



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

Pontificia Universidad Católica del Perú

Universidad Politécnica de Madrid

Creación de inmobiliaria independiente y su primer proyecto
multifamiliar en Barranco, Lima

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

Mauricio Javier Corzo Hinojosa

Asesor:

Alfredo Martin Luna Briceño

Lima, 2020

Índice

1. Resumen Ejecutivo.....	5
2. Introducción.....	6
3. Macroentorno.....	7
3.1 Situación mundial.....	7
3.2 Economía en América Latina.....	10
3.3 Influencia en el Perú.....	10
3.4 Mercado inmobiliario en el mundo.....	11
3.5 Mercado inmobiliario en América Latina.....	12
3.6 Mercado inmobiliario en Perú.....	13
3.7 Situación interna del Perú.....	13
3.7.1 Política.....	13
3.7.2 Económica.....	14
4. Plan estratégico de la empresa.....	16
4.1 Situación actual de la empresa.....	16
4.2 Capacidad financiera.....	16
4.3 Capacidad económica.....	17
4.4 Capacidad de gestión.....	17
4.5 Misión.....	17
4.6 Visión.....	17
4.7 Objetivos.....	18
4.8 Rentabilidad esperada.....	18
4.9 Estructura organizacional.....	18
4.10 Evaluación interna – Matriz AMOFHIT.....	21
4.10.1 Administración y gerencia.....	22
4.10.2 Marketing y ventas.....	22
4.10.3 Operaciones y logística.....	23
4.10.4 Finanzas y contabilidad.....	23
4.10.5 Recursos humanos.....	23
4.10.6 Sistemas de información y comunicaciones.....	24
4.10.7 Tecnología e investigación y desarrollo.....	24
4.11 FODA.....	24
5. Microentorno.....	26
5.1 Creación del distrito.....	26
5.2 Hitos del distrito.....	26
5.3 Geografía.....	30
5.4 Población.....	30

5.5 Índice de desarrollo humano	32
5.6 Pobreza	33
5.7 Situación del entorno actual.....	34
5.7.1 Residencial	34
5.7.2 Salud	34
5.7.3 Infraestructura vial.....	35
5.7.4 Comercio:.....	36
5.7.5 Educación:.....	36
5.7.6 Zonificación	36
5.8 Características del terreno.....	43
6. Análisis de las 5 fuerzas de Porter	47
6.1 Competencia directa	47
6.1.1 Mapa de ubicación de proyectos en venta.....	49
6.2 Principales proyectos de competencia directa.....	50
6.2.1 Nuevos competidores.....	65
6.3 Productos sustitutos	66
6.4 Poder de negociación de proveedores	67
6.5 Poder de negociación de clientes	68
7. Estrategia de Marketing.....	69
7.1 Segmentación.....	69
7.1.1 Segmentación geográfica	69
7.1.2 Segmentación demográfica	69
7.1.3 Segmentación psicográfica.....	70
7.1.4 Segmentación conductual	71
7.2 Target.....	72
8. Posicionamiento.....	72
9. Marketing Mix	73
9.1 Producto.....	73
9.1.1 Características departamentos	73
9.1.2 Acabados.....	73
9.1.3 Áreas comunes	74
9.1.4 Lugares cercanos	74
9.1.5 Cabida.....	75
9.1.6 Cronograma de Gantt.....	77
9.1.7 Vistas 3D.....	78
9.1.8 Planos.....	85
9.2 Precio.....	94

9.3 Plaza	102
9.4 Promoción.....	106
10. Análisis financiero.....	109
10.1 Perfil económico	109
10.2 Flujo de caja.....	111
10.3 Análisis de sensibilidad del proyecto	112
11. Conclusiones.....	115
12. Bibliografía.....	116



1. Resumen Ejecutivo

El presente trabajo explicará a detalle la concepción de un emprendimiento en el rubro inmobiliario, así como el desarrollo de su primer proyecto multifamiliar.

Los involucrados en el proyecto, tienen 06 años de experiencia con un primer emprendimiento, una empresa de arquitectura y construcción. En la actualidad la marca se ha consolidado tanto en el mundo corporativo como en el residencial, realizando proyectos de oficinas, centros comerciales, multifamiliares, unifamiliares e inclusive el diseño interior.

En el 2019, iniciaron operaciones en México. Optaron por enfocarse en el diseño e implementación de oficinas para start ups y a la fecha tienen un equipo dedicado a eso.

El principal objetivo en todos sus proyectos es el mismo, generar mejores espacios para nuevos seres humanos. Se entiende por nuevos seres humanos a la generación Y, más conocida como Millenials, una generación única y diferente que en la actualidad ocupa la gran mayoría de puestos de trabajo y son los que se encuentran en etapa de adquirir su primer bien inmueble.

Tras 06 años trabajando y profundizando en las necesidades de esta generación es que se opta por hacer una integración hacia atrás, creando una empresa inmobiliaria lo cual permita concebir proyectos desde el inicio enfocados en un público específico.

La empresa se denominará LIBRE inmobiliaria independiente. Una inmobiliaria conformada por jóvenes, para jóvenes. Cada proyecto se realizará pensando en ayudar a las personas a transitar hacia una nueva etapa, con una propuesta diferente, versátil, honesta y cercana que los impulse a desarrollar su propio estilo de vida. Ofreciendo espacios pensados para la independencia, para aquellas personas que inician una nueva vida fuera de casa.

Es por ello que el primer proyecto, el cual se explica en el presente trabajo tendrá lugar en Barranco, un lugar que más que un distrito es una nueva comunidad que enriquece la vida de los jóvenes con todos sus atractivos como el malecón, los parques, la vida nocturna y gastronómica. Y que además está en pleno desarrollo de nuevos comercios y espacios corporativos. El perfecto inicio para jóvenes Millenials.

2. Introducción

LIBRE es una inmobiliaria independiente que ofrece espacios en el distrito de Barranco pensados para la independencia, para aquellas personas que inician una nueva vida fuera de casa.

El proyecto SAN MARTIN 520 ES LIBRE está dirigido a gente joven que disfruta estar tanto dentro como fuera de casa. Hogareños, pero la ciudad, los árboles y la vida nocturna los enamora, donde el distrito también es una suerte de hogar: la vida de barrio que mueve a uno.

Este primer proyecto se encuentra ubicado en la cuadra 5 de la avenida San Martín dentro de la zona monumental, cerca de museos, el malecón Paul Harris, el parque de los héroes, decenas de restaurantes, tiendas, oficinas, entre otros.

Se ha pensado en un multifamiliar de 04 pisos, con 15 exclusivos departamentos:

- Flats de 1 dormitorio de 66m².
- Flats de 2 dormitorios de 94m² y 112m²
- Flats de 3 dormitorios de 105m² y 121m²
- Duplex de 3 dormitorios de 127m², 180m² y 199m²

El proyecto está enfocado en la generación Y (Millenials), personas jóvenes que buscan un lugar donde vivir que cumpla con todas sus necesidades.

Todas las unidades tendrán vista a la calle, cocina americana y una terraza. Esto les permitirá poder aprovechar su hogar al máximo. Además, se contarán con estacionamiento de bicicletas y un jardín con árboles altos en la fachada que permita crear un microclima dentro del edificio.

Dentro del presente trabajo se detallará la conceptualización del proyecto inicial, la estrategia comercial, estrategia financiera y planeamiento del desarrollo.

Finalmente se presentarán las conclusiones y recomendaciones a considerar en su desarrollo.

3. Macroentorno

3.1 Situación mundial

A inicios del 2018, la economía se encontraba en una etapa de aceleración en la mayoría de las regiones del mundo y el crecimiento mundial se proyectaba a 3,9% para el año.

En los últimos 2 trimestres se presentó una desaceleración por primera vez en 02 años debido principalmente al incremento de diferencias en la coyuntura geopolítica y comercial entre países (Fondo monetario internacional, 2019).¹

La economía mundial: Un momento delicado

Últimas proyecciones de crecimiento de *Perspectivas de la economía mundial* (variación porcentual)

	2018	Proyecciones	
		2019	2020
Producto mundial	3,6	3,3	3,6
Economías avanzadas	2,2	1,8	1,7
Estados Unidos	2,9	2,3	1,9
Zona del euro	1,8	1,3	1,5
Alemania	1,5	0,8	1,4
Francia	1,5	1,3	1,4
Italia	0,9	0,1	0,9
España	2,5	2,1	1,9
Japón	0,8	1,0	0,5
Reino Unido	1,4	1,2	1,4
Canadá	1,8	1,5	1,9
Otras economías avanzadas	2,6	2,2	2,5
Economías emergentes y en desarrollo	4,5	4,4	4,8
África subsahariana	3,0	3,5	3,7
Nigeria	1,9	2,1	2,5
Sudáfrica	0,8	1,2	1,5
América Latina y el Caribe	1,0	1,4	2,4
Brasil	1,1	2,1	2,5
México	2,0	1,6	1,9
Comunidad de Estados Independientes	2,8	2,2	2,3
Rusia	2,3	1,6	1,7
Excluida Rusia	3,9	3,5	3,7
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	6,4	6,3	6,3
China	6,6	6,3	6,1
India	7,1	7,3	7,5
ASEAN-5	5,2	5,1	5,2
Economías emergentes y en desarrollo de Europa	3,6	0,8	2,8
Oriente Medio, Norte de África, Afganistán y Pakistán	1,8	1,5	3,2
Arabia Saudita	2,2	1,8	2,1
Países en desarrollo de bajo ingreso	4,6	5,0	5,1

Fuente: FMI, Perspectivas de la economía mundial, abril de 2019

¹ <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/03/28/world-economic-outlook-april-2019>

Los desequilibrios originados por las mencionadas diferencias podrían generar las siguientes consecuencias (Alto nivel, 2019):²

- Se limitará el alza de los activos de riesgo, como lo son la renta variable y el crédito en bonos.
- Incrementará la volatilidad en los mercados. Cuando los inversionistas creen que existe riesgo esto suele pasar, así como políticas económicas restrictivas.
- La disminución de la calidad del crédito al ofrecerse una mayor cantidad de créditos apalancados a empresas menos solventes.

Arc of the covenant

The volume of loans with fewer investor protections, known as covenants, has grown in the United States, and quality has weakened.

(percent of issuance)



Source: Standard & Poor's Leveraged Commentary and Data; IMF staff calculations; and Moody's.

Note: 2018 data is through Q3. Moody's Loan Covenant Quality Index score is a yearly average; data are unavailable from 2008 to 2010 due to lack of rated leveraged loan issuance.



Fuente: Standard & Poor's Leverage commentary and Data

² <https://www.altonivel.com.mx/economia/consecuencias-desaceleracion-economia-mundial/>

El director del FMI (Fondo monetario internacional) realizó algunos comentarios tras el último reporte semestral de estabilidad financiera global del FMI (Diario gestión, 2019): ³

- "En Estados Unidos, la proporción de deuda corporativa con respecto al PBI se encuentra en niveles récord. En varios países europeos, los bancos están sobrecargados con bonos del gobierno"
- "Las acciones de los bonos de menor calificación (BBB) se han cuadruplicado desde el último informe de octubre, mientras que la cantidad de deuda más riesgosa, o deuda de grado especulativo, se ha duplicado."
- "En China las autoridades enfrentan una difícil decisión entre apoyar el crecimiento a corto plazo, contrarrestar los shocks externos adversos y contener el apalancamiento ('leverage') mediante el endurecimiento regulatorio".
- "Los países deben tomar medidas proactivas, incluida la limitación de la cantidad de crédito de riesgo, el aumento de las reservas bancarias y la reducción de la deuda pública en la zona euro, mientras que China debe seguir tomando medidas contra la "banca en la sombra" de prestamistas no bancarios."

Otro tema muy importante que afecta directamente a la economía mundial en la actualidad es la guerra comercial en la que se encuentran Estados Unidos y China. Los constantes cambios arancelarios a determinados productos por ambas partes, terminan encareciendo la vida de las personas comunes.

La directora gerente del FMI (Infobae, 2019)⁴, Christine Lagarde comunicó en los primeros días de mayo del 2019 lo siguiente:

- "Está claro que las tensiones entre Estados Unidos y China son una amenaza para la economía mundial."

³ <https://gestion.pe/mundo/fmi-advierte-aumento-deuda-vulnerable-economia-global-263891>

⁴ <https://www.infobae.com/america/mundo/2019/05/07/christine-lagarde-advirtio-que-las-tensiones-entre-eeuu-y-china-son-una-amenaza-para-la-economia-mundial/>

3.2 Economía en América Latina

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ha estimado un 1,3% de crecimiento regional para el 2019. Esta cifra es la modificación de lo informado meses atrás en el Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe 2018 de 1,7%.

De acuerdo con el organismo, “los principales riesgos para el desempeño económico de la región de cara al 2019 siguen siendo una menor tasa de crecimiento global, el bajo dinamismo del comercio mundial, y las condiciones financieras que enfrentan las economías emergentes. Por otra parte, la guerra comercial entre Estados Unidos y China aún no se ha resuelto, lo que supone un riesgo no solo para el comercio global y la tasa de crecimiento del mundo a mediano plazo, sino también para las propias condiciones financieras que suelen estar vinculadas a la percepción de mayor o menor riesgo por parte de los agentes. En tanto, los precios de las materias primas también pueden verse impactados negativamente por un aumento de las restricciones comerciales. Hasta el momento, se prevé para 2019 un leve descenso en el nivel de precios promedio de los productos básicos (de -5%), siendo los productos energéticos los que presentarían la mayor baja (-12%). Pero dado un empeoramiento mayor al esperado del nivel de actividad mundial y del comercio mundial, esta proyección podría revisarse a la baja.” (CEPAL, 2019)⁵

A pesar de la desaceleración de la economía mundial, Perú sigue siendo el mayor país latinoamericano con mayor expansión para el 2019.

3.3 Influencia en el Perú

En la actualidad, cualquier suceso en los países desarrollados tendrá una consecuencia global, incluyendo a América Latina y Perú dentro de ella.

En el caso específico de la guerra comercial existente entre China y Estados Unidos, esta no tendría un impacto tan significativo en Perú debido a la

⁵ <https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-rebaja-sus-estimaciones-crecimiento-economico-america-latina-caribe-pib-aumentara>

diversificación de sus exportaciones en 4 partes iguales entre Estados Unidos, Europa, América Latina y China.

Otro punto a favor de Perú es su amplia lista de tratados de libre comercio entre los cuales se encuentran tratados con China y Estados Unidos de forma independiente.

Lo inevitable, es la afectación del precio de los minerales. Si China reduce su producción, directamente reducirá su demanda de cobre y zinc. Por ejemplo, el precio del cobre se ha reducido 16% este año debido a la menor demanda del metal. Esto afecta la balanza comercial de la economía peruana y el precio de las acciones mineras (Diario gestión, 2018).⁶

3.4 Mercado inmobiliario en el mundo

En Europa en general se está viviendo una burbuja inmobiliaria, la cual puede explotar en cualquier momento. La constante alza de precios de viviendas, la poca oferta y el incremento de las tasas de interés, han resultado en que adquirir una vivienda sea un lujo del que solo algunos pueden adquirir.

En el caso de Inglaterra, las empresas constructoras están inclinándose por migrar a otras ciudades fuera de Londres y fuera de Inglaterra, debido a las altas tasas de impuestos que hay que pagar. Los que siguen operando en la capital, tienden a hacer rebajas muy drásticas con el fin de poder concretar las ventas necesarias para poder subsistir.

En otras ciudades conocidas también se está viviendo esta posible crisis inmobiliaria originada por el constante incremento de precios de las viviendas en los últimos trimestres. El incremento de las tasas de los créditos hipotecarios también está directamente relacionado a dicho problema en ciudades como Vancouver, Hong Kong, Nueva York, Munich, entre otras.

⁶ <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2018/10/como-esta-afectando-la-guerra-comercial-entre-trump-y-xi-jimping-al-peru.html?ref=gesr>

En la mayor parte de Estados Unidos, parece estar pasando lo mismo. Los precios impagables de las viviendas, generan una vacancia cada vez mayor y una oferta estancada de propiedades (Invertia, 2019).⁷

3.5 Mercado inmobiliario en América Latina

A diferencia de Europa y Norte América, el mercado inmobiliario de América Latina se encuentra en constante crecimiento.

