de ventas	20,455	3,682	24,136
Gestor de ventas y marketing	45,000	8,100	53,100
Comisiones	30,504	5,491	35,994
Gastos varios	5,895	1,061	6,956
<b>Total ventas y marketing</b>	<b>163,153</b>	<b>29,368</b>	<b>192,521</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.5 Presupuesto de Administración y financiero

En este presupuesto estamos considerando las partidas detalladas en la siguiente tabla:

Tabla N° 08: Costos de administración y financiero

<b>Administración y financiero</b>	<b>Sin IGV</b>	<b>IGV (US\$)</b>	<b>Total (US\$)</b>
Gerente de proyectos	106,875	19,238	126,113
Gastos de oficina	16,500	2,970	19,470
Gastos legales	1,895	341	2,236
Post venta	13,300	2,394	15,694
IGV a pagar	25,453		25,453
Varios	5,652	1,017	6,669
<b>Total Administración y financiero</b>	<b>169,675</b>	<b>25,960</b>	<b>195,635</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 6. Conclusiones del presupuesto del proyecto

Los gastos totales del proyecto ascienden en un total de US\$ 3'548,256 de estos gastos los que más inciden son el costo del terreno y el costo de la construcción, los cuales representan un 31% y 53% respectivamente del costo total, por lo que deben ser los gastos en los cuales se deben tener una mayor certeza y mayor control.

En el presupuesto de obra se ha considerado también los gastos por las personalizaciones a realizar en los departamentos para los acondicionamientos para las mascotas, asimismo se ha considerado un monto debido a los mayores costos que abran debido a que los clientes podrán elegir en algunos tipos de acabados.



Consideramos en general que estamos considerando todos los gastos necesarios para ejecutar un buen proyecto y ser competitivos y la probabilidad que hayan mayores costos es baja.



## CAPITULO 6.- PLAN DE MARKETING

### 1.Segmentación

#### a) Población por ubicación geográfica

Según el “Market Report” de la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública SAC (CPI) la población total de Lima departamento en el 2017 era de 11'181,700 habitantes y contaba con 2'982,200 hogares.

Por otro lado según el CPI en la Lima Metropolitana (Provincia de Lima más la provincia del Callao) la cantidad de población en el 2017 era de 10'209,300 habitantes lo que representa un total de 2'732,700 hogares.

En el distrito de Miraflores en donde se desarrollará el Proyecto inmobiliario propuesto la cantidad de población es de 85,800 habitantes (ver tabla N° 09), esto según la población y hogares según distritos 2017 de Lima Metropolitana de un total de 10'209,300 habitantes.

Tabla N° 09: Estadística de población y hogares

**Cuadro N° 8**  
**LIMA METROPOLITANA: POBLACIÓN Y HOGARES SEGÚN DISTRITOS 2017**  
 (En miles)

No.	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES
1	San Juan de Lurigancho	1,121.3	11.0	275.9
2	San Martín de Porres	722.3	7.1	175.2
3	Alte	646.9	6.3	158.6
4	Comas	541.2	5.3	139.0
5	Villa El Salvador	475.5	4.7	115.7
6	Villa María del Triunfo	461.2	4.5	114.8
7	San Juan de Miraflores	416.0	4.1	107.4
8	Los Olivos	382.8	3.7	107.4
9	Puente Piedra	362.1	3.5	89.3
10	Santiago de Surco	357.6	3.5	107.8
11	Chorrillos	335.6	3.3	89.4
12	Carabaylo	310.1	3.0	75.2
13	Lima	282.8	2.8	92.5
14	Santa Anita	234.8	2.3	59.9
15	Lurigancho (Chosica)	224.9	2.2	56.0
16	Independencia	223.6	2.2	67.8
17	El Agustino	196.9	1.9	52.1
18	La Molina	176.2	1.7	48.0
19	La Victoria	177.7	1.7	56.4
20	Rimac	170.6	1.7	50.5
21	San Miguel	140.9	1.4	44.8
22	Pachacamac	132.8	1.3	32.4
23	San Borja	116.7	1.1	37.8
24	Surquillo	94.9	0.9	33.0
25	San Mateo	87.4	0.8	27.2
26	Miraflores	85.8	0.8	33.7
27	Pueblo Libre	73.4	0.7	27.7
28	Breña	78.9	0.8	26.4
29	Jesús María	74.7	0.7	23.9
30	San Luis	59.6	0.6	19.5
31	Magdalena del Mar	56.9	0.6	19.0
32	San Isidro	56.8	0.6	23.2
33	Lince	52.4	0.5	18.9
34	Cieneguilla	48.4	0.5	11.8
35	Chaclacayo	44.9	0.4	13.2
36	Ancón	44.6	0.4	12.0
37	Barranco	31.2	0.3	10.9
38	Santa Rosa	19.3	0.2	4.7
39	Pucusana	17.5	0.2	4.3
40	Punta Negra	8.1	0.1	2.2
41	San Bartolo	7.9	0.1	2.2
42	Punta Hermosa	7.8	0.1	2.2
43	Santa María del Mar	1.6	0.0	0.4
<b>Total Provincia De Lima</b>		<b>9,170.6</b>	<b>89.8</b>	<b>2,463.6</b>
44	Callao	433.0	4.3	109.7
45	Ventanilla	360.0	3.6	92.0
46	Bellavista	79.4	0.8	21.8
47	La Perla	65.2	0.6	17.0
48	Mi Perú	53.3	0.5	13.6
49	Carmen de La Legua Reynoso	43.7	0.4	13.7
50	La Punta	4.1	0.0	1.3
<b>Total Provincia del Callao</b>		<b>1,038.7</b>	<b>10.2</b>	<b>299.1</b>
<b>Total Lima Metropolitana</b>		<b>10,209.3</b>	<b>100.0</b>	<b>2,762.7</b>

FUENTE: INEI. - Estimaciones y proyecciones de población.  
 SUBDIRECCIÓN DEPARTAMENTAL DE ESTADÍSTICA - C.A.S.

Fuente: INEI. - Estimaciones y Proyecciones de Población, elaboración: Market report N° 07 - agosto 2017 Departamento de Estadística CPI

b) Nivel Socioeconómico de acuerdo a la ubicación geográfica

En el APEIM 2017 (ver tabla N° 10) según nivel Socioeconómico a Lima Metropolitana se le separa en 11 zonas, teniendo la zona 7 a los distritos de San Isidro, Miraflores, San Borja, Surco y la Molina y en esta zona el porcentaje de personas pertenecientes al NSE B es del 43,3 %, con respecto al total de Lima Metropolitana el porcentaje de personas pertenecientes al NSE B es del 21.7 %.

Tabla N° 10: Zonas geográficas

**Cuadro N° 12**

LIMA METROPOLITANA: PERSONAS POR ZONAS GEOGRÁFICAS APEIM SEGÚN NIVEL SOCIOECONÓMICO 2017

ZONAS		PERSONAS		ESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA APEIM (% HORIZONTAL)				
		Miles	% sobre Lima Metropol.	A	B	C	D	E
1	Puente Piedra, Comas, Carabayillo.	1,213.4	11.9	0.5	10.9	46.6	29.8	12.2
2	Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras.	1,328.7	13.0	2.0	23.7	52.1	19.8	2.4
3	San Juan de Lurigancho.	1,121.3	11.0	0.0	19.1	44.2	26.7	10.0
4	Cercado, Rimac, Breña, La Victoria.	710.0	7.0	4.3	27.1	44.6	20.2	3.8
5	Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino.	1,408.0	13.8	2.1	12.3	42.7	34.0	8.9
6	Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel.	404.2	4.0	13.7	58.0	22.1	5.4	0.8
7	Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina.	795.0	7.8	35.9	43.3	14.9	4.5	1.4
8	Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores.	877.7	8.6	3.9	26.6	44.6	20.5	4.4
9	Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurin, Pachacamac.	1,157.0	11.3	0.0	6.3	45.7	36.6	11.4
10	Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla y Mi Perú	1,038.7	10.2	1.2	19.7	44.2	23.8	11.1
11	Cienuquilla y Baños	155.3	1.5	0.0	8.1	47.6	25.4	18.9
<b>TOTAL LIMA METROPOLITANA</b>		<b>10,209.3</b>	<b>100.0</b>	<b>4.8</b>	<b>21.7</b>	<b>42.4</b>	<b>23.8</b>	<b>7.3</b>

FUENTE: APEIM - Estructura socioeconómica 2016.  
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - CPI

Fuente: APEIM – Estructura Socio económica 2016.

Elaboración: Market Report N°07-agosto 2017 Departamento de Estadística CPI.

c) Población y Edad

Según el Market Report N° 07 - agosto 2017 (ver tabla N° 11) la población de Lima Metropolitana que tiene entre 18 y 24 años representa el 13% del total, los que tienen entre 25 y 39 años representa el 24.5% del total y los que tienen más de 56 años representan el 14.9%.