Según un estudio de Properati, la plataforma de venta y alquiler de inmuebles líder en América Latina: “De la oferta inmobiliaria en los mercados de América Latina, dividida en casas, departamentos, y oficinas, no tiene las mismas proporciones. Por ejemplo, en Lima – Perú, y Buenos Aires – Argentina la oferta está orientada a vivienda en departamentos, con un 71% y 87% respectivamente. En Bogotá - Colombia, y Quito – Ecuador, la oferta se desplaza a anuncios de casas, registrando el primero un 87%, y el segundo un 47%” (Diario gestión, 2018).⁸

También señalaron: “En el último año, la demanda en la búsqueda de viviendas en plataformas digitales en América Latina, fue liderada principalmente por el público millennial registrando así un promedio en la región del 60% del total de visitas. De los cuales el 40% son hombres y 60% mujeres. En la mayoría de casos, se registró que las mujeres tienen la última decisión de compra (Diario gestión, 2018).”⁹

Respecto a las tasas de interés de los créditos hipotecarios, la región en general ha tendido a disminuir sus tasas en la última década. Según la SBS en el 2018 los países cerraron con las siguientes tasas anuales: (Diario el comercio, 2019)¹⁰

- México 11.02%
- Colombia 12.11%
- Chile 7.13%

⁷ <https://www.invertia.com/es/noticias/inmobiliario/20190213/bbva-descarta-que-se-este-gestando-una-nueva-burbuja-inmobiliaria-242036>

⁸ <https://gestion.pe/fotogalerias/cinco-particularidades-mercado-inmobiliario-america-latina-252572>

⁹ <https://gestion.pe/fotogalerias/cinco-particularidades-mercado-inmobiliario-america-latina-252572>

¹⁰ <https://elcomercio.pe/economia/peru/creditos-hipotecarios-tasa-interes-compara-peru-otros-region-america-latina-sbs-bcr-bancos-noticia-624555?foto=7>

- Perú 7.93%
- Argentina 35.85%
- Brasil 10.24%

3.6 Mercado inmobiliario en Perú

Según CAPECO, el 87% de las empresas inmobiliarias asegura que venderán más en el 2019 que en el 2018, proyectando un crecimiento promedio de 5.16%

Según ASEI, el incremento de los precios de las viviendas este año estaría entre un 4% y 7% respecto al año pasado. A febrero de este año, la variación ha sido de 1.17%

En los distritos de Lima Top, se estima un crecimiento ponderado de 3%. Lo correcto sería que vaya alineado a la inflación anual (Diario el comercio, 2019).¹¹

3.7 Situación interna del Perú

3.7.1 Política

El Perú ha vivido una serie de sucesos políticos en los últimos 2 años que han generado cierta inestabilidad. Partiendo de la discordancia entre el gobierno del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski y el partido que lideraba el congreso, Fuerza Popular.

Dentro de los principales sucesos se encontraron (Diario la República, 2018):¹²

- Los Keikovideos.
- Renuncia de PPK.
- Martín Vizcarra asume la presidencia.
- Expresidente Ollanta Humala y su esposa Nadie Heredia recuperaron su libertad.

¹¹ <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/terminaron-precios-departamentos-2018-noticia-597494>

¹² <https://larepublica.pe/politica/1380464-resumen-politico-recapitulamos-destacado-ocurrio-2018>

- Kenji Fujimori, Bienvenido Ramírez y Guillermo Bocangel fueron suspendidos del congreso.
- Audios CNM: Grabaciones donde jueces, fiscales y miembros del desactivado Consejo Nacional de la Magistratura negocian una serie de prebendas.
- Anulación de indulto a ex presidente Alberto Fujimori.
- Abimael Guzmán es sentenciado a cadena perpetua.
- Jorge Muñoz es electo alcalde de Lima.
- Ex juez Cesar Hinostroza fuga del país.
- Difusión de chats “La botika” de partido Fuerza Popular.
- Keiko Fujimori es sentenciada a prisión preventiva.
- Ex presidente Alan García pide asilo político a Uruguay y se le es denegado.
- Referéndum y segunda vuelta.
- Suicidio de Alan García.

Todos los sucesos mencionados, frenaron el desarrollo de proyectos que hubiese impactado positivamente el crecimiento económico del país.

El peor escenario futuro sería que entre el gobierno de Antauro Humala y afecte los cambios económicos. Que el ruido político se convierta en realidad.

3.7.2 Económica

El ministro de Economía y Finanzas, Carlos Oliva, indicó a inicios de año lo siguiente:

“En el año 2019 la economía peruana liderará el crecimiento económico entre los países de la región, con un 4,2%, superando así a Chile, Colombia, Brasil y México. Tenemos todas las herramientas y la expectativa para que el crecimiento en el 2019 se ubique por encima del 4%, basada en un fuerte impulso de la demanda interna, particularmente de la inversión privada. Esta proyección se sustenta, en gran medida, en la inversión en nuevos proyectos mineros, de hidrocarburos y de infraestructura que estarán en ejecución en el 2019. Entre estos desataca la Ampliación de Toromocho, el Terminal Portuario General San Martín, Quellaveco, Mina Justa, el Terminal Portuario

Salaverry, la Modernización del Aeropuerto Jorge Chávez, el Lote 95 y la ejecución de 6 Bandas Anchas Regionales” (Ministerio de economía y finanzas, 2018).¹³

Por otro lado, el Banco Mundial mantuvo la proyección de crecimiento del Perú en 3,8% para el 2019, pese a un contexto regional poco favorable que llevó a la entidad global a ajustar a la baja sus estimaciones en Latinoamérica.

El FMI proyectó que la economía peruana se expandirá 3,9% este año. Se puede concluir que tanto el BCR, FMI y el banco mundial están alineados respecto a la proyección del PBI del Perú.

Bajo un escenario pesimista en que la inflación en los próximos años se incremente debido a que no salgan proyectos mineros, inversión estatal, etc. Obligaría a reducir precios al menor nivel posible.

Cuadro del anexo 1.1.3. Economías de las Américas: PIB real, precios al consumidor, saldo en cuenta corriente y desempleo
(variación porcentual anual, salvo indicación en contrario)

	PIB real			Precios al consumidor ¹			Saldo en cuenta corriente ²			Desempleo ³		
	2018	Proyecciones 2019	2020	2018	Proyecciones 2019	2020	2018	Proyecciones 2019	2020	2018	Proyecciones 2019	2020
América del Norte	2,7	2,2	1,9	2,7	2,2	2,7	-2,3	-2,4	-2,6
Estados Unidos	2,9	2,3	1,9	2,4	2,0	2,7	-2,3	-2,4	-2,6	3,9	3,8	3,7
Canadá	1,8	1,5	1,9	2,2	1,7	1,9	-2,6	-3,1	-2,8	5,8	5,9	6,0
México	2,0	1,6	1,9	4,9	3,8	3,1	-1,8	-1,7	-1,9	3,3	3,5	3,6
Puerto Rico ⁴	-2,3	-1,1	-0,7	2,5	0,3	1,3	11,0	11,0	11,2
América del Sur⁵	0,4	1,1	2,4	7,1	8,1	6,1	-1,8	-1,9	-1,9
Brasil	1,1	2,1	2,5	3,7	3,6	4,1	-0,8	-1,7	-1,6	12,3	11,4	10,2
Argentina	-2,5	-1,2	2,2	34,3	43,7	23,2	-5,4	-2,0	-2,5	9,2	9,9	9,9
Colombia	2,7	3,5	3,6	3,2	3,4	3,2	-3,8	-3,9	-3,8	9,7	9,7	9,5
Venezuela	-18,0	-25,0	-10,0	929.789,5	10.000.000	10.000.000	6,0	1,4	-1,9	35,0	44,3	47,9
Chile	4,0	3,4	3,2	2,3	2,3	3,0	-3,1	-3,2	-2,8	6,9	6,5	6,2
Perú	4,0	3,9	4,0	1,3	2,4	2,0	-1,5	-1,4	-1,5	6,7	6,6	6,5
Ecuador	1,1	-0,5	0,2	-0,2	0,6	1,2	-0,7	0,4	1,4	3,7	4,3	4,7
Bolivia	4,3	4,0	3,9	2,3	2,3	3,6	-4,7	-5,2	-5,1	4,0	4,0	4,0
Uruguay	2,1	1,9	3,0	7,6	7,6	7,2	-0,6	-0,8	-1,2	8,0	8,1	7,9
Paraguay	3,7	3,5	4,0	4,0	3,6	4,0	0,5	-0,8	0,4	5,6	5,7	5,8
América Central⁶	2,7	3,2	3,5	2,6	2,7	3,0	-3,6	-2,9	-2,7
El Caribe⁷	4,7	3,6	3,7	3,7	2,4	4,3	-2,3	-2,3	-2,0
<i>Partidas informativas</i>												
América Latina y el Caribe ⁸	1,0	1,4	2,4	6,2	6,5	5,1	-1,9	-1,9	-2,0
Unión Monetaria del Caribe Oriental ⁹	2,1	-4,0	3,1	1,3	1,6	2,0	-10,5	-9,6	-9,4

Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI), proyecciones 2019.

¹³ <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5848>

4. Plan estratégico de la empresa

4.1 Situación actual de la empresa

Se ha elegido crear una promotora inmobiliaria bajo el tipo de sociedad anónima cerrada. La empresa se dedicará exclusivamente a la gerencia y gestión de proyectos inmobiliarios privados. Para la elección se ha tenido en consideración lo siguiente:

- La responsabilidad de los integrantes de la sociedad será solo por su patrimonio.
- La sociedad será conformada por 03 socios, los cuáles han desarrollado negocios ligados al rubro en años previos.
- Los socios accionistas tendrán la prioridad ante la venta de acciones de alguno de los integrantes frente a terceros.

4.2 Capacidad financiera

La sociedad se iniciará con un capital de S/.100000.00 (Cien mil con 00/100 soles), representados por 100 acciones con un valor nominal de S/.1000.00 (Mil con 00/100 soles) cada una.

Con el fin de obtener el capital necesario para iniciar el primer proyecto inmobiliario de la sociedad, se propondrán contratos de mutuo con tasas capitalizables anualmente. Los productos de inversión serán dirigidos inicialmente a “Friends and family”.

El fondo obtenido por los productos de inversión ofrecidos, tendrán como principal objetivo el cubrir los siguientes costos:

- Costo del terreno
- Anteproyecto y proyecto
- Caseta de ventas
- Marketing
- Gastos administrativos

Una vez obtenidas las preventas solicitadas por la entidad financiera, la construcción del proyecto será financiada directamente por las ventas de las unidades inmobiliarias del proyecto.

4.3 Capacidad económica

La capacidad económica de la empresa, proviene exclusivamente de la venta de las unidades inmobiliarias del proyecto.

El proyecto está diseñado para ofrecer únicamente departamentos exclusivos de uso residencial, enfocándose en un target específico con el fin de que los usuarios finales se sientan identificados con sus vecinos colindantes y a su vez sientan que todas las áreas comunes y propias de cada departamento han sido pensadas para un único público objetivo.

Al ser un proyecto de solo 15 unidades, se considera un proyecto corto y efectivo para todos los stakeholders (accionistas, constructora, vendedores, proveedores, clientes, banco, entre otros).

4.4 Capacidad de gestión

Los socios accionistas tienen la capacidad de gestionar y dirigir todas las partes involucradas en un desarrollo inmobiliario. La empresa se enfocará exclusivamente a la gestión y gerencia del proyecto, tercerizando la mayoría de los procesos con asesores especializados.

4.5 Misión

Desarrollar espacios pensados para la independencia, para aquellas personas que inician una nueva vida fuera de casa.

4.6 Visión

Ser una empresa con un alto grado de enfoque en la calidad de vida de sus clientes.

4.7 Objetivos

- Ser una “lovemark”.
- Obtener una TIR anual mayor al 20% en cada proyecto.
- Ubicar a la empresa en el sector inmobiliario de barranco con productos independientes.
- Desarrollar 3 proyectos inmobiliarios dentro de los primeros 3 años de vida de la empresa.
- Mejorar e innovar constantemente las propuestas al consumidor.

4.8 Rentabilidad esperada

Se espera obtener un 20% de rentabilidad mínima en el desarrollo de cada proyecto. Los resultados de los 3 primeros proyectos de la empresa serán reinvertidos en el negocio, reduciendo el capital obtenido por inversionistas privado de forma gradual.

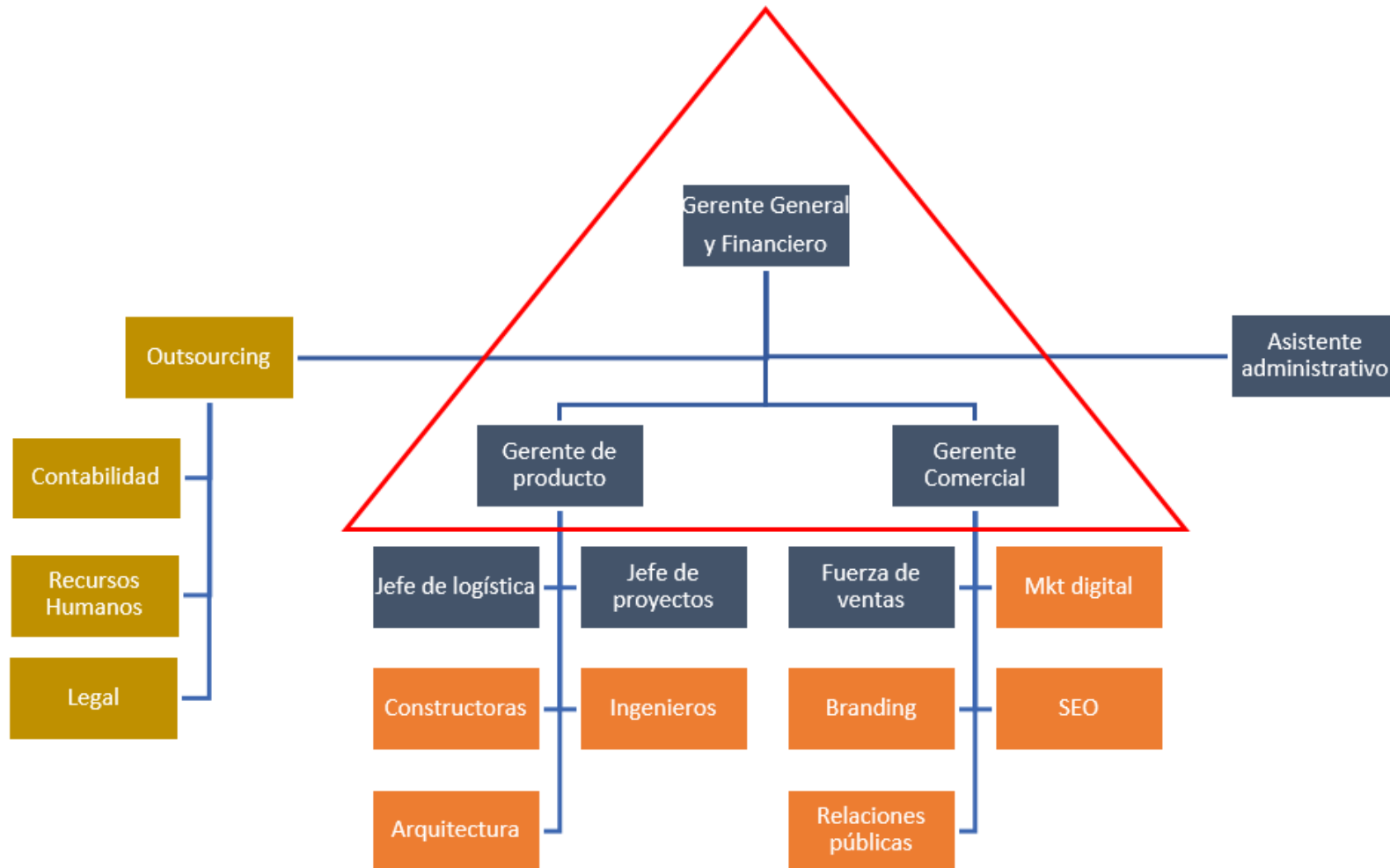
El primer proyecto abarcará una inversión total de \$3588,600.00 (Tres millones quinientos ochenta y ocho mil seiscientos con 00/100 dólares americanos, con un área construida de 2181 m². La oferta de 15 unidades residenciales estará repartida en 04 niveles con un área total vendible de 1784,50 m². La rentabilidad esperada del proyecto es de 21,46%.

4.9 Estructura organizacional

El personal de la organización está altamente capacitado y en constante actualización de conocimientos relacionados al giro de negocio.

A continuación, el organigrama:

ORGANIGRAMA



La organización tiene 3 ejes fundamentales e indispensables para su funcionamiento, los cuales están enmarcados en rojo en el organigrama. Los ejes mencionados, son los 3 socios accionistas y cofundadores de la empresa, cada uno con fortalezas y experiencias distintas que se complementan entre sí. A continuación, las principales funciones de los 3 socios accionistas:

Gerente general / financiero:

- Financiamiento
- Mantener y cuidar los flujos financieros
- Asignación de recursos
- Aprobación de nuevos proyectos
- Detectar oportunidades de negocio
- Coordinar con todas las áreas de soporte

Gerente de producto:

- Cabidas
- Búsqueda de terrenos
- Propuesta de nuevos productos
- Monitoreo de proyectos
- Supervisión de jefe de logística y jefe de proyectos
- Gestión con empresas de arquitectura, ingenierías y construcción

Gerente comercial:

- Lanzamiento de nuevos proyectos
- Dirección y procedimientos de fuerza de ventas
- Control de presupuestos asignados a branding, marketing, SEO, promoción, entre otros.
- Generar estrategias de ventas
- Motivación y supervisión de fuerza de ventas

Dentro de la filosofía y estrategia de crecimiento de la empresa se ha optado por formar un equipo reducido que maneje el corazón del negocio (en color azul en el organigrama). Además de los 3 socios como parte del personal de

la empresa, se ha considerado importante contar con un jefe de logística, un jefe de proyectos, la fuerza de ventas y un asistente administrativo. Al ser un emprendimiento y tener que optimizar el presupuesto de la organización en la primera etapa de crecimiento, se buscará personal altamente capacitado, que crea en el proyecto y el potencial del mismo. La propuesta que se manejará con dicho personal, aparte de una remuneración fija, será un esquema de vesting¹⁴ a partir de 2 años de permanencia en la empresa, el cual les dará derecho a recibir entre 1% y 3% de accionariado dependiendo del puesto de trabajo. Esto permite reducir la inversión en el corto plazo, mantener a todos motivados y dar un sentido de pertenencia para ellos.

Por otro lado, se ha optado por tener como socios estratégicos a empresas especializadas en distintas áreas del negocio (en color naranja en el organigrama), como lo son por el lado de proyectos las ingenierías, construcción y arquitectura de los proyectos.

Por el lado comercial, los socios estratégicos, serán las agencias de branding, comunicación, relaciones públicas y SEO. Los beneficios de tener socios estratégicos van desde mejorar la propuesta de valor del negocio, enriquecer a la empresa por las capacidades de los otros, reducir costos fijos e incrementar los recursos.

Finalmente se mantendrá un outsourcing (en color mostaza en el organigrama) de los aspectos contables, recursos humanos y legal del negocio.

4.10 Evaluación interna – Matriz AMOFHIT

Según D'Alessio (2015), el principal objetivo de realizar una evaluación interna de la empresa es hallar estrategias para obtener mayores beneficios de sus fortalezas y minimizar las debilidades, reconociendo en las primeras,

¹⁴ <http://www.vrainz.com/que-es-el-vesting/>

características que permitan convertirlas en ventajas competitivas y generar estrategias para mejorar las segundas y transformarlas en fortalezas.¹⁵

4.10.1 Administración y gerencia

El objetivo de este proceso estratégico es aumentar la productividad como vehículo para incrementar las posibilidades de competir con éxito en el sector de los diferentes mercados globales. La gerencia se encarga no solo de los aspectos operativos, sino también de los estratégicos, para definir el rumbo y las estrategias de la organización. Asimismo, debe manejar los cambios dentro de esta, superando las crisis y asegurar la viabilidad mediante la asignación inteligente de recursos hacia las demás áreas funcionales, para el cumplimiento de la misión de la organización (D'Alessio, 2015)¹⁶.

En este caso, el gerente general asumirá a la par la gerencia financiera de la empresa. El gerente general, tiene 06 años de experiencia dirigiendo emprendimientos ligados al rubro, en Perú y en México. Inicialmente se manejará un solo proyecto a la vez, lo que permitirá que el gerente pueda elaborar estrategias y asignar los recursos a cada área de la empresa de forma metódica. La organización será participe de la metodología design thinking, el cual es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios¹⁷. Esto permitirá que el gerente general se apoye en las otras gerencias para la toma de decisiones.

4.10.2 Marketing y ventas

El gerente comercial, liderará tanto el marketing como las ventas de la empresa. Es uno de los 3 socios accionistas, que conforman el eje principal de la compañía, con más de 06 años de experiencia en áreas comerciales de otras empresas inmobiliarias. A su cargo tendrá la fuerza de ventas, la cual se

¹⁵ D'Alessio, F. A. (2015). El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia (3a ed., rev.). Lima, Perú: Pearson.

¹⁶ D'Alessio, F. A. (2015). El proceso estratégico: Un enfoque de gerencia (3a ed., rev.). Lima, Perú: Pearson.

¹⁷ <http://www.designthinking.es/inicio/>

busca formar y alinear a la cultura de la empresa. Además será el encargado de la gestión con los socios estratégicos de marketing digital, SEO y branding de cada proyecto inmobiliario. La empresa optará por una presencia agresiva en medios digitales.

4.10.3 Operaciones y logística

El gerente de producto liderará las acciones de los jefes de logística y proyectos. Es uno de los 3 socios accionistas, que conforman el eje principal de la compañía, con más de 06 años de experiencia en áreas de creación de producto de otras empresas inmobiliarias. Esta área se encargará de todo lo relacionado a la creación del producto, desde la búsqueda del terreno, creación del producto y la gestión con los socios estratégicos de construcción, ingeniería y arquitectura. Los jefes de logística y proyecto también tendrán experiencia en empresas de similares características, solo que acá tendrán un factor motivacional adicional que es el poder poseer un porcentaje de accionariado en caso generen resultados en un corto plazo.

4.10.4 Finanzas y contabilidad

El área de finanzas se encarga de conseguir y manejar los recursos para los proyectos y el crecimiento de la empresa. En este caso, a pesar de que la gerencia financiera la asumirá el gerente general, los 3 socios accionistas participarán de la obtención de financiamiento privado. La contabilidad será manejada por una empresa de outsourcing contable la cual rendirá resultados directamente al gerente general.

4.10.5 Recursos humanos

Si bien la empresa no tiene un área ni una persona encargada de los recursos humanos, los 3 socios accionistas se encargarán de recibir asesora externa respecto a la formación de cultura organizacional que desean transmitir. El objetivo principal es crear una base sólida de cultura que se pueda comunicar al nuevo personal a medida que la empresa vaya creciendo.

4.10.6 Sistemas de información y comunicaciones

Hoy en día, existen aplicaciones que se adaptan a las necesidades de cada empresa. Se planea adquirir aplicaciones que apoyen con la gestión, planificación y control de la empresa y sus proyectos. Así como un software de CRM para el área comercial.

4.10.7 Tecnología e investigación y desarrollo

En la primera etapa de la empresa, no se contará con esta área. A un mediano plazo, se debería crear el área y hacerla participe de los productos a desarrollar.

4.11 FODA

Fortalezas

- Experiencia previa de los socios desarrollando otros emprendimientos.
- Experiencia de los socios atendiendo las necesidades de arquitectura y diseño interior del segmento al que se dirige.
- Es una inmobiliaria conformada por jóvenes, para jóvenes.
- Oficina compartida y sus costos fijos con otros negocios de los mismos accionistas.

Debilidades

- Inexperiencia de los socios accionistas en el rubro inmobiliario.
- Poco capital propio para el proyecto.
- No contar con proyectos previos.
- Empresa nueva para entidades financieras.

Oportunidades

- Demanda existente para viviendas de NSE A en Barranco.
- Crecimiento demográfico.
- Socios estratégicos con experiencia en temas determinantes para el desarrollo de un proyecto inmobiliario.
- Nuevos desarrollos inmobiliarios de oficinas y retail en Barranco.

- Consolidación del distrito de Barranco entre la generación Y (Millenials).

Amenazas

- Ingreso a Barranco de empresas inmobiliarias con experiencia en otros distritos.
- Ingreso de empresas inmobiliarias con proyectos en Barranco al target que apuntamos.
- Pocos terrenos en venta.
- Nuevos parámetros municipales poco atractivos para desarrollo inmobiliario.



5. Microentorno

5.1 Creación del distrito

El 26 de octubre de 1874 se crea el distrito de Barranco, durante el gobierno de Manuel Pardo. Inicialmente el distrito estaba poblado de ranchos los cuales fueron incendiados por el ejército chileno en la Batalla de San Juan, así como la Ermita y el puente de los suspiros.

De 1904 a 1965 circuló el ferrocarril eléctrico de lima a chorrillos. Época durante la que los ranchos y casonas se multiplicaron en el distrito. A la par se puso de moda los baños de barranco, así como sus plazas y parques donde se celebraban las fiestas de carnavales.

Hoy en día barranco sigue siendo un distrito bohemio, nocturno y romántico. (Municipalidad de Barranco).¹⁸

5.2 Hitos del distrito

El distrito de barranco se encuentra ubicado al costado del mar en la parte sur de Lima.

Es un distrito con bastante humedad, que vive prácticamente 09 meses de verano al año a excepción de la temporada de junio a agosto.

Sus principales atractivos turísticos son:

- Parque municipal
- Puente de los suspiros
- La ermita de barranco
- Bajada de baños
- Plazuela Chabuca Granda
- Paseo Saenz Peña
- Parque de los Héroes
- El malecón

¹⁸ <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/historia-del-distrito>



Parque Municipal. Fuente: www.munibarranco.gob.pe



Puente de los suspiros. Fuente: www.munibarranco.gob.pe



Ermita de barranco. Fuente: www.munibarranco.gob.pe



Bajada de baños: Fuente: www.munibarranco.gob.pe



Paseo Saenz Peña. Fuente: www.munibarranco.gob.pe



Malecón Paul Harris. Fuente: www.munibarranco.gob.pe

5.3 Geografía

Sus límites distritales son:

- Por el norte: Miraflores
- Por el sur: Chorrillos
- Por el este: Santiago de surco
- Por el oeste: Océano Pacífico

Tiene un área de 3.33 kilómetros cuadrados.

5.4 Población

Según los registros estadísticos del INEI, la población de Barranco se ha mantenido entre los 28 y 33 mil habitantes en la última década. El último registro es del 2017 donde se estima 28970 habitantes en el distrito.



3.2 PROVINCIA DE LIMA: POBLACIÓN ESTIMADA AL 30 DE JUNIO, SEGÚN DISTRITO, 2009 - 2017

Distrito	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	8 095 747	8 219 116	8 348 403	8 481 415	8 617 314	8 751 741	8 890 792	9 031 640	9 174 855
Lima	302 056	296 890	291 849	286 849	281 861	276 857	271 814	268 777	265 693
Ancón 1/	36 401	37 487	38 612	39 769	40 951	38 482	39 600	40 529	41 474
Ate	521 692	538 495	555 974	573 948	592 344	611 082	630 086	645 803	661 786
Barranco	33 996	33 302	32 625	31 959	31 298	30 641	29 984	29 482	28 970
Breña	82 987	81 788	80 618	79 456	78 291	77 116	75 925	75 322	74 711
Carabayillo	237 269	247 077	257 326	267 961	278 963	290 311	301 978	309 899	317 952
Chaclacayo	42 884	42 982	43 083	43 180	43 271	43 355	43 428	43 809	44 197
Chorillos	303 913	307 488	311 158	314 835	318 483	322 066	325 547	330 756	336 054
Cieneguilla	31 160	33 382	35 770	38 328	41 060	43 975	47 080	48 382	49 707
Comas	509 976	512 565	515 248	517 881	520 403	522 760	524 894	531 027	537 263
El Agustino	188 138	188 719	189 332	189 924	190 474	190 961	191 365	193 319	195 304
Independencia	215 941	216 125	216 323	216 503	216 654	216 764	216 822	218 582	220 372
Jesús María	71 139	71 214	71 289	71 364	71 439	71 514	71 589	71 634	71 680
La Molina	144 491	148 738	153 133	157 638	162 237	166 912	171 646	175 681	179 785
La Victoria	193 592	189 831	186 170	182 552	178 958	175 372	171 779	169 239	166 657
Lince	55 733	54 790	53 872	52 961	52 054	51 144	50 228	49 651	49 064
Los Olivos	339 028	344 280	349 670	355 101	360 532	365 921	371 229	377 915	384 711
Lurigancho	184 593	189 974	195 542	201 248	207 070	212 987	218 976	224 098	229 307
Lurin	69 282	71 721	74 258	76 874	79 563	82 319	85 132	87 256	89 416
Magdalena del Mar	54 116	54 206	54 296	54 386	54 476	54 566	54 656	54 789	54 925
Miraflores	86 920	86 091	85 284	84 473	83 649	82 805	81 932	81 776	81 619
Pachacámac	81 145	87 769	94 945	102 691	111 037	120 015	129 653	133 256	136 921
Pucusana	12 148	12 856	13 608	14 403	15 240	16 120	17 044	17 519	18 002
Pueblo Libre	77 892	77 604	77 323	77 038	76 743	76 437	76 114	76 122	76 129
Puente Piedra 1/	263 594	276 886	290 884	305 537	320 837	336 928	353 489	363 194	373 062
Punta Hermosa	6 309	6 511	6 720	6 935	7 155	7 381	7 609	7 792	7 979
Punta Negra	5 951	6 245	6 554	6 878	7 215	7 568	7 934	8 149	8 369
Rímac	178 869	176 513	174 214	171 921	169 617	167 286	164 911	163 913	162 897
San Bartolo	6 368	6 574	6 788	7 008	7 233	7 463	7 699	7 884	8 073
San Borja	111 208	111 328	111 448	111 568	111 688	111 808	111 928	112 317	112 712
San Isidro	58 920	58 123	57 345	56 570	55 792	55 006	54 206	53 836	53 460
San Juan de Lurigancho	962 554	983 095	1 004 339	1 025 930	1 047 726	1 069 566	1 091 303	1 114 686	1 138 453
San Juan de Miraflores	382 531	386 124	389 815	393 493	397 113	400 630	404 001	409 886	415 870
San Luis	57 080	57 175	57 274	57 368	57 454	57 530	57 600	58 026	58 461
San Martín de Porres	620 193	632 974	646 191	659 612	673 149	686 702	700 177	714 952	729 974
San Miguel	134 666	134 806	134 946	135 086	135 226	135 366	135 506	136 369	137 247
Santa Anita	199 282	203 919	208 697	213 561	218 486	223 447	228 422	233 315	238 290
Santa María del Mar	924	1 013	1 112	1 220	1 338	1 467	1 608	1 651	1 694
Santa Rosa	12 641	13 497	14 416	15 399	16 447	17 563	18 751	19 272	19 802

Fuente: www.inei.gob.pe

5.5 Índice de desarrollo humano

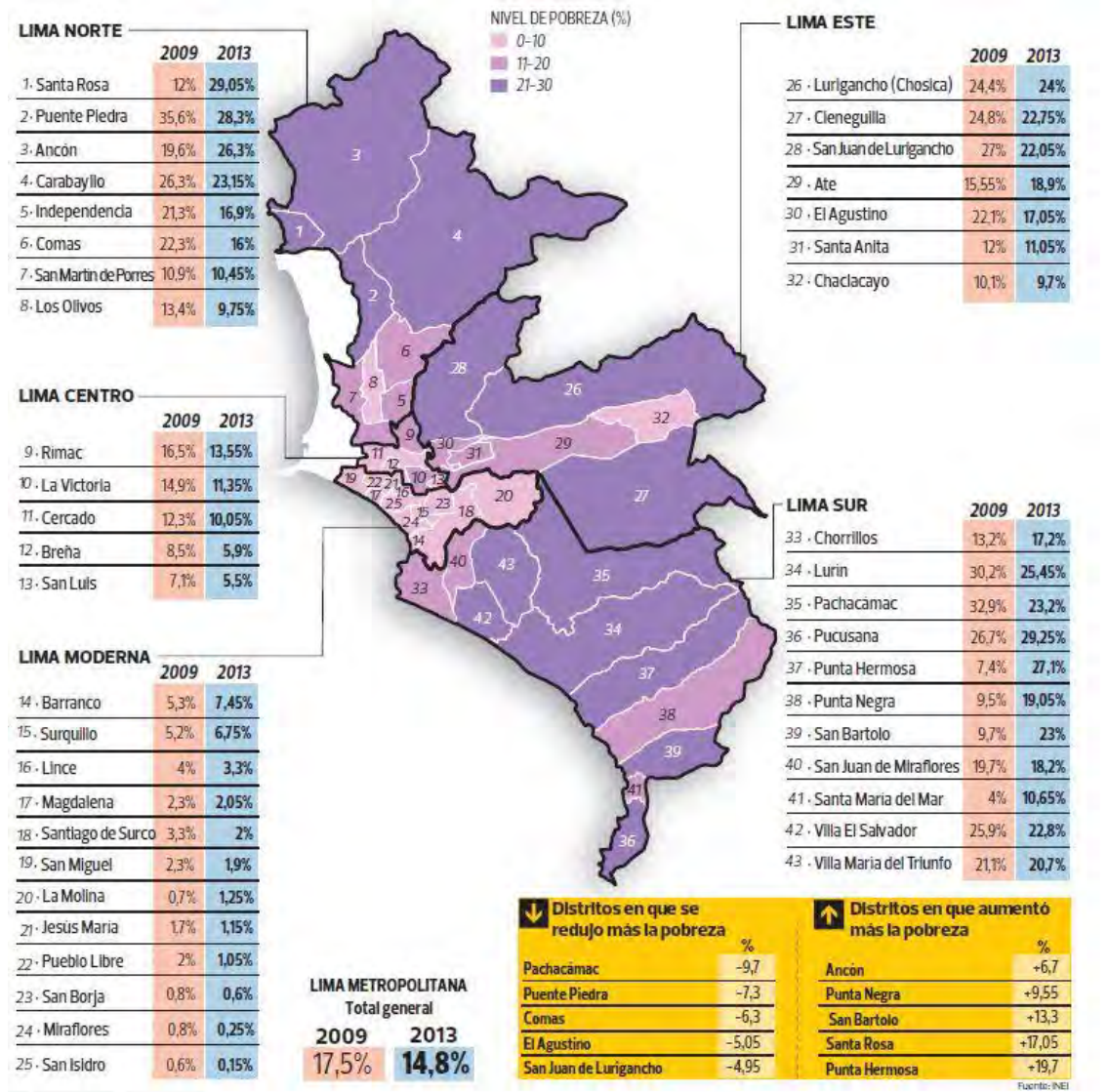
En la siguiente tabla, se puede visualizar que Barranco está posicionado en el puesto 12 del índice de desarrollo humano que comprende la educación, esperanza de vida e ingresos familiares per cápita. En el año 2012 los ingresos promedio de las familias de Barranco eran de S/.1440,60 nuevos soles.