Tabla N° 11: Población por grupos

**Cuadro N° 10**

LIMA METROPOLITANA: POBLACIÓN POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD 2017

GRUPOS DE EDAD	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	Miles	%	Miles	%	Miles	%
00 - 05 años	954.5	9.3	487.7	9.8	466.8	8.9
06 - 12 años	1,106.5	10.8	565.5	11.4	541.0	10.3
13 - 17 años	838.4	8.2	419.7	8.5	418.7	8.0
18 - 24 años	1,326.6	13.0	654.8	13.2	671.8	12.8
25 - 39 años	2,492.3	24.5	1,204.4	24.4	1,287.9	24.4
40 - 55 años	1,966.6	19.3	939.2	18.9	1,027.4	19.6
56 - + años	1,524.4	14.9	685.7	13.8	838.7	16.0
<b>TOTAL</b>	<b>10,209.3</b>	<b>100.0</b>	<b>4,957.0</b>	<b>100.0</b>	<b>5,252.3</b>	<b>100.0</b>

FUENTE: INEI - Estimaciones y proyecciones de población  
ELABORACIÓN: DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICA - CPI

Fuente: INEI – Estimaciones y Proyecciones de la Población.

Elaboración: Market Report N° 07 - agosto 2017 Departamento de Estadística

CPI

Por otro lado, según IPSOS el promedio de miembros en el hogar es de 3.8 personas (ver Tabla N° 12)

Tabla N° 12: Proyección de población



Fuente: Estadística Poblacional 2017 – IPSOS

#### d) Nivel de Ingresos y Gasto Familiar

Según la tabla de Ingresos y gastos de acuerdo al nivel socio económico APEIM 2016 – Lima Metropolitana (ver tabla N° 13) el NSE B gasta un promedio familiar de S/. 4,249 y tiene un ingreso promedio de S/. 5,606. En lo que más gastan son en alimentos (787 soles), seguido de Alquiler de vivienda, combustible, electricidad y mantenimiento de la vivienda (382 soles) y luego esparcimiento (375 soles) y en lo que menos gastan es en vestido y calzado (136 soles).

Tabla N° 13: Promedios de gastos

PROMEDIOS	Lima Metropolitana							
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – <b>gasto promedio</b>	S/. 688	S/. 997	S/. 787	S/. 692	S/. 709	S/. 662	S/. 582	S/. 467
Grupo 2 : Vestido y Calzado – <b>gasto promedio</b>	S/. 98	S/. 253	S/. 136	S/. 87	S/. 92	S/. 78	S/. 62	S/. 44
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – <b>gasto promedio</b>	S/. 256	S/. 566	S/. 382	S/. 236	S/. 258	S/. 195	S/. 153	S/. 84
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – <b>gasto promedio</b>	S/. 110	S/. 611	S/. 165	S/. 65	S/. 71	S/. 55	S/. 48	S/. 37
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – <b>gasto promedio</b>	S/. 126	S/. 301	S/. 175	S/. 117	S/. 133	S/. 87	S/. 77	S/. 53
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – <b>gasto promedio</b>	S/. 209	S/. 861	S/. 361	S/. 150	S/. 168	S/. 116	S/. 74	S/. 46
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – <b>gasto promedio</b>	S/. 233	S/. 879	S/. 375	S/. 182	S/. 200	S/. 151	S/. 95	S/. 56
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – <b>gasto promedio</b>	S/. 113	S/. 286	S/. 154	S/. 101	S/. 109	S/. 86	S/. 72	S/. 57
<b>PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL</b>	<b>S/. 3,110</b>	<b>S/. 7,362</b>	<b>S/. 4,249</b>	<b>S/. 2,840</b>	<b>S/. 3,012</b>	<b>S/. 2,527</b>	<b>S/. 2,034</b>	<b>S/. 1,479</b>
<b>PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*</b>	<b>S/. 3,927</b>	<b>S/. 10,860</b>	<b>S/. 5,606</b>	<b>S/. 3,446</b>	<b>S/. 3,649</b>	<b>S/. 3,075</b>	<b>S/. 2,321</b>	<b>S/. 1,584</b>

Fuente: APEIM 2016 – Data ENAHO 2015

e) Ingreso mensual promedio del hogar en soles

Según IPSOS APOYO para el 2012 (ver tabla N° 14) en el NSE B de Lima Metropolitana el % de hogares que contaba con un ingreso entre 2,001 y 4,000 soles era del 42%, con un ingreso entre 4,001 y 8,000 soles era del 14% y con más de 8,000 soles el porcentaje era del 4%.

Tabla N° 14: Ingresos por NSE

Respuestas	TOTAL %	Nivel Socioeconómico				
		A %	B %	C %	D %	E %
Hasta 600 Soles	4	0	0	0	7	15
De 601 a 1,000 Soles	21	0	0	13	36	41
De 1,001 a 2,000 Soles	43	0	30	53	48	39
De 2,001 a 4,000 Soles	16	24	42	18	5	0
De 4,001 a 8,000 Soles	4	33	14	0	0	0
Más de 8,000 Soles	3	40	4	0	0	0
No precisa	9	3	10	16	4	5
<b>Promedio general S/.</b>	<b>2135</b>	<b>10480</b>	<b>3254</b>	<b>1634</b>	<b>1172</b>	<b>958</b>
<b>Mediana S/.</b>	<b>1400</b>	<b>5000</b>	<b>2500</b>	<b>1400</b>	<b>1100</b>	<b>900</b>

Fuente: IPSOS APOYO – Informe Gerencial de Marketing – Niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana 2012.

f) Ciclo de vida familiar

Según el perfil de personas del APEIM 2016 (ver tabla N° 15) en el NSE B el 39.3% de las personas son casadas, el 8.8% son convivientes y el 39.3% son solteros, el 4.8% son viudos, el 1.3% divorciados y el 6.5% separados.



Tabla N° 15: Ciclo de vida familiar

		Lima Metropolitana							
		Total	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
¿Cuál es su estado civil o conyugal?	Conviviente	18.7%	5.0%	8.8%	18.5%	16.5%	22.5%	27.6%	33.4%
	Casado (a)	28.0%	46.7%	39.3%	27.6%	29.8%	23.1%	18.2%	12.4%
	Viudo (a)	4.7%	5.6%	4.8%	4.5%	4.3%	4.9%	5.0%	4.0%
	Divorciado (a)	0.9%	2.0%	1.3%	0.9%	1.0%	0.8%	0.5%	0.5%
	Separado (a)	9.3%	4.8%	6.5%	10.0%	9.7%	10.5%	11.1%	12.0%
	Soltero (a)	38.3%	35.8%	39.3%	38.5%	38.7%	38.1%	37.6%	37.8%

Fuente: APEIM 2016 – Data ENAHO 2015

g) Según la educación del Jefe del Hogar

Según IPSOS APOYO en Lima Metropolitana 2012 (ver tabla N° 16) en el NSE B los Jefes del Hogar el 4% tiene educación escolar incompleta, el 22% tiene educación escolar completa, el 21% tiene educación Superior no universitaria completa y el 53% tiene educación Universitaria completa.

Tabla N° 16: Niveles socio económico

Respuestas	TOTAL %	Nivel Socioeconómico				
		A %	B %	C %	D %	E %
Ninguno / Inicial	0	0	0	0	0	4
Escolar incompleta	27	0	4	22	40	52
Primaria incompleta	7	0	0	4	10	14
Primaria completa	8	0	3	6	11	16
Secundaria incompleta	13	0	1	11	19	22
Escolar completa	40	0	22	47	48	42
Secundaria completa	31	0	9	36	39	40
Superior no universitaria incompleta	5	0	4	5	8	1
Superior universitaria incompleta	4	0	9	6	1	1
Superior no universitaria completa	15	0	21	21	12	2
Universitaria completa	17	100	53	10	0	0
Universitaria completa	15	80	47	10	0	0
Posgrado	2	20	6	1	0	0
Años de estudio (promedio)	11.5	18.1	14.8	11.7	9.6	8.4

Fuente: IPSOS APOYO – Informe Gerencial de Marketing – Niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana 2012.

## 2.Targeting

El targeting para el presente Proyecto es:

- Personas entre 18 y 39 años de edad y personas con más de 56 años de edad.
- Pertenecientes al NSE B.
- Que vivan dentro del ciclo familiar casado o soltero o también “nido vacío”.
- Con un ingreso familiar de más de S/. 8,000

Haciendo el cálculo tenemos los siguientes resultados:

- La población de Lima Metropolitana es de 10'209,300 habitantes
- El NSE B representa el 21.7 % del total es decir 2'215,418 habitantes
- El 4% de la población del NSE B tiene ingresos superiores a los 8,000 soles es decir 88,617 habitantes.
- Y de esta población las personas entre 18 y 39 años y las mayores de 56 años del NSE B representa el 52.4 % es decir 46,435 habitantes.

Como conclusión tenemos que la población potencial para el proyecto es de 46,435 habitantes.

## 3.Posicionamiento

### 3.1 Foda del proyecto

Se realizó el análisis respectivo y se obtuvo el siguiente gráfico:

Tabla N° 17: FODA

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Inexistente oferta inmobiliaria en Proyectos Pet Friendly así como lo estamos proponiendo.</li> <li>* Aumento de personas que cada vez tienen más mascotas ya sea gatos o perros.</li> <li>* Aumento de personas solteras que gustan de compartir su departamento con una mascota.</li> <li>* El precio de los terrenos se mantienen estables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Poca experiencia en este tipo de Proyectos ya que el mercado es completamente "virgen".</li> <li>* Falta de información sobre el segmento al que nos dirigimos.</li> <li>* Creencias de algunos clientes frente a un Producto innovador, debido a que no hay experiencias previas pueden tener dudas por el producto que se va a ofrecer.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* El Proyecto a desarrollar es innovador, aún no existe en el mercado.</li> <li>* El Proyecto a desarrollar cubrirá necesidades que aun el mercado inmobiliario no ha podido cubrir.</li> <li>* El Proyecto está ubicado muy cerca al Malecón de la Marina el cual es considerado como una gran área natural de diversión y esparcimiento.</li> <li>* El Proyecto está cerca a Instituciones como colegios, restaurantes y bancos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Retracción Macro</li> <li>* Restricción de los créditos hipotecarios</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

De este cuadro queremos resaltar qué si bien es cierto que nuestro proyecto es innovador, debemos ser lo suficientemente convincentes con nuestros clientes para explicarles en qué consistirá este producto ya que no existe aún uno en el mercado peruano.