Ubigeo 2010	DEPARTAMENTO		Población		Índice de Desarrollo Humano		Esperanza de vida al nacer		Población con Educ. secundaria completa		Años de educación (Poblab. 25 y más)		Ingreso familiar per cápita	
	Provincia		habitantes	ranking	IDH	ranking	años	ranking	%	ranking	años	ranking	N.S. mes	ranking
	Distrito													
150000	LIMA		9.395.149	1	0,6340	1	78,75	2	80,90	3	10,75	1	1017,0	2
150100	Lima		8.481.415	1	0,6417	3	79,02	16	79,09	8	10,93	5	1049,2	5
150101	1	Lima	286.849	16	0,6787	26	79,14	164	80,16	135	11,54	35	1186,8	29
150102	2	Ancon	39.769	143	0,5983	68	77,93	299	74,68	237	10,13	138	939,0	76
150103	3	Ate	573.948	3	0,6034	65	78,73	228	74,99	230	10,59	92	922,6	81
150104	4	Barranco	31.959	169	0,7460	12	79,08	174	86,94	50	12,46	18	1440,6	12
150105	5	Breña	79.456	66	0,7196	18	78,99	183	84,44	79	12,14	22	1336,6	21
150106	6	Carabaylo	267.961	18	0,5624	115	78,20	271	73,25	259	10,26	127	783,6	155
150107	7	Chaclacayo	43.180	132	0,6627	35	79,56	108	79,72	154	11,43	37	1107,8	46
150108	8	Chorrillos	314.835	13	0,6570	41	78,65	233	77,24	182	11,11	54	1133,3	39
150109	9	Cieneguilla	38.328	151	0,5615	116	77,97	293	79,22	162	10,08	146	762,3	176
150110	10	Comas	517.881	4	0,6302	48	78,91	196	80,03	140	11,14	51	981,7	63
150111	11	El Agustino	189.924	25	0,6058	61	80,08	65	69,45	337	10,21	133	965,9	68
150112	12	Independencia	216.503	22	0,6224	52	78,85	209	77,25	181	10,86	74	978,3	64
150113	13	Jesus Maria	71.364	82	0,7572	7	79,51	115	85,62	67	13,42	7	1442,0	11
150114	14	La Molina	157.638	34	0,7814	3	79,38	138	86,20	57	13,76	5	1557,5	5
150115	15	La Victoria	182.552	27	0,6459	43	78,87	204	75,97	206	11,16	50	1080,8	49
150116	16	Lince	52.961	117	0,7670	4	79,49	120	85,74	63	12,85	16	1534,4	6
150117	17	Los Olivos	355.101	10	0,6593	40	79,16	159	80,63	126	11,61	33	1083,6	48
150118	18	Lurigancho	201.248	24	0,6050	63	79,13	166	76,13	205	10,74	79	908,5	86
150119	19	Lurin	76.874	75	0,5873	86	78,61	238	70,78	310	10,07	148	905,7	88
150120	20	Magdalena Del Mar	54.386	113	0,7491	11	79,52	114	84,52	78	12,98	15	1433,0	13
150121	21	Magdalena Vieja	77.038	73	0,7532	9	79,44	128	87,19	45	13,31	10	1415,9	16
150122	22	Miraflores	84.473	64	0,7971	1	79,41	132	89,50	31	14,25	1	1589,1	4
150123	23	Pachacamac	102.691	50	0,5447	139	77,87	303	66,50	398	9,93	163	767,8	169
150124	24	Pucusana	14.403	368	0,4974	274	77,62	327	60,94	517	9,84	180	623,9	314
150125	25	Puente Piedra	305.537	14	0,5679	105	78,36	258	74,21	244	10,26	126	798,5	145
150126	26	Punta Hermosa	6.935	692	0,6329	46	77,93	298	73,86	251	11,07	56	1055,3	51
150127	27	Punta Negra	6.878	700	0,5950	78	78,14	274	70,20	317	11,03	62	902,9	89
150128	28	Rimac	171.921	29	0,6594	38	79,08	173	75,94	208	11,06	57	1149,1	36
150129	29	San Bartolo	7.008	685	0,6203	53	78,90	198	81,87	110	11,01	65	933,8	77
150130	30	San Borja	111.568	46	0,7569	8	79,55	112	87,06	47	13,97	4	1396,6	18
150131	31	San Isidro	56.570	107	0,7638	5	79,46	124	88,89	34	14,02	3	1418,7	15
150132	32	San Juan De Lurigancho	1.025.929	1	0,6160	54	78,73	227	76,31	200	10,84	75	957,9	70
150133	33	San Juan De Miraflores	393.493	8	0,6420	44	79,32	141	80,14	136	11,02	64	1033,4	57
150134	34	San Luis	57.368	105	0,7058	21	80,37	53	79,74	153	12,12	23	1268,5	24
150135	35	San Martín De Porres	659.613	2	0,6553	42	79,08	176	82,79	100	11,78	28	1044,3	56
150136	36	San Miguel	135.086	41	0,7521	10	79,33	140	85,29	70	13,01	14	1446,3	10
150137	37	Santa Anita	213.561	23	0,6380	45	79,49	119	76,19	203	10,79	78	1050,1	53
150138	38	Santa María Del Mar	1.220	1573	0,6735	29	78,29	263	100,00	4	10,37	113	1126,5	41
150139	39	Santa Rosa	15.399	343	0,6111	57	78,03	285	79,04	164	11,04	60	922,4	82
150140	40	Santiago De Surco	326.928	11	0,7371	13	79,45	126	87,05	48	13,41	8	1324,3	23
150141	41	Surquillo	92.328	56	0,7363	14	79,23	149	85,08	71	12,36	20	1403,8	17
150142	42	Villa El Salvador	436.289	5	0,6028	66	78,86	207	75,30	216	10,67	86	911,8	84
150143	43	Villa María Del Triunfo	426.462	6	0,5879	85	78,97	186	74,15	247	10,16	136	877,8	95
	Lima Metropolitana 3/		9.450.585		0,6420		79,41		82,44		10,87		1026,0	

Fuente: Programas de naciones unidas para el desarrollo. PNUD.

5.6 Pobreza

Haciendo un comparativo de los censos realizados en el año 2009 y 2013, Lima tuvo una reducción de % de pobreza de 2.5 puntos, bajando de 17.5% a 14.8%. Específicamente en el distrito de Barranco, se presenció un alza de 5.3% a 7.45%.



Fuente: <https://elcomercio.pe/lima/pobreza-lima-distritos-carencias-mapa-227363>

5.7 Situación del entorno actual

5.7.1 Residencial

Barranco, es un distrito urbanizado. En sus inicios era 100% residencial, pero en la última década se ha encontrado en un proceso de evolución constante. Cada día aumentan los negocios de restaurantes y retail, así como los complejos de oficinas modernas los cuáles no había un tiempo atrás.

Según el informe estadístico de IPSOS del 2018, Barranco se encuentra poblado de forma pareja por hombres (48,02%) y mujeres (51,98%). Actualmente predomina la población de NSE C (40,00%) ubicado en la zona oeste del distrito.

Existe una marcada diferencia del NSE de las viviendas a medida que uno se va dirigiendo al este u océano pacífico. Con el pasar de los años, el desarrollo inmobiliario de NSE A irá desplazándose hacia el este por el agotamiento de stock de terrenos cerca al litoral. Esto a su vez promoverá la modernización de las zonas pegadas al oeste y mejoramiento de las urbanizaciones.

Población 18 a +	Hombre	Mujer	18-24	25-39	40-70	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
45365	21784	23581	9073	16785	19507	2178	10026	18146	11160	3856
	48,02%	51,98%	20,00%	43,63%	61,51%	4,80%	22,10%	40,00%	24,60%	8,50%

Elaboración Propia. Fuente:

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-06/anexo_1_distribucion_poblacional_junio_2018.pdf

5.7.2 Salud

En el distrito de Barranco se cuenta con 06 centros de salud:

- Policlínico Parroquial San José Obrero
- Cenaf
- SIS Sistema integral de salud
- UBAP

- Centro del adulto mayor
- Rotario Gaudencio Bernasconi

En la actualidad, no se cuenta con ningún centro de salud moderno orientado al NSE A.

Si se cuenta con farmacias, consultorios de odontología, ópticas, psicólogos, quiroprácticos y centros de medicina natural. (Barranco guide)¹⁹

5.7.3 Infraestructura vial

El distrito se encuentra bien ubicado, con muchas conexiones privilegiadas hacia otros distritos:

- Autopista costa verde: Se tiene acceso directo por la av. Grau. Por este medio se puede acceder a Miraflores, San Isidro, Magdalena, San Miguel, entre otros. Asimismo, en la otra dirección se puede dirigir a Chorrillos y la Panamericana Sur para dirigirse a las playas cercanas a Lima.
- Av. Reducto: Acceso directo por la av. Grau a Miraflores.
- Vía Expresa: Acceso directo por la av. República de Panamá hacia distritos como Miraflores, San Isidro, San Borja.
- Av. República de Panamá: Acceso directo hacia los distritos de Miraflores y Surco.
- Av. Nicolás de Piérola: Acceso directo a av. Jorge Chávez que lleva al distrito de Surco.
- Av. Pedro de Osma: Acceso directo a distrito de Chorrillos.

Se puede apreciar la importancia de la av. Grau y av. República de Panamá para la conexión con otros distritos. Es por ello que se origina un embotellamiento en horas pico durante los días laborales en dichas avenidas.

¹⁹ <https://barrancoguide.com/in/category/salud/centros-de-salud/>

5.7.4 Comercio:

En la actualidad se cuenta con la presencia de Supermercados Metro ubicado en la Av. Grau dentro de la zona monumental de Barranco.

Por el agresivo crecimiento que ha presentado el desarrollo inmobiliario del NSE A en productos masivos, probablemente no tarde mucho en operar en la zona otro supermercado.

5.7.5 Educación:

En el distrito se cuenta con varios tipos de servicios educativos:

- 2 universidades
- 6 institutos técnicos
- 2 colegios no escolarizados
- 1 colegio de educación especial
- 6 colegios privados
- 6 colegios nacionales
- 6 nidos
- 6 talleres educativos

El centro educativo mas relevante del distrito vendría a ser la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) ubicada en el límite distrital entre Barranco y Miraflores. Universidad de gran infraestructura que abarca una gran población universitaria.

5.7.6 Zonificación

Desde los años 40, barranco se sectorizó en 03 zonas:

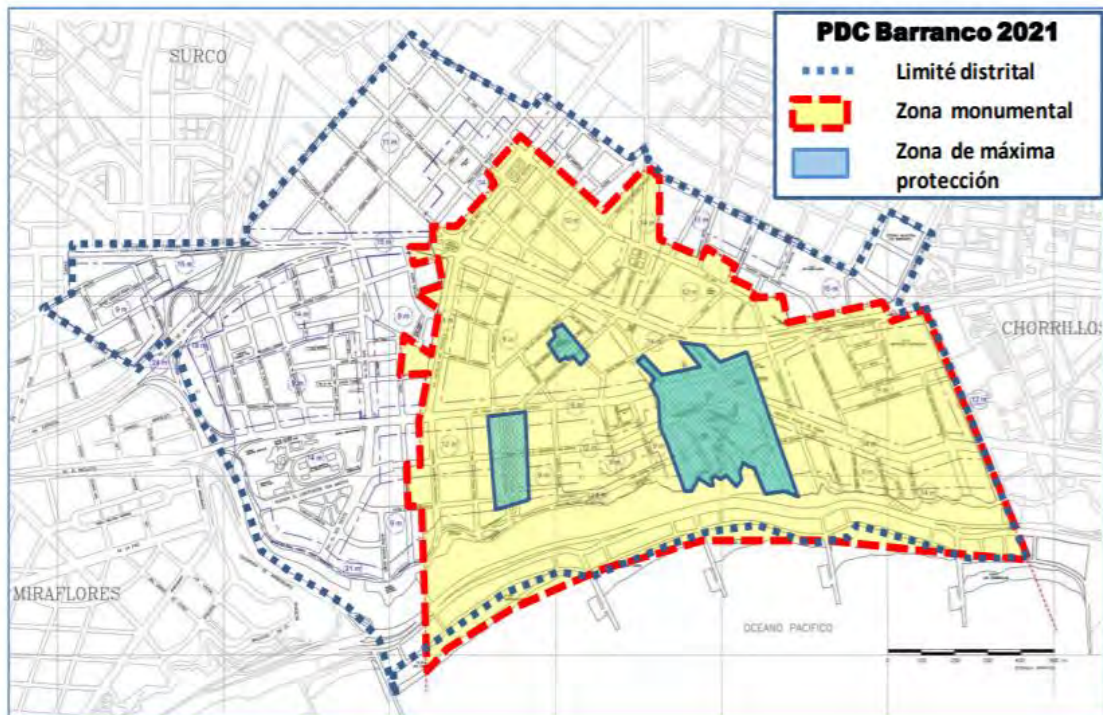
- Zona 1 o zona oeste: También llamado centro histórico está delimitado por el malecón y la av. Grau. Es la zona más atractiva para los turistas.

- Zona 2 o zona media: Es la zona de nuevos desarrollos inmobiliarios y nuevo comercio. Está delimitada por la av. Grau, la av. República de Panamá y la av. Bolognesi.
- Zona 3 o zona este: Es el polígono formado entre la av. República de Panamá, la av. Bolognesi, la calle Malambito y la av. Manuel de la Fuente. Colindante con el distrito de Santiago de Surco, se puede considerar la zona de menor estrato socioeconómico. 20

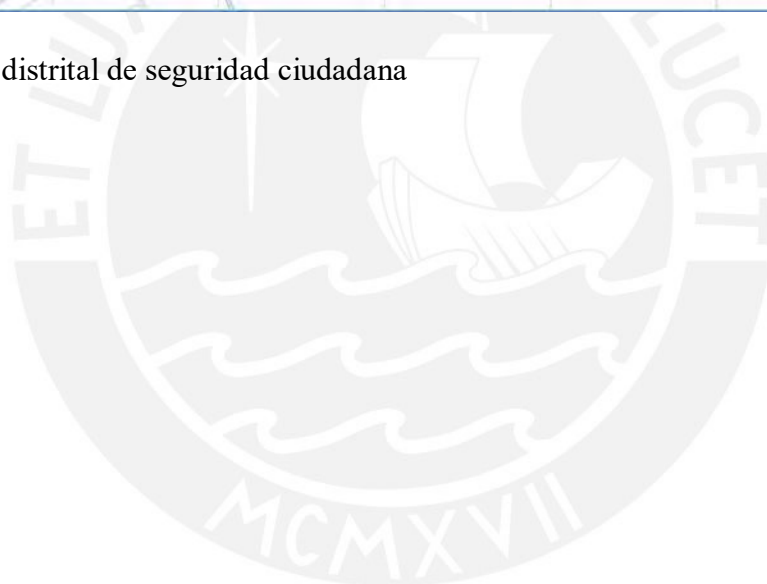


Fuente: Plan distrital de seguridad ciudadana de barranco

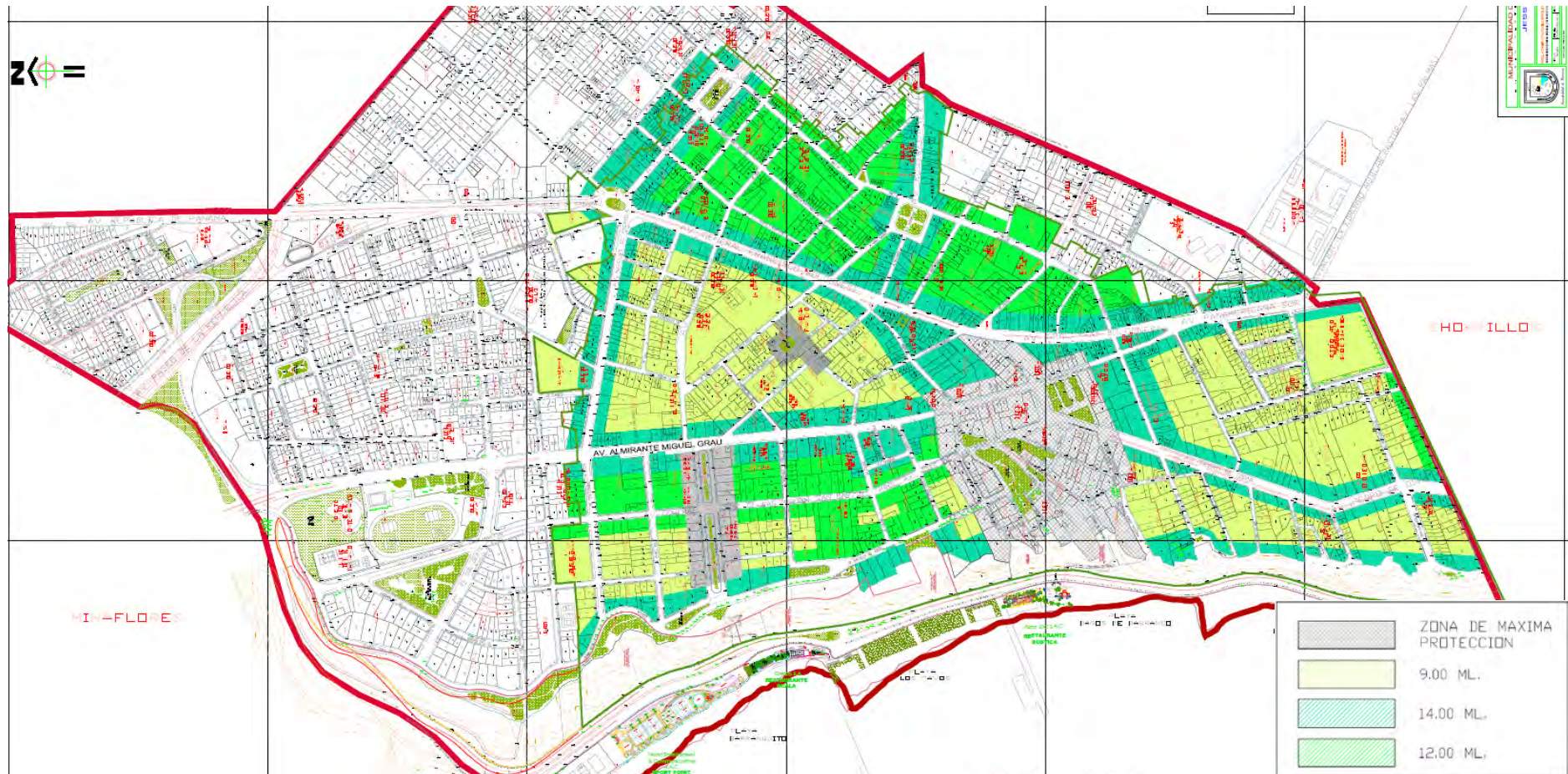
Aparte de la división por zonas, barranco tiene delimitada una zona monumental que abarca casi 2/3 de su área. Esta zona es a la que se destina una mayor protección tanto en seguridad urbana como en temas de parámetros y cambios en la arquitectura y monumentos.