### 3.2 Posicionamiento planteado

Nos posicionaremos siendo un Proyecto que “Ama y/o acepta a las mascotas” y pensando en ellos diseña y construye lo que la mascota necesita.

### 4. Desarrollo de la marca

El nombre elegido para el Proyecto es

**Residencia Pet Lovers**



La idea es transmitir que en esta Residencia vivirán personas que aman a los animales, así tengan o no alguna mascota con ellos en casa, las personas y las mascotas podrán vivir compartiendo un mismo espacio tanto en el departamento como en las zonas comunes.

### 5. Reason Why e Innovación

¿Por qué nos comprarían?

Porque actualmente no existe en el mercado inmobiliario un Proyecto Pet Friendly tal cual lo estamos proponiendo, el cual considera que los departamentos del proyecto estén diseñados y construidos pensando en las

mascotas ya sean perros o gatos, por otro lado, el Reglamento interno del edificio considera que está permitido la tenencia responsable de las mascotas.

Por ello los propietarios de los departamentos no tendrán ningún inconveniente o recibirán algún tipo de rechazo por el hecho de poseer una mascota ya que el edificio más bien alienta la tenencia de alguna mascota.

El Value;

Nuestro proyecto diferenciado ya que sería el único proyecto Pet Friendly en el mercado y ofreciendo la posibilidad que el departamento sea personalizado al gusto del cliente en base a lo que necesite su mascota, creemos que cada cliente sabe las necesidades particulares que tiene su mascota por ello ofreceremos personalizaciones a la medida de cada mascota.

## 6. Marketing mix (las 4P)

### 6.1 El producto

Nuestro producto ha sido diseñado en base al estudio de mercado realizado tanto en los proyectos inmobiliarios existentes actualmente como en base a la información propuesta y recibida en los 2 focus group realizados.

Es así que nuestro Proyecto estará distribuido en 7 pisos y tendrá un total de 2 departamentos por nivel, teniendo en total 14 departamentos flats, 14 estacionamientos y 11 depósitos.

A continuación, mostramos algunas imágenes referenciales de algunos de los ambientes de los departamentos:

a) Cocina con kitchenette:

Imagen N° 22: Kitchenette



Fuente: Imagen extraída de internet

b) Sala y comedor con terraza

Imagen N° 23: Sala y comedor



Fuente: Imagen extraída de internet

c) Dormitorio principal

Imagen N° 24: Dormitorio principal



Fuente: Imagen extraída de internet

d) Dormitorio secundario

Imagen N° 25: Dormitorio secundario



Fuente: Imagen extraída de internet

e) Baños

Imagen N° 26: Baños

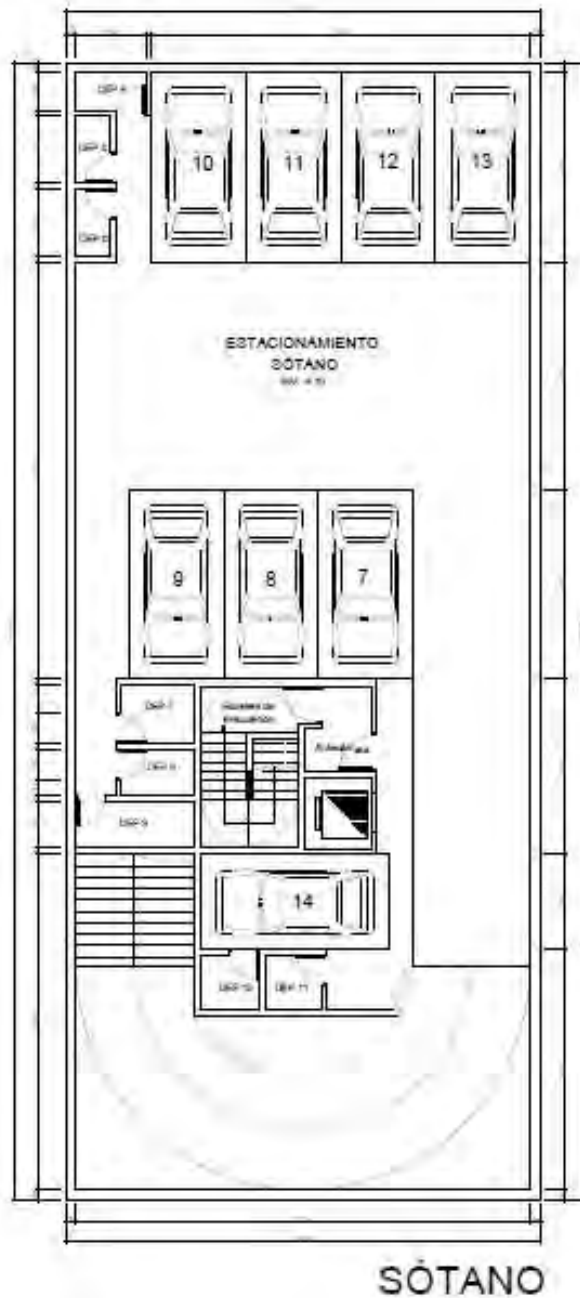


Fuente: Imagen extraída de internet



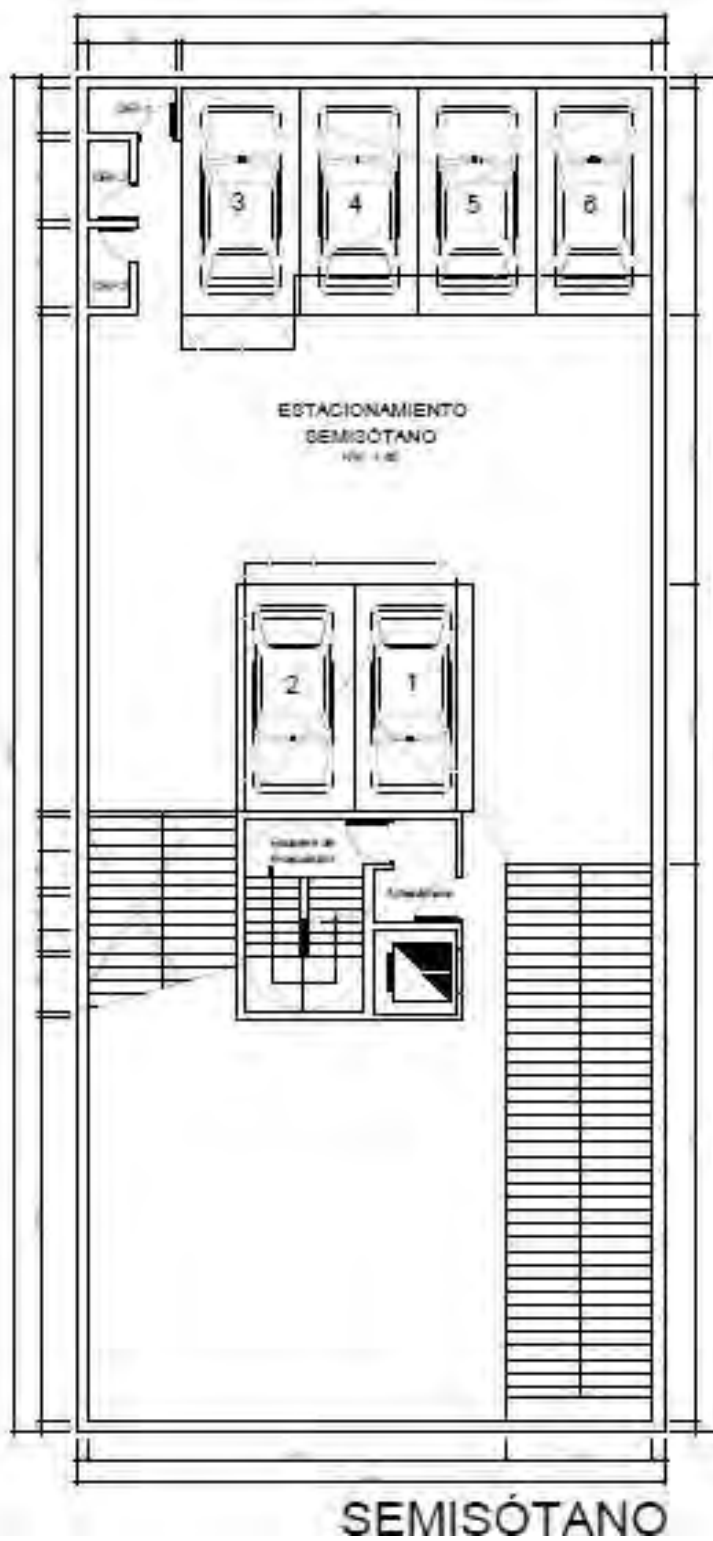
Con respecto a los estacionamientos y depósitos estos presentan la siguiente distribución:

Imagen N° 27: Sótano



Fuente: Elaboración propia

Imagen N° 28: Semi sótano



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los acabados dentro del departamento estamos considerando lo siguiente:

- Con respecto a los pisos estos serán de fácil limpieza y por ello colocaremos porcelanato en todos los ambientes del departamento, en este caso el cliente tendrá la opción de elegir hasta en 3 tipos de modelo de porcelanato.
- Con respecto a las paredes y techos estos serán tarrajeados y pintados con 2 manos de pintura vencelatex.
- Las cocinas vendrán con muebles altos y bajos con material de melanina y equipado con horno, encimera, campana extractora y refrigeradora.
- El kitchenette de la cocina será de material granito.
- Los baños vendrán con un mueble de melanina y mesa de mármol, en este caso al cliente se le dará la posibilidad de escoger entre 3 tipos de mármol.
- Todos los closets de los dormitorios vendrán con muebles que incluye divisiones y cajonería.

Y en cuanto a la implementación a realizar en los departamentos teniendo en cuenta a las mascotas tenemos lo siguiente:

1) Corredores elevados para los gatos

Imagen N° 29: Corredores elevados 01



Fuente: Imagen referencial de google.

Imagen N° 30: Corredores elevados 02



Fuente: Imagen referencial de google.

2) Cerco “anti fuga” de gatos

Imagen N° 31: Cerco anti fuga



Fuente: Imagen referencial de google.

3) Pases en las puertas

Imagen N° 32: Pases en las puertas 01



Fuente: Imagen referencial de google.

Imagen N° 33: Pases en las puertas 02



Fuente: Imagen referencial de google.

4) Cuarto para la mascota (perro o gato)

Imagen N° 34: Cuarto para la mascota 01



Fuente: Imagen referencial de google.

Imagen N° 35: Cuarto para la mascota 02



Fuente: Imagen referencial de google.

5) Pases en las paredes

Imagen N° 36: Pase en las paredes



Fuente: Imagen referencial extraída de Youtube.

6) Malla anti caída

Imagen N° 37: Malla anti caídas



Fuente: Imagen referencial de google.

7) Mirador para los gatos y/o lugar del arenero

Imagen N° 38: Mirador



Fuente: Imagen referencial de google.



8) Dispensadores higiénicos

Imagen N° 39: Dispensador 01



Fuente: Imagen referencial de google.

Imagen N° 40: Dispensador 02



Fuente: Imagen referencial de google.

Imagen N° 41: Bolsas



Fuente: Imagen referencial de google.

9) Cuarto de la mascota con ventilación

Imagen N° 42: Cuarto con ventilación



Fuente: Imagen referencial de google.

## 10) Protección en las partes bajas de las esquinas de las paredes

Imagen N° 43: Protección en esquinas



Fuente: Imagen referencial de google.

### 6.2 El Precio

El precio se ha definido en base al levantamiento de información de los precios existentes en la zona cercana en donde se desarrollará el Proyecto y también en base al mayor precio que podrían pagar los potenciales clientes (esto en base a la información recogida de los focus group).

De la información levantada en el mercado se hizo un análisis de los 5 atributos más importantes de cada proyecto analizado, dándole un valor a cada uno de los mencionados atributos, esto también se hizo a nuestro proyecto Residencia Pet Lovers y se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla N° 18: Proyecto vs atributos

Proyecto /Atributos	Ubicación	Distribución	Fachada	Acabados	Área social
Mora 454	7.5	8	8.5	7.5	8
MID 490	9	9	9	8.5	9
Mendiburu 260	8	8	8.5	6.5	7.5
Mendiburu 642	8	8	8	8	7.5
Edificio Enrique Palacios 1199	7.5	8	9	7.5	8
Residencia Pet Lovers	8.5	8	8	8.5	5

Fuente: Elaboración propia

Finalmente de acuerdo a la importancia que nuestro cliente le da a cada uno de los atributos se procedió a ponderar de acuerdo a cada uno de los proyectos analizados.

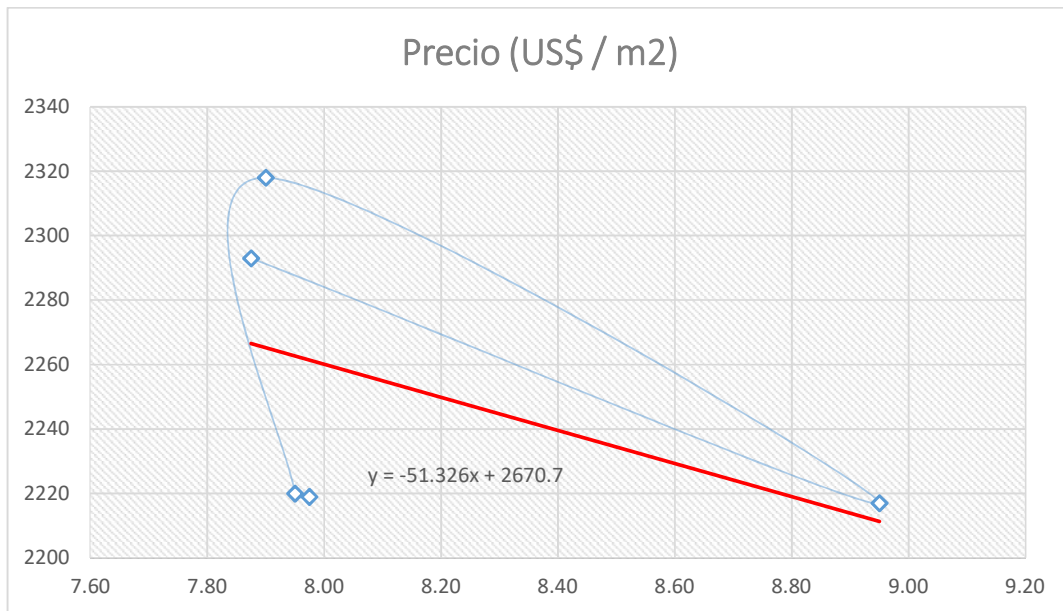
Tabla N° 19: Proyecto vs peso del atributo

Proyecto / Peso del atributo	0.35	0.25	0.2	0.1	0.1	Ponderación	Precio (US\$ / m2)
Mora 454	2.6	2.0	1.7	0.8	0.8	7.88	2293
MID 490	3.2	2.3	1.8	0.9	0.9	8.95	2217
Mendiburu 260	2.8	2.0	1.7	0.7	0.8	7.90	2318
Mendiburu 642	2.8	2.0	1.6	0.8	0.8	7.95	2220
Edificio Enrique Palacios 1199	2.6	2.0	1.8	0.8	0.8	7.98	2219
Residencia Pet Lovers	3.0	2.0	1.6	0.9	0.5	7.93	

Fuente: Elaboración propia

De la información obtenida: ponderación de cada proyecto de la competencia y el precio promedio por m2 de la venta se obtuvo la siguiente gráfica:

Gráfico N° 08: Grafica precio por m2



Fuente: Elaboración propia

Y luego en la gráfica se obtiene la siguiente fórmula:

$$Y = -51.326 x + 2670.7$$

Y utilizando esta fórmula se pudo calcular el precio por m2 que le correspondería a nuestro proyecto en base a sus atributos y así se obtuvo un precio por m2 de US\$ 2,264.

Por otro lado, del focus group se encontró que las personas estarían dispuestas a pagar entre US\$ 10,000 y US\$ 20,000 por la implementación propuesta pensando en la mejora de la calidad de vida de sus mascotas ya sean perros o gatos, por ello estamos considerando un mayor precio por departamento por un monto de US\$ 7,500 lo cual cubrirá los gastos de la implementación propuesta.

También se ha considerado variación en el precio debido al piso en que se encuentra el departamento (a mayor piso se ha considerado un aumento en el precio del departamento), si la vista es interior o exterior (si la vista es exterior tiene un mayor precio), si tiene terraza o no (si tiene terraza tendrá un mayor precio).

Lo que también estamos considerando es un descuento en el precio del departamento en el orden del 2.5% con respecto al precio total debido a que somos una empresa nueva, esto debido a que la mayoría de nuestra competencia son empresas que ya tienen trayectoria en el mercado inmobiliario y han ganado cierto reconocimiento.

Finalmente con toda esta información se obtuvo la siguiente lista de precios para el proyecto:

Tabla N° 20: Lista de precios departamentos

N° Dpto	Area (m2)	Precio inicial	Por Vista	Por piso o nivel	Por tener terraza	Por ser Pet Friendly	Por ser empresa nueva	Precio final (US\$)
Dpto 101	70.2	158,933	161,933	155,933	151,933	159,433	155,447	155,447
Dpto 201	102.35	231,720	234,720	230,720	234,720	242,220	236,165	236,165
Dpto 301	102.35	231,720	234,720	232,720	236,720	244,220	238,115	238,115
Dpto 401	102.35	231,720	234,720	234,720	238,720	246,220	240,065	240,065
Dpto 501	102.35	231,720	234,720	236,720	240,720	248,220	242,015	242,015
Dpto 601	102.35	231,720	234,720	238,720	242,720	250,220	243,965	243,965
Dpto 701	102.35	231,720	234,720	240,720	244,720	252,220	245,915	245,915
Dpto 102	102.1	231,154	228,154	222,154	218,154	225,654	220,013	220,013
Dpto 202	102.1	231,154	228,154	224,154	220,154	227,654	221,963	221,963
Dpto 302	102.1	231,154	228,154	226,154	222,154	229,654	223,913	223,913
Dpto 402	102.1	231,154	228,154	228,154	224,154	231,654	225,863	225,863
Dpto 502	102.1	231,154	228,154	230,154	226,154	233,654	227,813	227,813
Dpto 602	102.1	231,154	228,154	232,154	228,154	235,654	229,763	229,763
Dpto 702	102.1	231,154	228,154	234,154	230,154	237,654	231,713	231,713

**Total (US\$) 3,182,728**

Fuente: Elaboración propia

De la lista de precios de los departamentos se desprende que los departamentos que tienen vista exterior a la calle Tovar y cuentan con terraza son los que tienen un mayor precio, asimismo mientras el departamento se encuentre en un mayor nivel el precio tiende a aumentar.