Fuente: Plan distrital de seguridad ciudadana

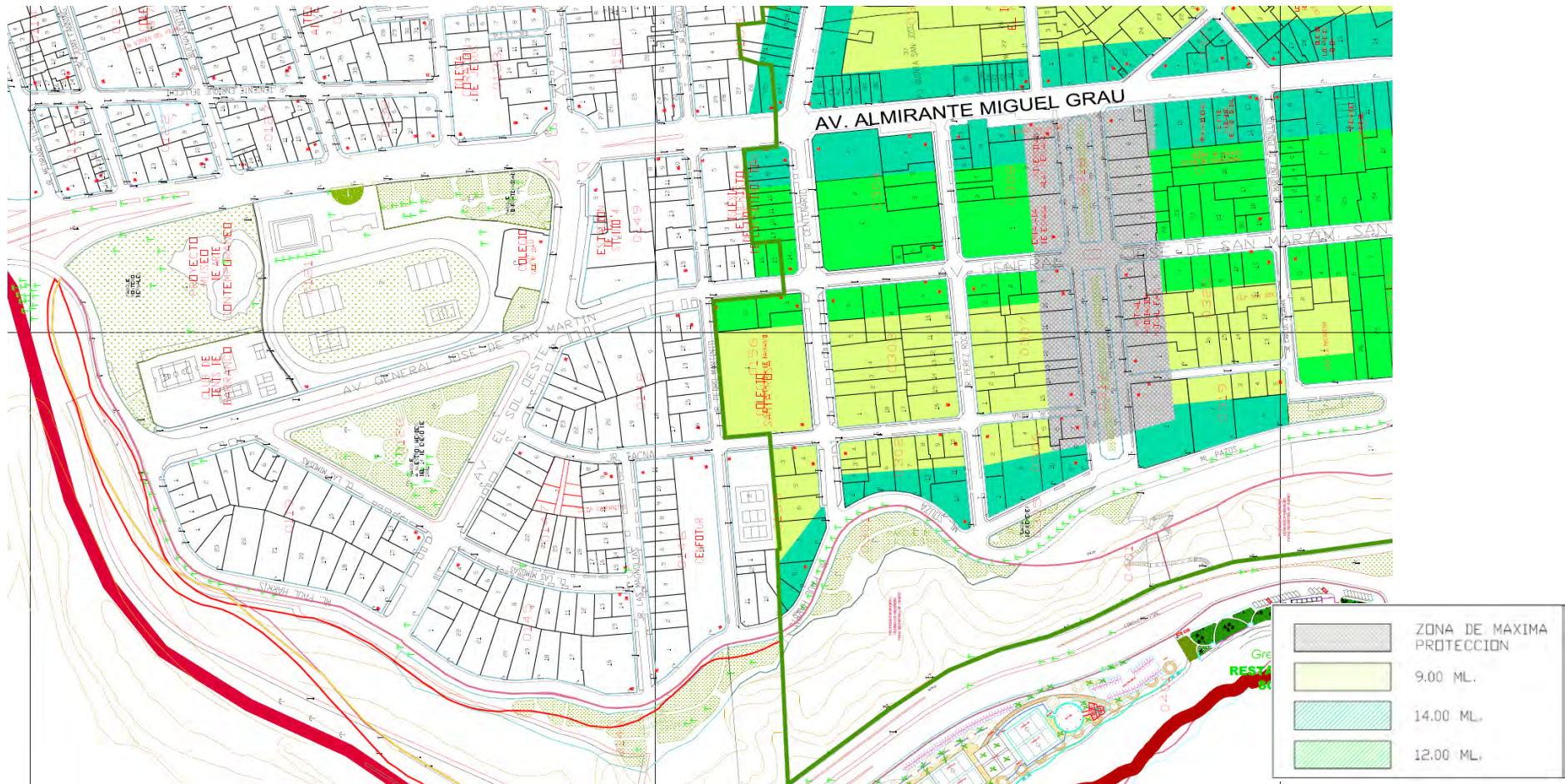


La zonificación y delimitación de alturas se plantea de la siguiente manera:



Fuente: Municipalidad de Barranco

Zoom 1 Zonificación



5.8 Características del terreno

Ubicación:

Av. San Martín 508-512-520 , Barranco, Lima, Perú

Perímetro:

- Por el frente: 22.00 ml a Av. San Martín
- Por el fondo: 22.00 ml a vecino posterior
- Por la derecha: 27.00 ml a vecino lateral (vivienda unifamiliar)
- Por la izquierda: 27.00 ml a vecino lateral (vivienda unifamiliar)
- Área : 594.00 m²

Parámetros:

Zonificación: RDM (residencial densidad media)

*Ubicado en zona monumental

Altura máxima de edificación: 12.00 ml

Altura máxima de piso a piso: 3.00 ml

Altura mínima de piso a techo: 2.30 ml

Área mínima libre: 35%

Estacionamientos: 1 unidad cada vivienda

Retiro municipal: 5ml para avenidas



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE BARRANCO
GERENCIA DE DESARROLLO URBANO
SUBGERENCIA DE OBRAS PRIVADAS
CATASTRO y CONTROL URBANO

CERTIFICADO DE PARÁMETROS URBANÍSTICOS Y EDIFICATORIOS
N° 244 -2019- SGOPCYCU - GDU/MDB

--- 08 /05/2019 08/05/2022
Código Catastral Fecha de Emisión Término de Vigencia

1.- DATOS DE SOLICITANTE

06815-C-2019 03/05/2019 CORZO HINOJOSA MAURICIO JAVIER 44647566
N° De Expediente Fecha de Ingreso Apellidos y Nombres o Razón Social CNI / RUC

2.- UBICACIÓN DEL TERRENO

001470 AV.SAN MARTIN 520 --- --- ---
--- --- --- --- ---
Cod. de Via Denominación de la Via Nro Block Dpto. Int.

2.1 - DATOS DEL PREDIO

300.00 --- --- --- ---
Area de Terreno (m2) Frente (m) Derecha (m) Izquierda (m) Fondo (m)

Los datos descritos son tal y como lo describe la solicitud del administrado.

EL INMUEBLE SE ENCUENTRA UBICADO FUERA DEL ÁMBITO DE LA ZONA MONUMENTAL
Ordenanza N° 1076-MML del 08/10/2007

3.- INDICADORES DE ESTRUCTURACION Y ZONIFICACION

BARRANCO AREAS DE MAYOR HETEROGENEIDAD DE FUNCION
Area Territorial Area de Actuación Urbanística

Vivienda Unifamiliar / Multifamiliar
Uso Residencial Compatible

II	RDM	Ord. N°1076 - Anexo 4	RESIDENCIAL DE DENSIDAD MEDIA	
Estructuración	Zonificación	A. de Tratamiento	Descripción de la Zonificación	
RDM	VER NOTA (2)	300.00	10.00	35%
	Altura Máxima Permisible	Área de Lote Mínimo (m2)	Frente Mínimo de Lote (m)	% Mínimo de Área Libre
---	---	---	---	---
	Altura Máxima Permisible	Área de Lote Mínimo (m2)	Frente Mínimo de Lote (m)	% Mínimo de Área Libre

• Para el uso comercial de acuerdo al Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas

Índice de Espacios de Estacionamientos

4.- INDICADORES DE LA SECCION DE VIA

AV.SAN MARTIN --- 05.00 VER NOTA (2)
--- --- --- ---
Denominación de la Via Alineamiento Retiro Municipal Altura Máxima Permisible

Fuente: Municipalidad de Barranco

5.- FUENTE INFORMATIVA

Ordenanza N° 1076-MML del 08/10/2007 "Aprueba el Reajuste integral de la Zonificación de los Usos de suelo de los distritos de Barranco y Surquillo y de Sectores de los distritos de Chorrillos y Santiago de Surco que son parte del área de tratamiento Normativo I y II de Lima Metropolitana".

6.- NOTAS

- 1 La Ordenanza N° 303-MDB publicada el 28/11/2008, aprueba el **Reglamento para el Uso de Azoteas en Edificaciones Residenciales de la Zona No Monumental del distrito de Barranco**, el cual se encuentra disponible para su consulta en la Web: www.elperuano.com.pe.

La Ordenanza N° 247-MDB de fecha 21/12/2005 y publicada el 08/01/2006 en el diario Oficial "El Peruano", deroga la Ordenanza N° 080-MDB, y dispone en su artículo segundo, Aplicar los Parámetros, áreas mínimas y alturas del Programa "Mi Vivienda" o programas y proyectos similares, en la zona monumental del distrito únicamente en el área comprendida desde la Av. República de Panamá, siguiendo por las Avenidas Bolognesi y Panamericana Sur, hacia el este, norte y sur, hasta los límites distritales. Que asimismo establece que, dentro del área determinada en el párrafo anterior, que no constituye zona monumental, los parámetros urbanísticos residenciales a utilizarse serán los de Alta Densidad. En su Artículo tercero se declara inaplicables los Parámetros y áreas mínimas del programa "Mi Vivienda" y similares en la zona monumental del distrito, no considerada en el primer párrafo del artículo segundo de la presente norma, aplicándose en este caso las áreas mínimas y condiciones establecidas en el Reglamento Nacional de Construcciones.

- 2 **Resumen de Zonificación**

Resumen de Zonificación Residencial. Área de Tratamiento Normativo II

ZONA	USOS PERMITIDOS	LOTE MINIMO (m2)	FRENTE MINIMO (m2)	ALTURA DE EDIFICACION MAXIMA (pisos)	AREA LIBRE MINIMA	ESTACIONAMIENTO MINIMO
Residencial de Densidad Media RDM	Unifamiliar	120	6	3	30%	1 cada 1.0 viv(*)
	Multifamiliar	120	6	3	30%	
	Multifamiliar	150	8	4	35%	
	Multifamiliar	200	10	5	35%	
	Multifamiliar	300	10	6	35%	
	Conjunto Residencial	1600	20	7 (1)	40%	

(1) Frente a Parques y/o Avenidas con ancho mayor de 20 mts

(*) Según Ordenanza N° 373-MDB del 26/09/2012 : 01 estacionamiento cada 1.0 vivienda.

Consideraciones (Ord. N° 1076 – MML):

- La altura máxima de piso a piso de los departamentos en edificios multifamiliares será de 3.00 ml
- La altura mínima de piso terminado a cielo raso será de 2.30 ml, según Art. 22 Norma A.010 del Reglamento Nacional de Edificaciones.
- En zonas residenciales se podrá construir vivienda unifamiliar en cualquier lote superior a 90 m2.
- La subdivisión de lotes solo se permitirá cuando los lotes resultantes (área y frente), sean iguales y mayores al mínimo normativo
- Los estacionamientos deberán ser resueitos dentro del área del lote.

Consideraciones Ord. N° 516-2019-MDB publicada en el diario oficial El Peruano de fecha 24-02-2019

- Se considera un área mínima de 90 m2 para departamentos de 3 dormitorios, 75m2 para departamentos de 2 dormitorios y 60 m2 para departamentos de 1 dormitorio, con un porcentaje de 50%, 35% y 15%, en el orden descrito. Asimismo se cuenta con una tolerancia de 10% para todos los casos.
- En zona de turgurización urbana: solo podrá edificarse hasta dos pisos y/o remodelar el piso existente.

- 3 **Decreto Supremo N° 010 – 2018 - Vivienda, del 11/07/2018**

NO ES VALIDO ESTE PARAMETRO SI NO CUENTA CON HABILITACION URBANA

PREVIAMENTE AL ANTEPROYECTO Y/O PROYECTO DEBERA CONTAR CON DICHO SANEAMIENTO

Fuente: Municipalidad de Barranco



Fuente: Elaboración propia

6. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

6.1 Competencia directa

En Barranco existe una gran oferta inmobiliaria de nuevos proyectos, productos dirigidos a más de un segmento.

Productos dirigidos a un NSE A se concentran desde la Av. Grau hacia el océano pacífico (Malecón). En la actualidad existen 27 proyectos inmobiliarios en etapa de preventa o construcción.

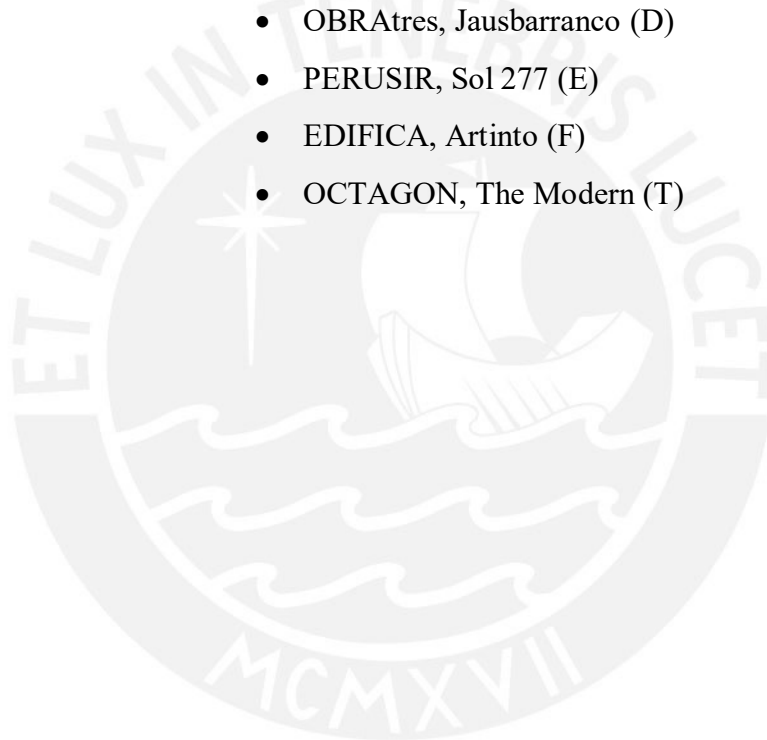
Podemos diferenciar 4 tipos de productos:

- Proyectos residenciales masivos (algunos mixtos con comercio u oficinas) orientados a inversionistas, la mayor parte de las unidades inmobiliarias que estos proyectos ofrecen van desde los 25m² a 60m². Proyectos de estas características son:
 - La Muralla, Cénit (P)
 - IMAGINA, Art&U Barranco (M)
 - EDIFICA, Connect (N)
 - EDIFICA, Stelar (K)
 - EDIFICA, Grau 15 (Q)
 - HPC, Monumento Grau (I)
 - PNR, Sol 135 (J)
- Proyectos residenciales ubicados de la av. Grau hasta república de Panamá. Esta zona es probablemente el futuro del desarrollo inmobiliario a mediano plazo. Al agotarse la oferta de los terrenos que se encuentran cruzando la av. Grau, la modernización y desarrollo de proyectos se volverá más común en dicha zona, cambiando por completo la segmentación de esas calles. Actualmente estos productos tienen un ticket más bajo de venta por la ubicación, pero con un buen nivel de diseño arquitectónico. Los proyectos de estas características son:
 - Vicca Verde, Torres Paz (R)
 - V&V, Sol 170 (H)
- Proyectos residenciales medianos, con formatos pequeños de departamentos también dirigido a inversionistas, pero