El Ingreso total por la venta de los departamentos asciende a US\$ 3'182,728 y el precio promedio de venta por departamento es de US\$ 227,338 teniendo un precio de venta promedio por m2 de US\$ 2.275

Para el caso de los depósitos se ha considerado un precio de venta por metro cuadrado de 1,472 dólares americanos, lo cual equivale a un 65% del precio por metro cuadrado de los departamentos y así se ha obtenido el siguiente cuadro de venta:

Tabla N° 21: Lista de precios depósitos

N° depósito	Área (m2)	Precio (US\$)
Deposito N° 01	1.97	2,899
Deposito N° 02	1.71	2,516
Deposito N° 03	1.71	2,516
Deposito N° 04	1.97	2,899
Deposito N° 05	1.71	2,516
Deposito N° 06	1.71	2,516
Deposito N° 07	3.17	4,665
Deposito N° 08	2.52	3,708
Deposito N° 09	3.84	5,651
Deposito N° 10	2.37	3,488
Deposito N° 11	2.43	3,576

<b>Total (US\$)</b>	<b>36,952</b>
---------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia



De acuerdo a esta tabla el ingreso total por la venta de los 11 depósitos asciende a US\$ 36,952

Y finalmente para el caso de los estacionamientos de la información que levantamos del estudio de mercado los precios varían en promedio entre 8,500 y 13,500 dólares americanos por unidad dependiendo de la ubicación y nivel de estacionamiento que se encuentra, en base a ello hemos considerado un precio ponderado de 12,000 dólares americanos en promedio por cada estacionamiento que vendamos.

Como en nuestro proyecto tenemos estacionamientos en un sótano 1 y en un sótano 2, esta ubicación nos dará una variación en el precio final de la unidad, así tenemos que si el estacionamiento está en el sótano 1 le aumentaremos 1,000 dólares en el precio por unidad y si se encuentra en el sótano 2 le disminuirémos 1,000 dólares por cada unidad y finalmente también habrá una variación de 500 dólares dependiendo si el estacionamiento está cerca al ascensor o no.

Según estas condiciones finalmente hemos obtenido para los precios de los 14 estacionamientos la siguiente tabla:

Tabla N° 22: Lista de precios estacionamientos

N° de estacionamiento	Precio inicial (US\$)	Ubicación en sótano	Cerca al ascensor	Precio final (US\$)
Estacionamiento N° 1	12,000	12,700	13,200	13,200
Estacionamiento N° 2	12,000	12,700	13,200	13,200
Estacionamiento N° 3	12,000	12,700	12,700	12,700
Estacionamiento N° 4	12,000	12,700	12,700	12,700
Estacionamiento N° 5	12,000	12,700	12,700	12,700
Estacionamiento N° 6	12,000	12,700	12,700	12,700
Estacionamiento N° 7	12,000	11,300	11,800	11,800
Estacionamiento N° 8	12,000	11,300	11,800	11,800
Estacionamiento N° 9	12,000	11,300	11,800	11,800
Estacionamiento N° 10	12,000	11,300	11,300	11,300
Estacionamiento N° 11	12,000	11,300	11,300	11,300
Estacionamiento N° 12	12,000	11,300	11,300	11,300
Estacionamiento N° 13	12,000	11,300	11,300	11,300
Estacionamiento N° 14	12,000	11,300	11,800	11,800

<b>Total (US\$)</b>	<b>169,600</b>
---------------------	----------------

Fuente: Elaboración propia

El ingreso total del proyecto teniendo en cuenta la venta de los 14 departamentos, 14 estacionamientos y 11 depósitos asciende a un total de US\$ 3'389,279

### 6.3 La promoción

Para promocionar nuestro proyecto usaremos los siguientes medios:

- Publicidad en medios y en veterinarias.
- Participación en eventos como: Perrotón Purina Dog Chow, Competencias de Agility, etc.
- Uso de redes sociales, sobre todo en páginas que incentivan la adopción de una mascota, páginas en donde rescatan mascotas, etc.
- Página Web propia.
- Personal de ventas: que tenga como características principales el saber comunicar una idea a las personas, que posean la capacidad de empatía, bastante paciencia y sobre todo que amen a los animales.

### 6.4 La plaza

Nuestra caseta de ventas estará ubicada en una casa vecina al terreno en donde desarrollaremos el proyecto, a continuación mostramos una imagen referencial al respecto:

Imagen N° 44: Caseta de ventas



Fuente: Imagen extraída de internet.

## 7. Conclusiones del plan de marketing

- La estrategia planificada hará que nos posicionemos como el primer proyecto Pet friendly en Lima que “Ama y/o acepta a las mascotas” y pensando en ellos diseña y construye en base a las necesidades de las personas y de las mascotas y nuestro target estará dentro del NSE B que tienen una edad entre 18 y 39 años y personas con más de 56 años con un ingreso familiar mayor a los S/. 8,000 representan un total de 46,435 habitantes.
- Los baluartes de este proyecto será que es innovador, tendremos un precio competitivo con referente a la competencia y la ubicación es preferente cerca al malecón de la marina.

## CAPITULO 7.- ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

### 1. Datos del proyecto

Dentro de los datos más representativos del proyecto debemos mencionar que según parámetros podemos construir hasta 7 pisos, se necesita un área libre del 35% y nos piden 1 estacionamiento por cada departamento y no piden estacionamientos para visita, en la siguiente tabla podemos ver más información al respecto:

Tabla N° 23: Datos del proyecto

<b>Datos del terreno</b>	
Ubicación: Calle Manuel Tovar S/N cuadra 2, lado par.	
Área (m2)	375
# pisos a construir	7
Área libre (%)	35%
Costo del terreno (US\$ x m2)	2300
<b>Parámetros del Proyecto</b>	
Zonificación	RDM
Usos permisibles	Vivienda Unifamiliar-Multifamiliar
Altura de edificación	7 pisos
Área libre	35%
Ratio de estacionamiento	1 por cada vivienda - no pide para visitas
<b>Área a construir</b>	
Número de departamentos	14
Área a construir Depas - AC (m2)	1624
Área prom construir x dpto (m2)	116
Área a construir Estacionamientos - AC (m2)	650
Área a construir Total depas + estacionamientos (m2)	2274

Fuente: Elaboración propia

## 2. Ingresos y Egresos del Proyecto

Los ingresos totales del proyecto debido a la venta de los 14 departamentos, 14 estacionamientos y 11 depósitos asciende a un total de US\$ 3'389,279 y se muestra detallado en el siguiente cuadro:

Tabla N° 24: Resumen de ventas

<b>Resumen de las ventas</b>	
<b>Departamentos</b>	
Área vendible depas (m2)	1,399
Precio Promedio de venta - m2 (US\$)	2,275
Ingreso venta depas (US\$)	3,182,728
<b>Estacionamientos</b>	
# estacionamientos	14
Precio de venta promedio por Und - (US\$)	12,114
Ingreso venta estacionamientos (US\$)	169,600
<b>Depósitos</b>	
# depósitos	11
Precio de venta promedio x Und- (US\$)	3,359
Ingreso venta depósitos (US\$)	36,952
<b>Ingresos total ventas (US\$)</b>	<b>3,389,279</b>

Fuente: Elaboración propia

Los mayores ingresos son debido a los departamentos, en 2do orden los estacionamientos y finalmente los depósitos, el ticket promedio por venta de los departamentos es de US\$ 227,338.

Con respecto a los egresos están divididos en las siguientes partidas: a) terreno, b) estudios, proyectos y licencias c) construcción, d) ventas y marketing y e) administración y financiero haciendo un total de US\$ 2'891,348

Tabla N° 25: Egresos

<b>Egresos (US\$)</b>	<b>2,891,348</b>
Terreno	895,880
Estudios, proyectos y licencias	80,524
Construcción	1,526,789
Ventas y marketing	192,521
Administración y financiero	195,635

Fuente: Elaboración propia

Es importante hacer notar que dentro de los egresos que tiene el proyecto las 2 variables que más inciden son el terreno y el costo de construcción, ambos suman en total US\$ 2'422,668 lo cual representa en porcentaje un 84% con respecto a los egreso totales.

### 3. Estado Proyectado de Ganancias y Pérdidas

A continuación mostraremos el cuadro con el estado proyectado de ganancias y pérdidas del proyecto:

Tabla N° 26: Estado de ganancias y pérdidas

<b>Ingresos</b>	<b>Total (US\$)</b>	
Departamentos	3,182,728	
Estacionamientos	169,600	
Depósitos	36,952	
<b>Total Ingresos</b>	<b>3,389,279</b>	
<b>Egresos</b>	<b>Total (US\$)</b>	<b>Porcentaje (*)</b>
Terreno	895,880	26%
Estudios, proyectos y licencias	80,524	2%
Construcción	1,526,789	45%
<b>Total gastos operativos</b>	<b>2,503,192</b>	<b>74%</b>
<b>Margen Operativo</b>	<b>886,088</b>	<b>26%</b>
Ventas y marketing	192,521	6%
Administración y financiero	195,635	6%
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>388,156</b>	<b>11%</b>
<b>Margen Total</b>	<b>497,932</b>	<b>15%</b>

(\*) Porcentaje respecto a los ingresos

Fuente: Elaboración propia

Del estado de ganancias y pérdidas podemos concluir que el proyecto tiene un buen indicador de margen total ya que representa un 15% con respecto a los ingresos totales.

Las variables que deben tener un mayor control son el terreno y la construcción, por ello sería provechoso para la compra del terreno hacer la mejor negociación para obtener un mejor precio y para la obra ver de qué forma se puede obtener un mejoramiento en el diseño para así evitar adicionales durante la ejecución de la obra.



Finalmente es importante mencionar que los indicadores de rentabilidad son los adecuados para este tipo de proyectos, sobre todo el ROE que está en un 48%, esto se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 27: Indicadores de rentabilidad

<b>Indicadores de Rentabilidad</b>	
ROE (Margen neto sobre los aportes)	48%
ROS (Margen neto sobre ventas)	15%
ROI (Margen neto sobre los costos)	17%

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio que muestra la cantidad de departamentos que debo vender aproximadamente para cubrir los gastos totales del proyecto está en 12 departamentos, esto se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 28: Punto de equilibrio

<b>Punto de equilibrio</b>	
Total Ingresos (US\$) - (a)	3,389,279
Cantidad de departamentos	14
Costo promedio departamento (US\$)	242,091
Egreso total	2,891,348
Punto de equilibrio total	12

(a) Incluye departamentos + estacionamientos + depósitos

Fuente: Elaboración propia

#### 4. Estructura de financiamiento

La estructura de financiamiento que estamos proponiendo para nuestro proyecto es la siguiente:

Tabla N° 29: Estructura de financiamiento

Egresos	Total (US\$)	Aporte de la Inmobiliaria	Preventas (*)	Financiamiento directo Banco
Terreno	895,880	716,704		179,176
Estudios, proyectos y licencias	80,524	64,716	15,807	-
Construcción	1,526,789	38,170	916,073	572,546
Ventas y marketing	192,521	115,512	25,000	52,008
Administración y financiero	195,635	81,515	58,691	55,430
<b>Total Egresos (US\$)</b>	<b>2,891,348</b>	<b>1,016,617</b>	<b>1,015,571</b>	<b>859,160</b>
		35%	35%	30%

\* El Banco pide un 30% de preventa para iniciar el desembolso lo que equivale a un 35% con respecto a los egresos totales.

Fuente: Elaboración propia

Según la estructura de financiamiento propuesta deberemos realizar un aporte total de US\$ 1'016,617 lo que representa un 35% de los egresos totales, este aporte básicamente se realizará para la compra del 80% del terreno (importante mencionar que el banco nos financiará el 20% restante), el desarrollo

de las especialidades, los gastos de ventas y marketing, gastos administrativos y un mínimo de la obra en sus inicios.

La preventa planteada asciende a US\$ 1'015,571 lo que representa un 30% de las ventas totales o 35% con respecto a los egresos totales, esto significa que deberemos vender un total de 5 departamentos para asegurar esta preventa solicitada y así empezar a recibir los desembolsos de dinero hacia y para el proyecto.

Con respecto al financiamiento bancario directo esto asciende a un total de US\$ 859,160 lo que representa un 30% con respecto a los egresos totales, este financiamiento se dará básicamente para la compra del terreno (el banco financia el 20% del precio total) y para la ejecución de la obra.

Es importante tener como estrategia que se deberá realizar una gestión impecable para que los desembolsos de los clientes se den lo más pronto posible, de manera que se pueda contar con ese dinero para el financiamiento del proyecto y así evitar el financiamiento directo con el banco ya que en este caso el proyecto deberá pagar una tasa de interés anual de 9% o 0.72% si se considera una tasa de interés mensual.

## 5. Flujo de Ingresos y Egresos del Proyecto

A continuación mostraremos el flujo económico de ingresos y egresos del proyecto, es importante mencionar las siguientes consideraciones tenidas en cuenta:

- Se considera un total de 5 meses para realizar las tareas pre-operativas del proyecto como son: la compra del terreno, el desarrollo de las especialidades, la obtención de la licencia de obra y la implementación de la caseta de ventas y el marketing del proyecto.
- Se considera que el lanzamiento de las ventas se iniciará en el mes 6 del proyecto.
- Para los ingresos se ha considerado que el luna velocidad de ventas de 1 departamento al mes lo cual lo consideramos algo conservador ya que en la zona donde desarrollaremos el proyecto la velocidad promedio esta entre 1.5 a 2.0 departamentos al mes.
- La preventa se alcanzará al concluir con la venta de los primeros 5 departamentos.
- Los desembolsos a la cuenta recaudadora del proyecto se inician a partir del mes N° 07, sin que esto signifique que el proyecto puede hacer uso de dicho dinero.
- Los desembolsos directos hacia el proyecto se iniciarán a partir del mes N° 11 que es el momento en que ya se ha cumplido con los requerimientos de la preventa.

- La obra tendrá una duración de 10 meses y se iniciará en el mes N° 10, un mes antes de la pre-venta ya que no queremos alargar el tiempo de entrega de los departamentos hacia los clientes.
- El tiempo de espera para la entrega del 1er departamento vendido es de 14 meses.
- Finalmente estamos considerando 4 meses para el proceso del saneamiento total del proyecto lo que incluye: la declaratoria y conformidad de obra ante la municipalidad y la independización en registros públicos.

Las tablas del flujo económico se muestran a continuación:

Tabla N° 30: Flujo económico

FLUJO ECONOMICO	Total US\$	Mes 1	Mes 2	Mes 3
		Pre Operativos		
<b>Ingresos (US\$)</b>	<b>3,389,279</b>	-	-	-
Departamentos	3,182,728			
Estacionamientos + depósitos	206,552			
<b>Ingresos por desembolsos (US\$)</b>	<b>3,389,279</b>	-	-	-
Depas + estacionamientos + depósitos	3,389,279			
<b>Egresos (US\$)</b>	<b>2,891,348</b>	<b>915,218</b>	<b>48,216</b>	<b>43,403</b>
Terreno	895,880	895,880	-	-
Estudios, proyectos y licencias	80,524	11,187	11,187	11,187
Construcción	1,526,789	-	-	-
Ventas y marketing	192,521	-	28,878	24,065
Administración y financiero	195,635	8,151	8,151	8,151
<b>Saldo Mensual</b>	<b>497,932</b>	- 915,218	- 48,216	- 43,403

Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10
		PV	PV	PV	PV	Obra
-	-	-	-	-	-	<b>968,366</b>
-	-	-	-	-	-	909,351
-	-	-	-	-	-	59,015
-	-	-	-	-	-	-
<b>43,403</b>	<b>19,338</b>	<b>17,609</b>	<b>17,609</b>	<b>17,609</b>	<b>17,609</b>	<b>55,778</b>
-	-	-	-	-	-	-
11,187	11,187	1,756	1,756	1,756	1,756	1,756
-	-	-	-	-	-	38,170
24,065	-	7,701	7,701	7,701	7,701	7,701
8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151
- 43,403	- 19,338	- 17,609	- 17,609	- 17,609	- 17,609	912,587

Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17
Obra	Obra	Obra	Obra	Obra	Obra	Obra
<b>242,091</b>	<b>242,091</b>	<b>242,091</b>	<b>242,091</b>	<b>242,091</b>	<b>242,091</b>	<b>242,091</b>
227,338	227,338	227,338	227,338	227,338	227,338	227,338
14,754	14,754	14,754	14,754	14,754	14,754	14,754
<b>95,000</b>	<b>130,000</b>	<b>210,000</b>	<b>250,000</b>	<b>280,000</b>	<b>50,000</b>	-
95,000	130,000	210,000	250,000	280,000	50,000	-
<b>93,948</b>	<b>132,118</b>	<b>208,457</b>	<b>246,627</b>	<b>284,797</b>	<b>246,627</b>	<b>208,457</b>
-	-	-	-	-	-	-
1,756	1,756	1,756	1,756	1,756	1,756	1,756
76,339	114,509	190,849	229,018	267,188	229,018	190,849
7,701	7,701	7,701	7,701	7,701	7,701	7,701
8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151
148,143	109,974	33,634	- 4,536	- 42,705	- 4,536	33,634

Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Obra	Obra	Entrega	Independización			
242,091	242,091	242,091	-	-	-	-
227,338	227,338	227,338	-	-	-	-
14,754	14,754	14,754	-	-	-	-
-	-	2,274,279	-	-	-	100,000
		2,274,279				100,000
<b>132,118</b>	<b>93,948</b>	<b>15,852</b>	<b>8,151</b>	<b>8,151</b>	<b>8,151</b>	<b>8,151</b>
-	-	-	-	-	-	-
1,756	1,756	-	-	-	-	-
114,509	76,339	-	-	-	-	-
7,701	7,701	7,701	-	-	-	-
8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151	8,151
109,974	148,143	226,239	-	8,151	-	8,151
			-	8,151	-	8,151