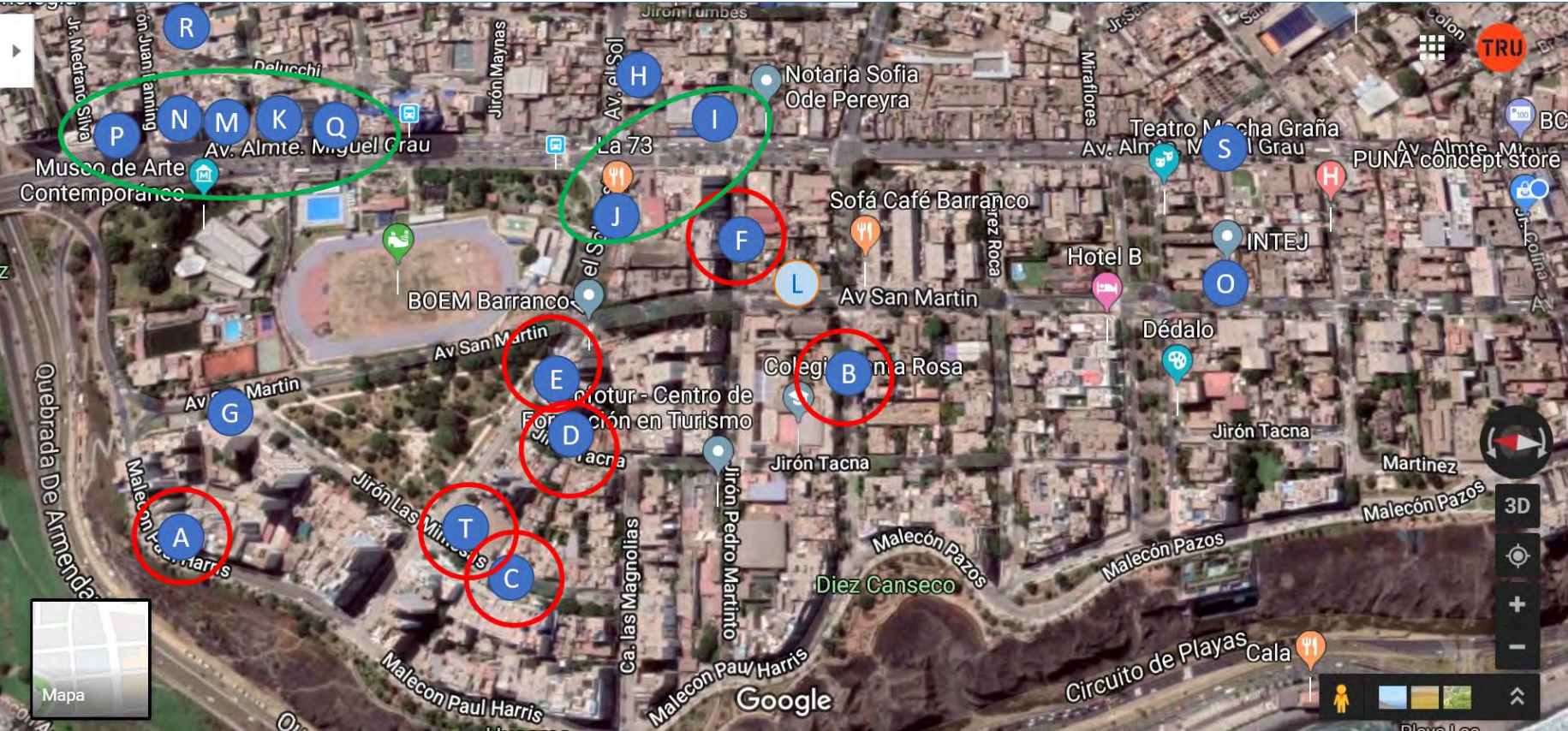
sin ofrecer áreas comunes si no promovidos por la ubicación.

- Proyectos exclusivos, dirigido a familias de NSE A. Sus precios varían de acuerdo a su ubicación y alturas de departamentos. Para la evaluación del presente proyecto, se considera que este tipo de proyectos son la competencia directa y de la cual se ahondará más en su análisis. Los proyectos a detallar son:

- RODCOPMEN, ADAMAR (B)
- CCMT, Barranco City D'María 10 (C)
- OBRAtres, Jausbarranco (D)
- PERUSIR, Sol 277 (E)
- EDIFICA, Artinto (F)
- OCTAGON, The Modern (T)



6.1.1 Mapa de ubicación de proyectos en venta



Fuente: Google Earth

6.2 Principales proyectos de competencia directa

Proyecto ADAMAR



Foto actual de terreno



Vista 3D Fachada



Plano departamento 107m2

Ficha técnica

Ubicación	Jr Centenario 275
Tipo	Residencial
Nº Pisos	SS a 3
Nº Dptos	39
% Vendido	25%
Etapas actual	Preventa
Inicio de obra	jun-19
Entrega de obra	oct-20
Formatos	Flats
Metrajes	49 / 50 / 54 / 57 / 65 / 74 / 79 / 82 / 107 m ²
Precio dpto	\$152560.00 a \$290875.00
Precio por m ²	\$3113.00
Precio estacionamiento	\$20000.00 (simple)
Dcto preventa	8%
Áreas comunes	SUM, patios amoblados y jardines

Proyecto Barranco City D'Maria 10



Foto actual del terreno



Vista 3D Fachada



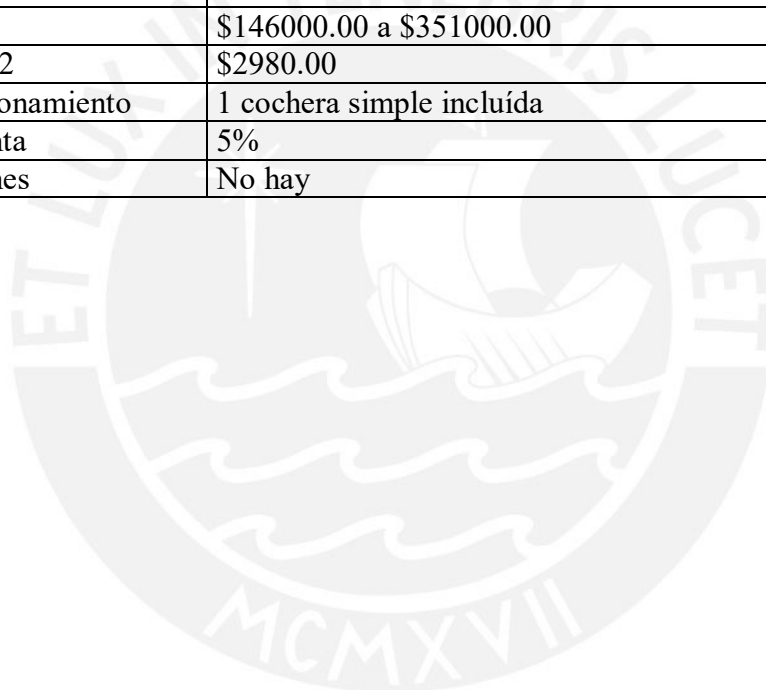
ET LUX IN



Planos departamentos de 84m2 y 105m2

Ficha técnica

Proyecto	Barranco City D'María 10
Empresa	CCMT
Ubicación	Las Mimosas 135
Tipo	Residencial
Nº Pisos	SS a 8
Nº Dptos	39
% Vendido	75%
Etapas actual	Construcción
Inicio de obra	may-18
Entrega de obra	Jul-19
Formatos	Lofts, Flats y Penthouse
Metrajes	47 / 54 / 84 / 94 / 100 / 102 / 105 / 109 m2
Precio dpto	\$146000.00 a \$351000.00
Precio por m2	\$2980.00
Precio estacionamiento	1 cochera simple incluida
Dcto preventa	5%
Áreas comunes	No hay



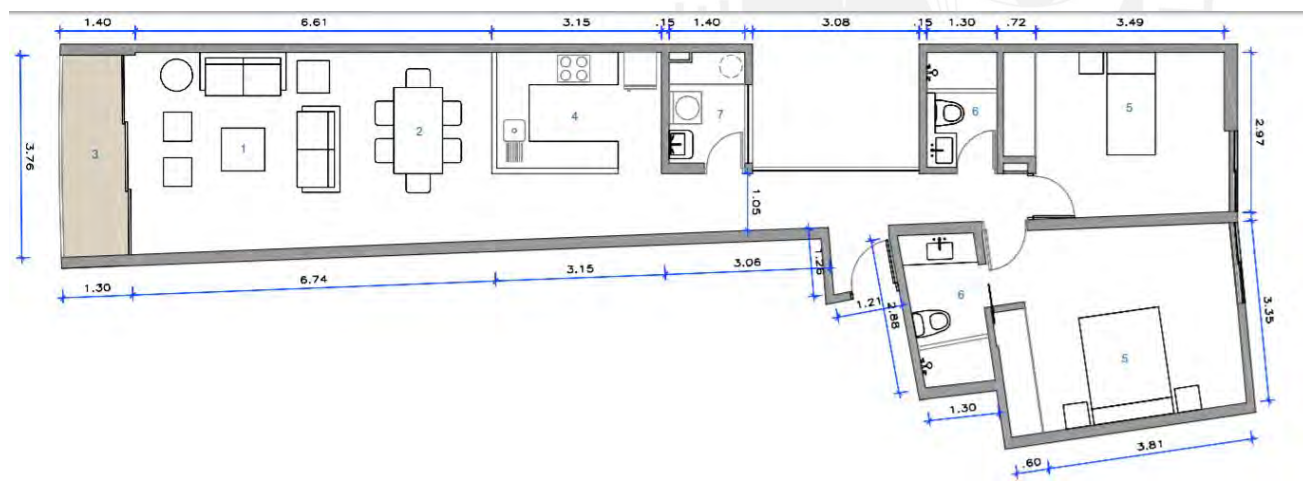
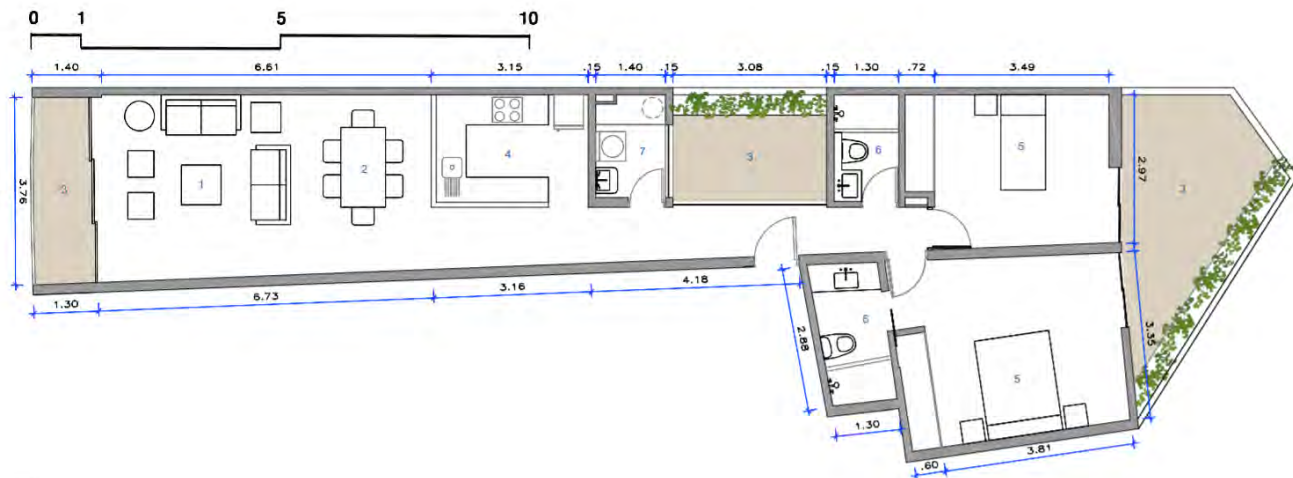
Proyecto Jausbarranco



Foto actual del terreno



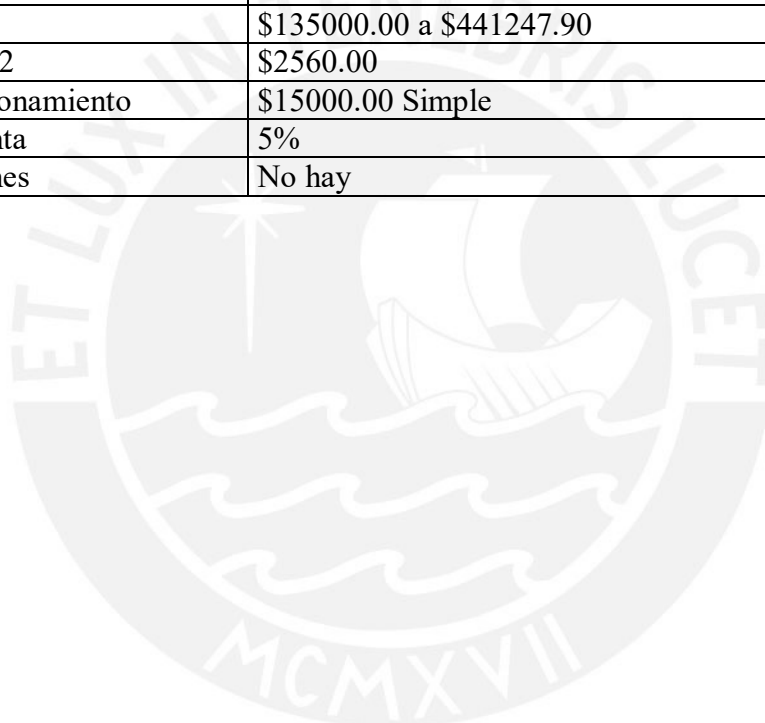
Vista 3D Fachada



Planos departamentos de 97m2 y 117m2

Ficha técnica

Proyecto	Jausbarranco
Empresa	OBRAtres
Ubicación	Jr Tacna 538
Tipo	Residencial
N° Pisos	SS a 6
N° Dptos	30
% Vendido	75%
Etapas actual	Construcción
Inicio de obra	mar-19
Entrega de obra	May-20
Formatos	Lofts, Flats y Penthouse
Metrajes	52 / 63 / 82 / 97 / 117 / 165 / 184 m2
Precio dpto	\$135000.00 a \$441247.90
Precio por m2	\$2560.00
Precio estacionamiento	\$15000.00 Simple
Dcto preventa	5%
Áreas comunes	No hay



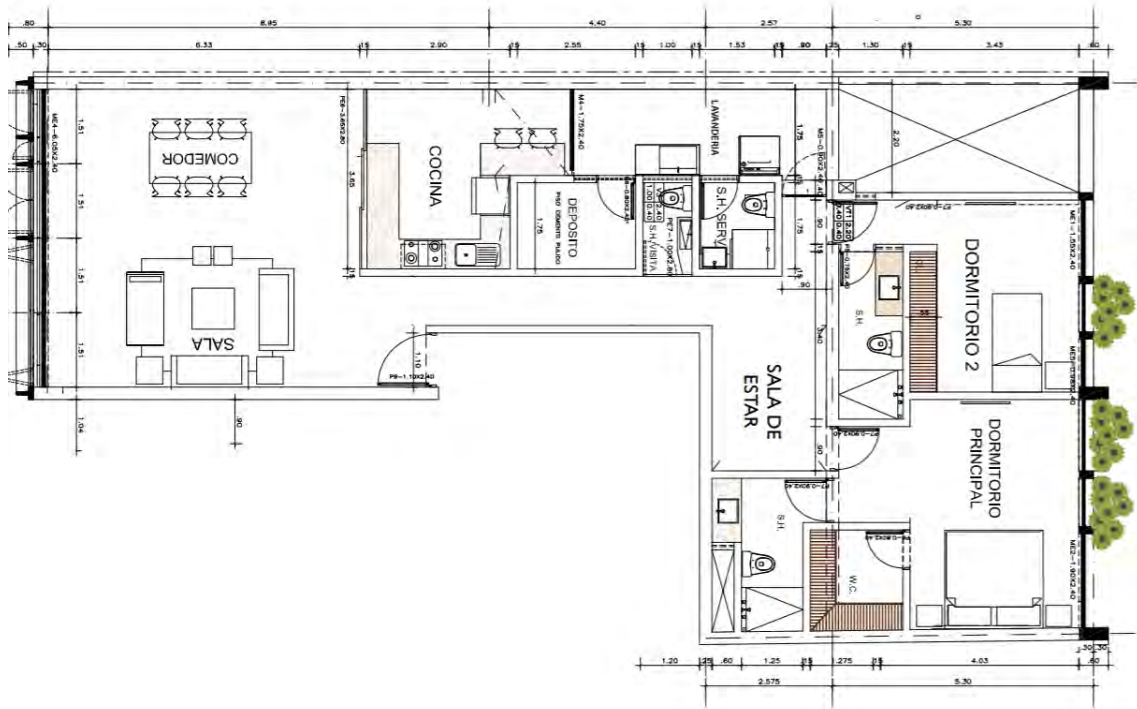
Proyecto Sol 277



Foto de terreno actual



Vista 3D Fachada



Plano de departamento de 160m²

Ficha Técnica

Proyecto	Sol 277
Empresa	Perusir
Ubicación	Av. El sol 277
Tipo	Residencial
Nº Pisos	1 a 10
Nº Dptos	20
% Vendido	90%
Etapas actual	Construcción
Inicio de obra	jul-18
Entrega de obra	
Formatos	Lofts, Flats y Penthouse
Metrajes	114 / 165 m ²
Precio dpto	\$270000.00 a \$390000.00
Precio por m ²	\$2363.00
Precio estacionamiento	\$17000.00 Simple
Dcto venta	5%
Áreas comunes	No hay

Proyecto Artinto



Foto terreno actual



Vista 3D Fachada



Planos departamentos de 90m2 y 135m2

Ficha técnica

Proyecto	Artinto
Empresa	EDIFICA
Ubicación	Pedro Martinto 177
Tipo	Residencial
Nº Pisos	SS a 8
Nº Dptos	30
% Vendido	50%
Etapas actual	Construcción
Inicio de obra	jun-19
Entrega de obra	ago-20
Formatos	Lofts, Flats y Penthouse
Metrajes	46 / 70 / 90 / 136 / 165 m2
Precio dpto	\$125000.00 a \$399000.00
Precio por m2	\$2600.00
Precio estacionamiento	\$16500.00 Simple
Dscto venta	4%
Áreas comunes	Lounge Bar, Game Zone, Grill & Lounge, Jacuzzi y Deck, Parqueo bicicletas

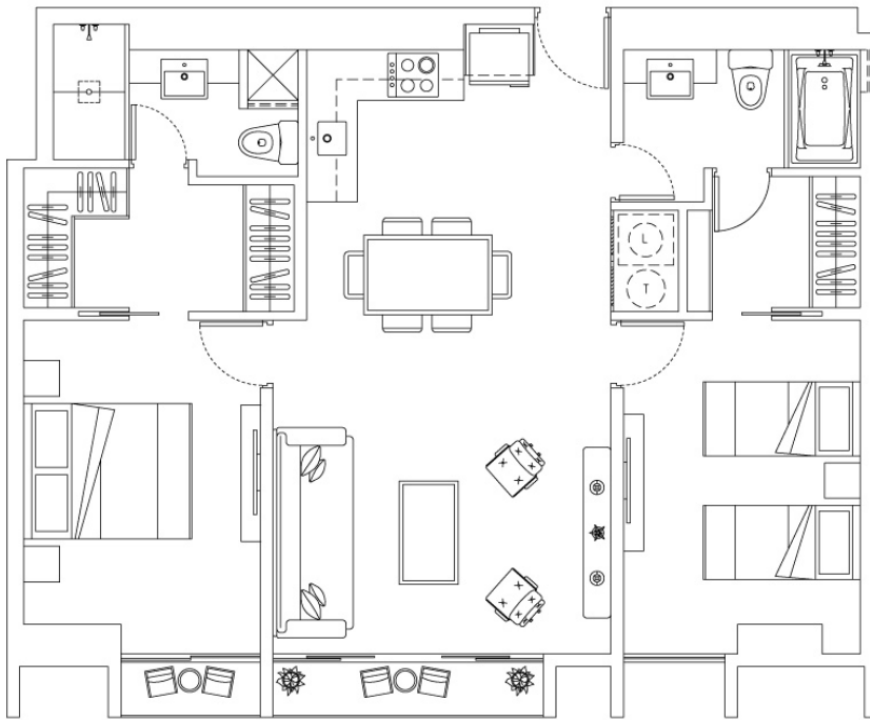
Project The Modern



Vista 3D Fachada



Foto terreno actual



Plano de departamento de 85m2

Proyecto	The Modern
Empresa	OCTAGON
Ubicación	Av. El sol esquina con Mimosa
Tipo	Residencial
N° Pisos	1 a 20
N° Dptos	80
% Vendido	50%
Etapas actual	Construcción
Inicio de obra	jun-19
Entrega de obra	dic-20
Formatos	Lofts, Flats y Penthouse
Metrajes	45, 54, 85, 129, 155
Precio dpto	\$150000.00 a \$496000.00
Precio por m2	\$3200.00
Precio estacionamiento	\$16500.00 Simple
Dcto preventa	5%
Áreas comunes	SUM, Lounge, Bar, Piscina, Sala de reuniones, Gimnasio, Coworking

6.2.1 Nuevos competidores

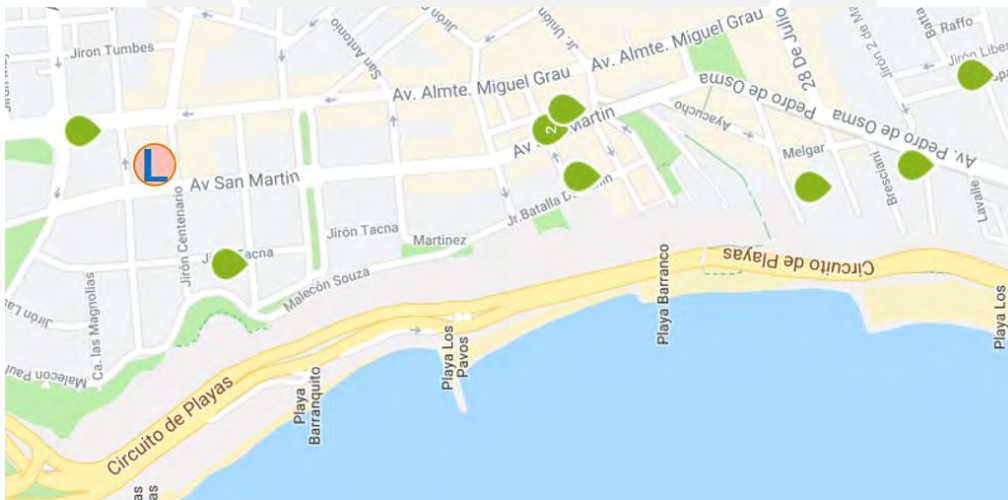
En promotoras inmobiliarias grandes, es común explorar nuevos distritos, así como nuevos formatos de proyectos.

Un claro ejemplo de lo mencionado, es el caso de la inmobiliaria EDIFICA, que en sus últimos proyectos de Barranco se dirigió a inversionistas con productos de ticket bajo y áreas pequeñas. Recién a finales del 2018 lanzó a la venta su proyecto Artinto, dirigido a consumidores finales, familias que buscan su primer departamento, su primera inversión en ellos mismos.

Lo mismo ocurre con VIVA GyM, que está desarrollando su primer proyecto en el malecón Paul Harris (Paul Harris Residences) y por lo general sus proyectos se encuentran ubicados en otros distritos.

Por otro lado, se encuentran los terrenos en venta. En la actualidad existen menos de 15 terrenos en venta en la zona, pero quedan casas en stock que probablemente en un mediano plazo opten por colocarse a la venta.

Terrenos en venta



Fuente: www.urbania.pe

6.3 Productos sustitutos

Un posible producto sustituto son los departamentos usados (no de estreno).

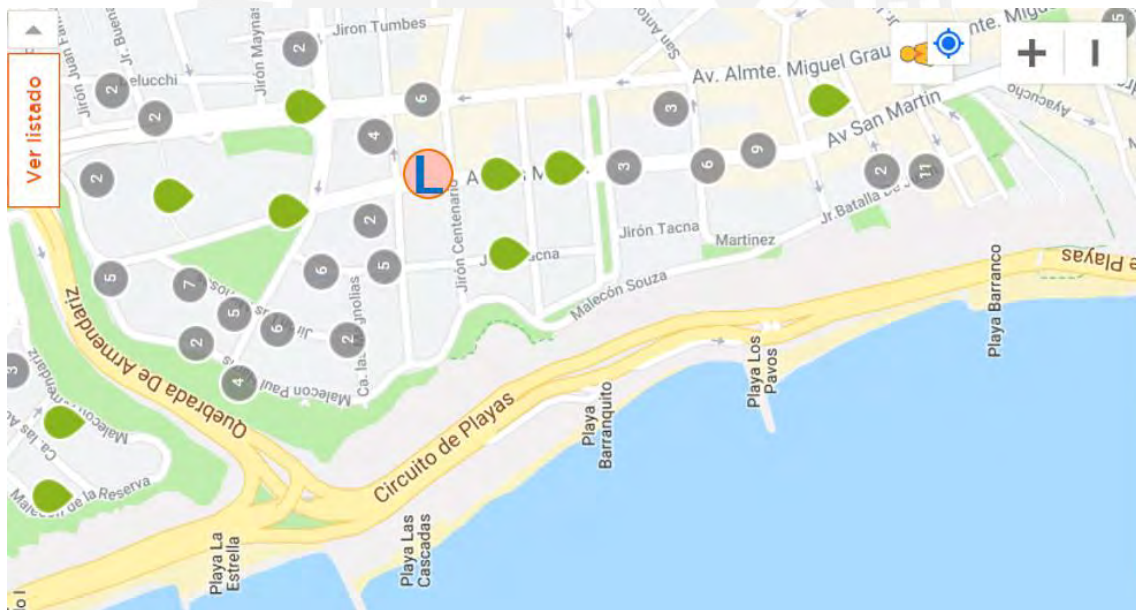
Existen más de 150 unidades en venta con áreas de 85m² a 150m². Sus precios por m² varían directamente por su ubicación y antigüedad.

La antigüedad es variable, de 15 años a 1 año de edificado.

Los potenciales compradores pueden verse inclinados a adquirir una vivienda de segunda por los siguientes motivos:

- Sacrificar estreno por un área mayor.
- Sacrificar ubicación por un área mayor.
- Preferir remodelar un departamento directamente a sus gustos personales.
- Preferir ubicación de proyectos antiguos con excelente ubicación.

Departamentos de segunda en venta



Fuente: www.urbania.pe

6.4 Poder de negociación de proveedores

En el sector inmobiliario, la oferta por cada tipo de producto requerido es bastante amplia por lo que los precios que se obtienen de cada servicio / producto suelen ser competitivos.

Podría considerarse como proveedor a la municipalidad del distrito, ya que provee de los permisos para la demolición y edificación del proyecto. De tomarse en cuenta esto, la municipalidad es el único proveedor con un poder de negociación medio el cual podría afectar el plazo de duración del proyecto, resultando en efectos secundarios como el incremento de costos.

Por último, los vecinos pueden organizarse y solicitar un cambio de norma de parámetros en determinadas urbanizaciones del distrito.

Existe una agrupación de vecinos en la zona de Barranco Monumental que buscan la prohibición de edificaciones multifamiliares en la zona con el fin de preservar un barrio de proyectos unifamiliares.

PROVEEDOR	PODER NEGOCIACIÓN
Constructora	Bajo
Ingenieros	Bajo
Municipalidad	Medio
Corretaje	Bajo
Carpintería	Bajo
Carpintería metálica	Bajo
Vidrios	Bajo
Ascensor / Elevador	Bajo
Enchapes	Bajo

6.5 Poder de negociación de clientes

Cuando un proyecto es pequeño, con pocas unidades inmobiliarias a la venta como es el caso, el poder de negociación de los clientes es alto al ser cada venta importante para el proyecto.

Los proyectos más grandes tienen un mayor poder de negociación al ser más flexibles respecto a sus costos por las economías de escala.

La flexibilidad que puede presentar un proyecto pequeño como es el caso, es el poder adecuar en cierto grado el diseño o atributos de la unidad inmobiliaria para el cliente final si este lo requiere.



7. Estrategia de Marketing

7.1 Segmentación

7.1.1 Segmentación geográfica

Como clientes potenciales, se seleccionará la población de Lima Top (Miraflores, Barranco, San Isidro, San Borja, Surco). En esta se concentra el 36.6% de la población de NSE A de Lima Metropolitana.

DISTRIBUCIÓN DE NSE POR ZONA APEIM 2018 - LIMA METROPOLITANA

(%) HORIZONTALES

ZONA	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)*
Total	100	4.7	23.2	41.3	24.4	6.4	4058	1.54
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100	0.0	15.0	37.8	38.2	9.0	291	5.74
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100	2.2	26.9	49.3	19.3	2.3	353	5.22
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100	1.1	17.4	43.2	28.9	9.5	276	5.9
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	100	2.5	26.7	43.0	24.1	3.8	526	4.27
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100	1.0	10.4	45.1	33.3	10.2	331	5.39
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	14.4	56.0	23.9	3.9	1.8	284	5.82
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.6	46.4	13.7	4.2	1.1	338	5.33
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100	2.0	28.8	47.4	18.1	3.7	289	5.76
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100	0.4	7.2	49.2	34.0	9.3	318	5.5
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi Perú)	100	1.3	18.7	45.7	24.6	9.8	1019	3.07
Otros	100	0.0	8.8	42.6	32.8	15.7	33	17.06

Fuente: Apeim 2018

7.1.2 Segmentación demográfica

La población objetivo tiene un rango de edad de 26 a 35 años de NSE A. Según el último estudio de APEIM, esta representa el 13.9% de la población de NSE A.

El público elegido son parejas de profesionales con un ingreso familiar superior a S/.16000.00. De acuerdo a los puestos de trabajo, una pareja de jefes de proyectos puede tener este ingreso.

Se dirige el proyecto a parejas jóvenes con intención de formar una familia pequeña con 1 hijo, 2 hijos y hasta una mascota pequeña.

Religión, nacionalidad y cultura son características que no aplican a la segmentación del producto.

PERFIL DE PERSONAS SEGÚN NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA

		Total	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Sexo	Hombre	48.2%	51.1%	47.3%	48.3%	48.5%	47.9%	48.7%	47.6%
	Mujer	51.8%	48.9%	52.7%	51.7%	51.5%	52.1%	51.3%	52.4%
¿ Qué edad tiene en año cumplidos ? (En años) (agrupado)	<= 12	19.2%	16.5%	14.9%	19.0%	17.7%	21.8%	22.7%	25.6%
	13 - 17	7.9%	6.2%	6.1%	7.6%	7.5%	7.7%	10.2%	9.6%
	18 - 25	14.1%	9.3%	14.0%	14.1%	14.3%	13.5%	14.9%	14.7%
	26 - 30	7.2%	6.7%	7.5%	7.3%	6.9%	8.1%	6.7%	7.5%
	31 - 35	7.0%	7.2%	6.5%	6.6%	6.2%	7.4%	7.8%	8.6%
	36 - 45	13.4%	15.1%	13.7%	12.7%	12.9%	12.5%	13.7%	13.7%
	46 - 55	12.1%	14.0%	13.3%	12.9%	13.6%	11.5%	10.2%	8.3%
56+	19.1%	25.0%	24.0%	19.8%	20.9%	17.5%	13.8%	12.0%	
¿Cuál es su estado civil o conyugal? (De 12 años a más)	Conviviente	20.5%	11.3%	12.1%	21.1%	19.5%	24.5%	27.7%	30.8%
	Casado (a)	25.7%	42.3%	35.3%	25.7%	27.3%	22.5%	15.5%	12.4%
	Viudo (a)	4.9%	6.3%	4.7%	5.1%	4.9%	5.6%	4.6%	3.6%
	Divorciado (a)	0.9%	3.2%	1.8%	0.6%	0.7%	0.3%	0.2%	0.2%
	Separado (a)	9.4%	3.3%	7.3%	9.2%	9.1%	9.4%	11.9%	16.0%
	Soltero (a)	38.6%	33.6%	38.8%	38.3%	38.5%	37.7%	40.1%	37.0%
Afilación al sistema de salud (Respuesta Múltiple)	ESSALUD (antes IPSS)	39.4%	63.6%	56.3%	38.9%	41.5%	33.5%	24.1%	19.9%
	Seguro Privado de Salud	4.3%	35.4%	9.0%	1.2%	1.4%	0.7%	0.6%	0.2%
	Entidad Prestadora de Salud	2.9%	21.4%	5.8%	1.2%	1.1%	1.2%	0.3%	0.0%
	Seguro FFAA - PNP	2.9%	2.6%	5.4%	3.3%	4.3%	1.1%	0.6%	0.0%
	Seguro Integral de Salud	28.3%	4.2%	8.9%	27.9%	23.5%	36.9%	45.8%	55.3%
	Seguro Universitario	0.8%	1.8%	1.1%	0.9%	1.0%	0.5%	0.4%	0.2%
	Seguro Escolar Privado	0.2%	0.9%	0.5%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	Otro	0.1%	0.5%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%
	No afiliado	26.0%	10.5%	22.4%	28.1%	28.5%	27.1%	28.9%	24.1%
Situación laboral (De 14 años a más)	Independiente 1/	18.4%	10.2%	13.4%	19.2%	18.8%	20.1%	22.5%	24.2%
	Dependiente 2/	41.5%	49.1%	44.6%	39.8%	39.6%	40.2%	39.9%	41.7%
	No Trabaja/No remunerado 3/	37.2%	35.8%	38.5%	38.0%	38.7%	36.5%	35.8%	31.8%
	Dueño PYME 4/	2.9%	4.9%	3.5%	3.0%	2.9%	3.2%	1.8%	2.3%

APEIM 2018: Data ENAHO 2017

1/ Sin trabajadores remunerados a su cargo
2/ Incluye empleados, obreros y trabajadores del hogar
3/ No trabajan o son trabajadores no remunerados
4/ Empleador o patrono

48

Fuente: Apeim 2018

7.1.3 Segmentación psicográfica

Debido a la segmentación demográfica elegida, estamos hablando de población considerada la Generación Y, más conocida como los Millennials

Características en común de esta generación son:

- Jóvenes y activos
- Dispuestos a compartir espacios
- Les gusta vivir en comunidad
- Obsesionados con la funcionalidad
- Siempre van con prisa
- Multitarea
- Conectados
- Padres tardíos
- Trabajadores enfocados
- Emprendedores



7.1.4 Segmentación conductual

Lima, es una ciudad conocida por su tráfico, ruido y contaminación. Barranco ofrece un estilo de vida libre de eso. Se pierden muchas horas en el tráfico y se genera un estrés innecesario al atravesar grandes distancias en auto. Se busca personas que sientan esta necesidad de escapar de la Lima actual.