Fuente: Elaboración propia

Finalmente es importante mencionar los resultados económicos del proyecto los cuales dan una TIRE de 56% considerando una tasa de descuento anual de 12% y también tenemos un VANE de US\$ 343,681

Tabla N° 31: Resultados económicos

<b>Resultado Económico del Proyecto</b>	
Tasa de descuento anual	12%
Tasa de descuento mensual	0.9%
<b>TIRE</b>	<b>56%</b>
<b>VANE</b>	<b>343,681</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6. Flujo Financiero del Proyecto

Dentro del flujo financiero propuesto para el proyecto tenemos las siguientes consideraciones:

- Para el “apalancamiento” del proyecto se utilizarán las siguientes fuentes: aporte de los inversionistas del proyecto, préstamo bancario a una tasa de 95 anual, desembolso proveniente de las preventas que no tiene ningún costo financiero.
- Para la compra del terreno el banco lo financia un 20% del total y el 80% restante lo asumen los inversionistas.
- El aporte total de los inversionistas suma US\$ 1'035,000 y se dará desde el mes 01 hasta el mes 10 del desarrollo del proyecto.
- El financiamiento al proyecto vía los desembolsos de la preventa se darán desde el mes 11 hasta el mes 16 y se destinará mayormente para gastos dentro de la obra.
- El préstamo total que dará el banco al proyecto suma US\$ 809,176 lo cual se descompone en US\$ 179,176 para el terreno y US\$ 630,000 para la obra.



- Una vez concluida la obra y después de haberle pagado al banco el dinero prestado se procederá a entregarles sus aportes y la renta financiera a los inversionistas lo cual suma un total de US\$ 1'380,000

El flujo financiero del proyecto lo vemos en la siguiente tabla:

Tabla N° 32: Flujo financiero

FLUJO FINANCIERO	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3
		Pre Operativos		
<b>Financiamiento Bancario</b>				
Monto a financiar	809,176	179,176	-	-
Financiamiento acumulado		179,176	180,466	181,765
Gastos financieros anual (9%)				
Gastos financieros al mes (0.72%)	44,995	1,290	1,299	1,309
Amortización	852,852			
Saldo final		180,466	181,765	183,074
<b>Financiamiento Inversionistas</b>				
Aporte	1,035,000	760,000	45,000	45,000
Aporte acumulado		760,000	805,000	850,000
Devolución inversionistas	1,492,659			
<b>Caja final Proyecto</b>				
Saldo mensual	457,659	23,958	- 3,216	1,597
Saldo acumulado		23,958	20,741	22,338
<b>Flujo financiero del proyecto</b>		- 736,042	- 48,216	- 43,403

Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10
		PV	PV	PV	PV	Obra
- 183,074	- 183,074	- 184,392	- 185,720	- 187,057	- 188,404	- 189,760
1,318	1,318	1,328	1,337	1,347	1,357	1,366
184,392	184,392	185,720	187,057	188,404	189,760	191,127
40,000	20,000	15,000	20,000	20,000	15,000	55,000
890,000	870,000	885,000	905,000	925,000	940,000	995,000
- 3,403	662	- 2,609	2,391	2,391	- 2,609	- 778
18,935	23,000	20,391	22,782	25,174	22,565	21,787
- 43,403	- 19,338	- 17,609	- 17,609	- 17,609	- 17,609	- 55,778
Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17
Obra	Obra	Obra	Obra	Obra	Obra	Obra
- 191,127	- 192,503	- 193,889	- 195,285	- 196,691	200,000	205,000
1,376	1,386	1,396	1,406	1,416	2,866	4,363
192,503	193,889	195,285	196,691	198,107	400,973	610,336
995,000	995,000	995,000	995,000	995,000	995,000	995,000
1,052	- 2,118	1,543	3,373	- 4,797	3,373	- 3,457
22,839	20,721	22,264	25,637	20,840	24,213	20,756
1,052	- 2,118	1,543	3,373	- 4,797	3,373	- 3,457

Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	
Obra	Obra	Entrega	Independización				
135,000	90,000						
745,336	840,703	846,756	-	-	-	-	
5,366	6,053	6,097	-	-	-	-	
		852,852					
750,703	846,756	-	-	-	-	-	
995,000	995,000	995,000					
		1,380,000				112,659	
2,882	-	3,948	25,575	-	8,151	-	8,151
							20,810
23,638	19,690	45,265	37,113	28,962	20,810	0	-
2,882	-	3,948	1,405,575	-	8,151	-	8,151
							91,849

Fuente: Elaboración propia

Finalmente es importante mencionar los resultados financieros del proyecto los cuales dan una TIRF de 28% considerando una tasa de descuento anual de 12% y también tenemos un VANF de US\$ 220,066

Tabla N° 33: Resultados financieros

<b>Resultados Financieros del Proyecto</b>	
Tasa de descuento anual	12%
Tasa de descuento mensual	0.9%
<b>TIRF</b>	<b>28%</b>
<b>VANF</b>	<b>220,066</b>

Fuente: Elaboración propia

## 7. Análisis de Sensibilidad

Para este proyecto hemos considerado la sensibilidad en las 3 variables más incidentes como son: el precio de la construcción, la velocidad de ventas y el precio de venta.

### 7.1 Sensibilidad en el precio de construcción

El precio de la construcción por m<sup>2</sup> está en US\$ 661 por m<sup>2</sup>, lo cual fue usado como base y a partir de ese monto se aumentó el precio de manera ascendente en un 5% hasta llegar a un aumento del 25% variando tanto la TIRF como el VANF, de igual forma se hizo disminuir el monto hasta un -20% y así se obtuvo la siguiente tabla:

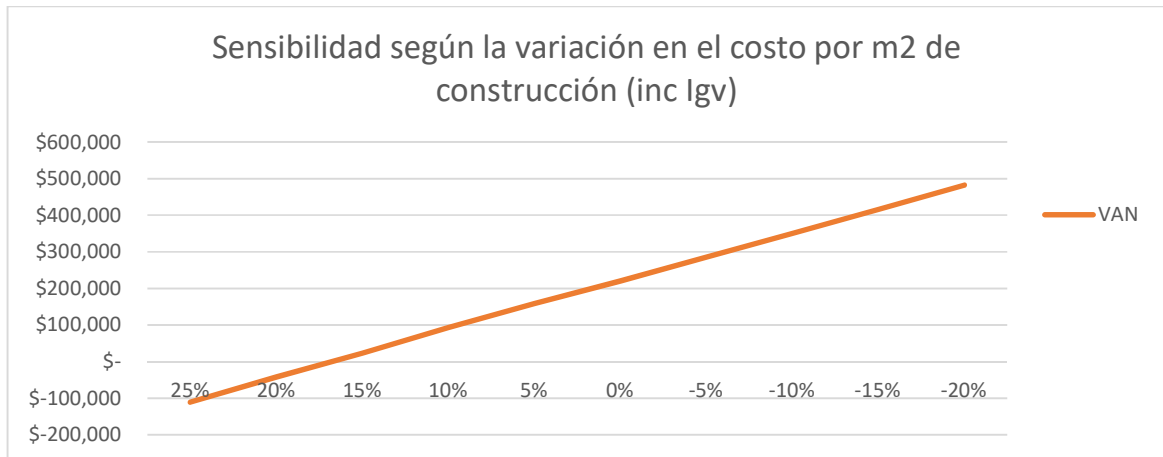
Tabla N° 34: Sensibilidad en el precio de la construcción

% de variación	Costo (US\$ / m <sup>2</sup> )	TIR	VAN
25%	826	4%	\$-111,087
20%	793	9%	\$ -41,971
15%	760	14%	\$ 23,332
10%	727	19%	\$ 93,289
5%	694	24%	\$ 158,775
<b>0%</b>	<b>661</b>	<b>28%</b>	<b>\$ 220,067</b>
-5%	628	32%	\$ 284,973
-10%	595	37%	\$ 350,096
-15%	562	42%	\$ 416,327
-20%	529	47%	\$ 482,558

Fuente: Elaboración propia

Asimismo se obtuvo la siguiente grafica de Variación en porcentaje del precio vs VANF:

Grafico N° 09: Sensibilidad en el precio de la construcción



Fuente: Elaboración propia

De esta información podemos deducir que la variación del precio de la construcción impacta de sobre manera en los resultados del proyecto y el aumento máximo que puede experimentar el precio de la construcción es del 17% para así seguir cumpliendo con la tasa de descuento del 12%.

## 7.2 Sensibilidad en la velocidad de venta

La velocidad de ventas planteada en el presente proyecto es de 1 unidad mensual, en base a ello se hizo la variación tanto a una mayor velocidad de ventas hasta 2 unidades mensuales (porcentaje de variación del 100%) y a una

menor velocidad de 1 unidad cada 2 meses (porcentaje de variación del 50%) y se obtuvo la siguiente tabla en donde se ve la variación tanto la TIRF como en el VANF:

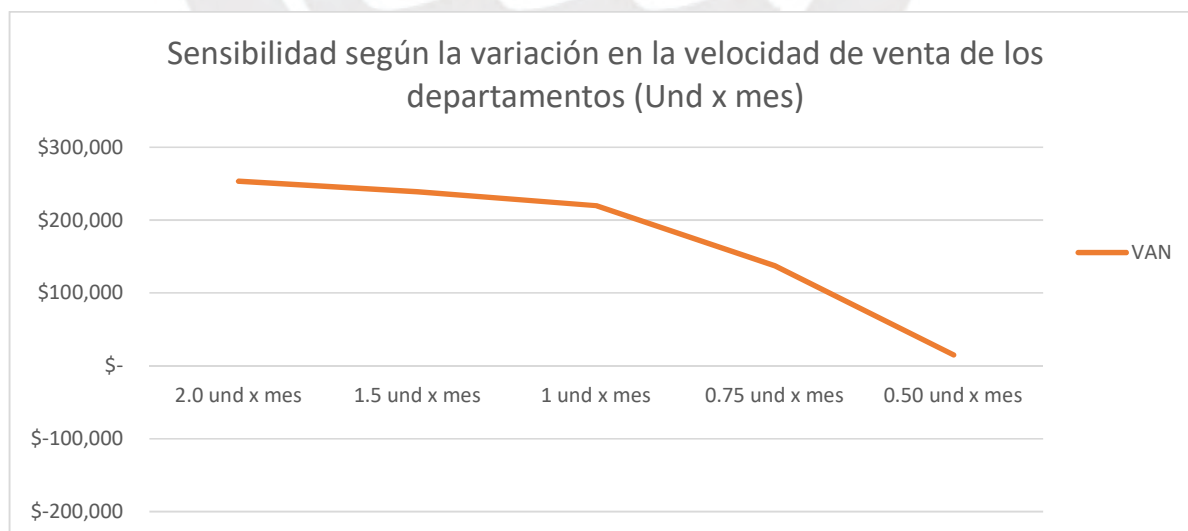
Tabla N° 35: Sensibilidad en la velocidad de ventas

% de variación	Velocidad de ventas (Und x mes)	TIR	VAN
100%	2.0 und x mes	32%	\$253,393
50%	1.5 und x mes	30%	\$238,781
<b>0%</b>	<b>1 und x mes</b>	<b>28%</b>	<b>\$220,067</b>
-25%	0.75 und x mes	21%	\$137,448
-50%	0.50 und x mes	13%	\$ 15,131

Fuente: Elaboración propia

Asimismo se obtuvo la siguiente gráfica:

Gráfico N° 10: Sensibilidad en la velocidad de ventas



Fuente: Elaboración propia

De esta información podemos deducir que la mayor variación descendente en la velocidad de ventas que podemos tener para mantener la tasa de descuento del 12% ofrecida al inversionista es de 1 unidad inmobiliaria cada 2 meses.

### 7.3 Sensibilidad en el precio de venta

El precio de venta en el proyecto por los departamentos es de US\$ 2,275 por m2, en base a ello hicimos variaciones en este precio en intervalos de +20% hasta -20% y se obtuvo la siguiente tabla:

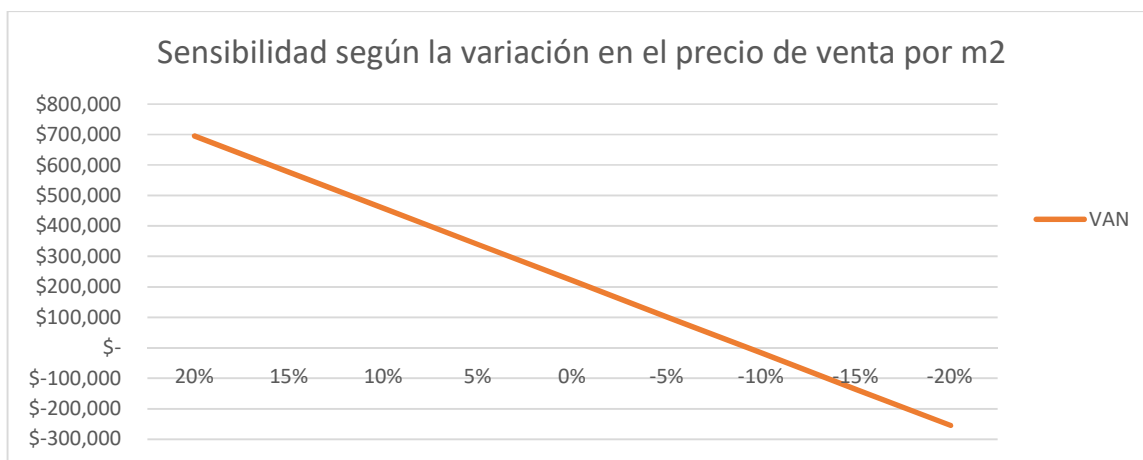
Tabla N° 36: Sensibilidad en el precio de venta

% de variación	Precio de venta (US\$ / m2)	TIR	VAN
20%	2730	58%	\$ 694,942
15%	2616	51%	\$ 576,223
10%	2503	44%	\$ 458,025
5%	2389	36%	\$ 338,786
<b>0%</b>	<b>2275</b>	<b>28%</b>	<b>\$ 220,067</b>
-5%	2161	19%	\$ 101,084
-10%	2048	11%	\$ -16,852
-15%	1934	1%	\$ -135,832
-20%	1820	-9%	\$ -254,813

Fuente: Elaboración propia

Asimismo en base a esta tabla obtuvimos la siguiente gráfica:

Gráfico N° 11: Sensibilidad en el precio de venta



Fuente: Elaboración propia

De esta información se obtiene que la variación máxima que podemos tener en el precio de venta es del orden del -10% para continuar con una tasa de descuento del 12%.

## 8. Escenarios

Para el proyecto se analizó un escenario pesimista el cual consideró: una disminución del 25% en la velocidad de venta pasando de 1 und por mes a 0.75 und por mes, aumento en 4% en el precio de la construcción, disminución en el precio de venta de los departamentos en 3% con lo cual se obtiene como indicadores financieros una TIRF de 13% y una VANF de US\$ 20,045 con lo cual se sigue obteniendo el mínimo resultado prometido al inversionista el cual considera una tasa de descuento del 12%.



Asimismo se analizó un escenario optimista considerando un aumento de 20% en la velocidad de ventas, disminución del 3% en el precio de la construcción y un aumento del 3% en el precio de venta de los departamentos, así se obtuvo una mejora notable en los indicadores financieros teniendo una TIRF de 38% y un VANF de US\$ 338,521 todo esto se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 37: Escenarios

Escenarios	Escenario optimista	Escenario base	Escenario pesimista
Velocidad de ventas	1.5 Und x mes (Aumenta 50%)	1 Und x mes	0.75 Und x mes (Disminuye 25%)
Precio construcción (US\$)	641 (Disminuye 3%)	661	688 (Aumenta 4%)
Precio de venta departamento (US\$ x m2)	2343 (Aumenta 3%)	2275	2207 (Disminuye 3%)
TIRF	38%	28%	13%
VANF	US\$ 338,521	US\$ 220,066	US\$ 20,045

Fuente: Elaboración propia

## 9. Conclusiones del análisis económico y financiero

Tanto el análisis económico como financiero muestran buenos resultados referente a margen económico e indicadores financieros, con lo cual podemos concluir que el proyecto tendrá buena acogida en algún inversionista interesado en participar.

Así tenemos que según el análisis económico tendríamos un margen de 15% antes de impuestos, mientras que el punto de equilibrio es de 12 departamentos sobre un total de 14, por otro lado la TIRF del proyecto se encuentra en un 28% y el VANF está en US\$ 220,066, números que son apropiados para el proyecto inmobiliario que desarrollaremos.

Incluso cuando se hace el análisis de un escenario pesimista la TIRF está en 13% por encima de la tasa de descuento que es 12%.



## CAPITULO 8: CONCLUSIONES FINALES

Consideramos que hemos logrado desarrollar un proyecto viable y rentable en donde todos los participantes resultaran beneficiándose y sobre todo pensando en un público que actualmente no se encuentra atendido por el mercado inmobiliario actual.

Dentro de las condiciones actuales que vive el Perú en donde sobre todo los inversionistas desean invertir su dinero en un negocio rentable y seguro, nuestro Proyecto reúne estas características ya que los indicadores económicos y financieros son los adecuados, incluso los indicadores financieros se mantienen encima de la tasa de descuento cuando se analiza un escenario pesimista.

Finalmente nos diferenciaremos de la competencia actual no solo por ser un proyecto Pet friendly sino también por tener un precio competitivo, ser un proyecto de solo 14 departamentos y permitir personalizaciones en los departamentos.

## BIBLIOGRAFIA

### **Libros. -**

- Rolando Arellano, “Los estilos de vida en el Perú”, edición 2000.
- Philip Kotler, “El marketing según Kotler”, edición 2011.
- Philip Kotler, “Marketing management”, edición 2000.
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, Generación de modelos de negocio, edición 2011.
- Agueda Esteban Talaya y Arturo Molina Collado, Investigación de mercados, edición 2014.
- Teodoro Luque Martinez, Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados, edición 2011.
- Jackson Galaxy and Kate Benjamin, Catification.- Designing a Happy and Stylish Home for Your Cat (and You!), edición 2014.

### **Otras fuentes. –**

APEIM 2016

CAPECO 2016

IPSOS 2016

BBVA RESEARCH Años anteriores.

INEI Años anteriores.