7.2 Target

Definido el paso 1, la segmentación, se procede a definir el target del proyecto.

El perfil ideal del posible comprador viene a ser una pareja de 26 a 35 años de edad, ambos con título profesional, convivientes en un departamento alquilado en Lima Top.

Esta pareja joven debe generar un ingreso conjunto superior a los S/.16000.00 y ser proveniente del NSE A, apoyados por sus padres para la cuota inicial.

Estas personas están dispuestas a compartir espacios dentro de su departamento con el fin de lograr la independencia.

La mayoría prefiere juntarse en grupos pequeños los fines de semana ya sea para salir a algún bar o realizar reuniones privadas.

Disfrutan estar tanto dentro como fuera de casa. Hogareños, pero la ciudad, los árboles y la vida nocturna los enamora, donde el distrito también es una suerte de hogar: la vida de barrio que mueve a uno.

8. Posicionamiento

Se buscará posicionarse en la mente del consumidor como el hermano mayor que los ayuda a transitar hacia una nueva etapa. Con una propuesta diferente, versátil, honesta y cercana que los impulse a desarrollar su propio estilo de vida.

Se reforzará el siguiente enunciado:

- Es una inmobiliaria conformada por jóvenes, para jóvenes. No va con rodeos. Comprar un departamento es una decisión premeditada.
- Te muestra la vida de verdad ya que no se trata sobre vender la vida de ensueño, sino salir de los confines de la cotidianidad para conocer otros espacios.
- Porque, sea en el hogar o en el barrio, la vida es eso que pasa mientras estás con amigos, la pareja, los vecinos, las mascotas, la comida y los lugares de encuentro.
- Está en todas contigo y no te deja solo. Cuando te aconseja, te empuja hacia adelante y te cerciora que todo estará bien, siempre.
- Te sorprende porque dentro de su sinceridad y honestidad es una persona algo inesperada y ocurrente.

9. Marketing Mix

9.1 Producto

El terreno se encuentra a 03 cuadras del malecón Paul Harris, en una zona estratégica con salida inmediata a las principales avenidas así como cerca de restaurantes, plazas, parques, bares, oficinas y tiendas.

El proyecto resulta en 15 departamentos de 66 hasta 199m². La premisa principal es ofrecer un producto flexible el cual se pueda compartir con la pareja, con roommates o por medio de Airbnb con el fin de poder hacer accesible y atractivo el producto.

9.1.1 Características departamentos

Todos los departamentos del proyecto contarán con todo lo necesario para que el cliente pueda disfrutar al máximo su hogar. Son espacios diseñados para compartir y a la vez tener independencia.

- 1-2-3 Dormitorios con baños incorporados.
- Cocina americana integrada a la sala comedor.
- Baño de visita
- Lavandería
- Terraza con parrilla y plantas.

9.1.2 Acabados

- Pisos de madera estructurada en dormitorios y áreas comunes.
- Muros en microcemento y pintura latex.
- Piso y muros enchapados en porcelanato gris en baños.
- Muebles con exterior acabado acrílico e interior de melamina en cocina y baños.
- Griferías importadas.
- Ventanas acústicas.
- Barandas de fierro pintado en terrazas.

9.1.3 Áreas comunes

- Patio frontal con árboles y bancas.
- Estacionamiento de bicicletas.
- Lobby con jardín.
- Depósitos, estacionamientos simples y dobles a la venta.

9.1.4 Lugares cercanos

- Supermercados METRO
- Bancos: BCP/ BBVA/ INTERBANK/ SCOTIABANK
- Restaurantes: Isolina/ Canta Rana/ Siete/ LA73/ La Linterna/ La cuadra de Salvador/ El chinito
- Bares: Ayahuasca/ Dadá/ Picas/ Santos/ La noche de Barranco / Sargento Pimienta
- Atractivos: Malecón Paul Harris Puente de los suspiros/ Paseo Saenz Peña/ Plaza de Barranco/ Estadio Chipoco/ Iglesia Santa Rosa/ Museo MAC

9.1.5 Cabida

Para realizar la cabida se ha considerado los requisitos municipales de acuerdo a la nueva ordenanza 516-2019.

REQUISITOS UNIDADES DE VIVIENDA	TOTAL VIVIENDAS	% MÍNIMO	Q	MARGEN (+/- 10%)	ÁREA MÍNIMA
1 DORMITORIO	15	15%	2,25	2,03	60M ²
2 DORMITORIOS	15	35%	5,25	5,78	75M ²
3 DORMITORIOS	15	50%	7,50	6,75	90M ²

Aplicando los requerimientos, el proyecto de tener 15 unidades inmobiliarias debería tener la siguiente repartición:

- 02 departamentos de 01 dormitorio, de mínimo 60m²
- 06 departamentos de 02 dormitorios, de mínimo 75m²
- 07 departamentos de 03 dormitorios, de mínimo 90m²

A continuación, se presenta el cuadro de áreas, respetando el área libre mínima de 35%:

	AREA TOTAL	AREA LIBRE	AREA TECHADA	CIRCULACION	AREAS COMUNES	DPTO 1	DPTO 2	DPTO 3	DPTO 4	RESIDUO
AZOTEA	600,00	273,00	117,00	0,00	0,00	25,00	24,00	24,00	29,00	15,00
PISO 4	600,00		390,00	40,00	0,00	102,00	91,00	91,00	63,00	3,00
PISO 3	600,00		390,00	40,00	0,00	102,00	91,00	91,00	63,00	3,00
PISO 2	600,00		390,00	40,00	0,00	102,00	91,00	91,00	63,00	3,00
PISO 1	600,00	180,00	390,00	40,00	66,00	102,00	91,00	91,00	0,00	0,00
SOTANO 1	600,00		600,00							

	AREA	Q	AREA TOTAL
ESTACIONAMIENTO SIMPLE	12,50	7,00	87,50
ESTACIONAMIENTO DOBLE	25,00	8,00	200,00
DEPÓSITO	4,69	7,00	32,83

Agregando las áreas sin techar por departamento, quedarían las siguientes unidades inmobiliarias:

N	TIPO	DPTO	ÁREA TECHADA	ÁREA SIN TECHAR	ÁREA OCUPADA
1-FLA T	A	10 1	10 2,00	19,00	121,00
2-FLA T	B	10 2	91,00	21,00	112,00
3-FLA T	B	10 3	91,00	21,00	112,00
4-FLA T	C	20 1	10 2,00	3	10 5,00
5-FLA T	D	20 2	91,00	3	94,00
6-FLA T	D	20 3	91,00	3	94,00
7-FLA T	E	20 4	63,00	3	66,00
8-FLA T	F	30 1	10 2,00	3	10 5,00
9-FLA T	G	30 2	91,00	3	94,00
10-FLA T	G	30 3	91,00	3	94,00
11-FLA T	H	30 4	63,00	3	66,00
12-DUPLEX	I	40 1	127,00	72,00	199,00
13-DUPLEX	J	40 2	115,00	65,00	180,00
14-DUPLEX	J	40 3	115,00	65,00	180,00
15-DUPLEX	K	40 4	92,00	35,00	127,00

9.1.6 Cronograma de Gantt

Tomando en cuenta la cantidad y tipo de departamentos a ofrecer, se estima que el proyecto desde la compra del terreno hasta su conformidad de obra, tome 26 meses.

Se estima 5 meses de preventa y 14 de venta.

La construcción del proyecto tomaría 10 meses aproximadamente, 2 meses de sótano y 08 meses entre casco y acabados de los 4 pisos y azotea propuestos.

CRONOGRAMA DIAGRAMA GANTT - ESCENARIO	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Mes 25	Mes 26
19 MESES DE VENTA																											
Plazo para la venta y cobranza																											
Pre-Venta					0	1	1	2	1																		
Venta										1	1	2	0	1	1	1		1			1						
Plazo de Venta Total																											
Cobranza																											
Disponibilidad en cuenta recaudadora																											
Plazo total de ventas, cobros y desembolsos																											
Plazo del proyecto																											
Compra del terreno	100%																										
Obtención de Anteproyecto																											
Obtención de Licencia de construcción																											
Pre-Venta y Acreditación																											
Anticipo para inicio de construcción											100%																
Construcción de superficie													12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%							
Construcción de sótanos											50%	50%															
Plazo total del Proyecto																											
Gastos Preoperativos																											
Honorarios de los especialistas		12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%	12,50%																		
Permisos y licencias		5%		15%			80%																				
Demolición			100%																								
Gastos indirectos																											
Gerencia de proyecto		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Marketing y ventas			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Gestión de Post-Venta y Seguros																						16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%	16,67%
Gastos de independización y Lev. De Hipoteca																						33,33%	33,33%	33,33%			
In puestos municipales															25%												
Estructura de financiamiento			7,69%	7,69%						7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%	7,69%				75%
In previstos										8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%	8,33%				

9.1.7 Vistas 3D









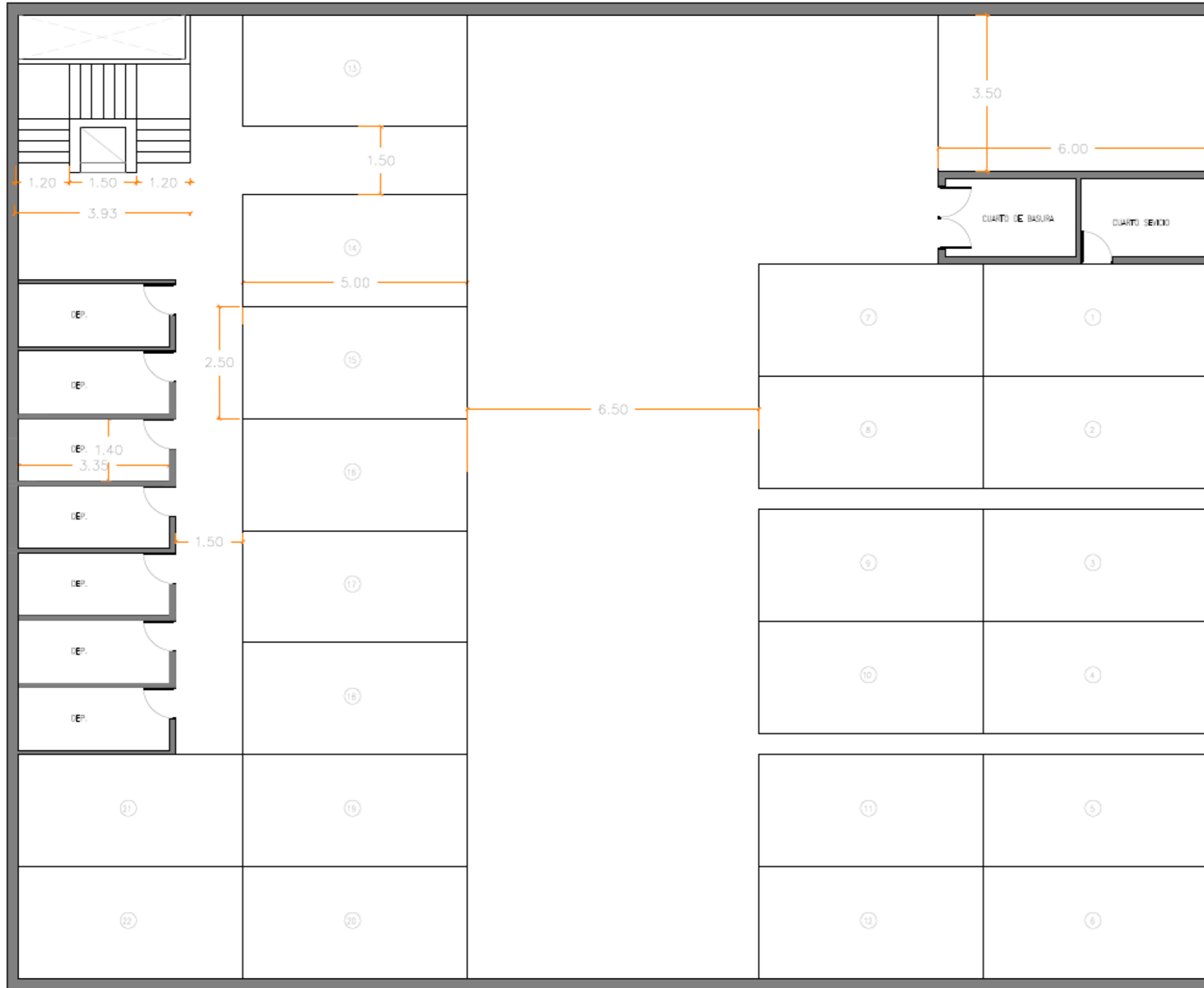




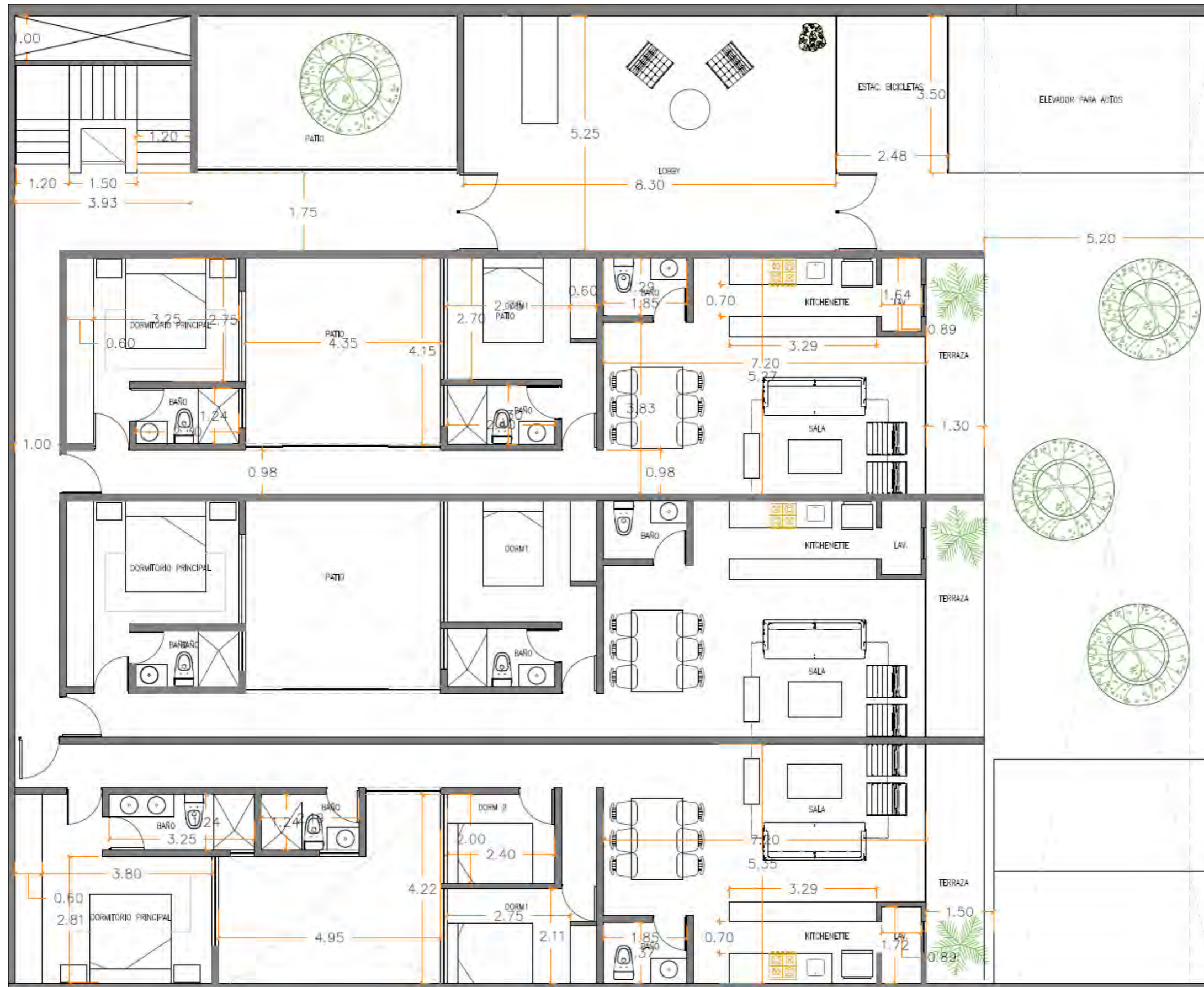


9.1.8 Planos

Planos sótano



Plano Piso 1



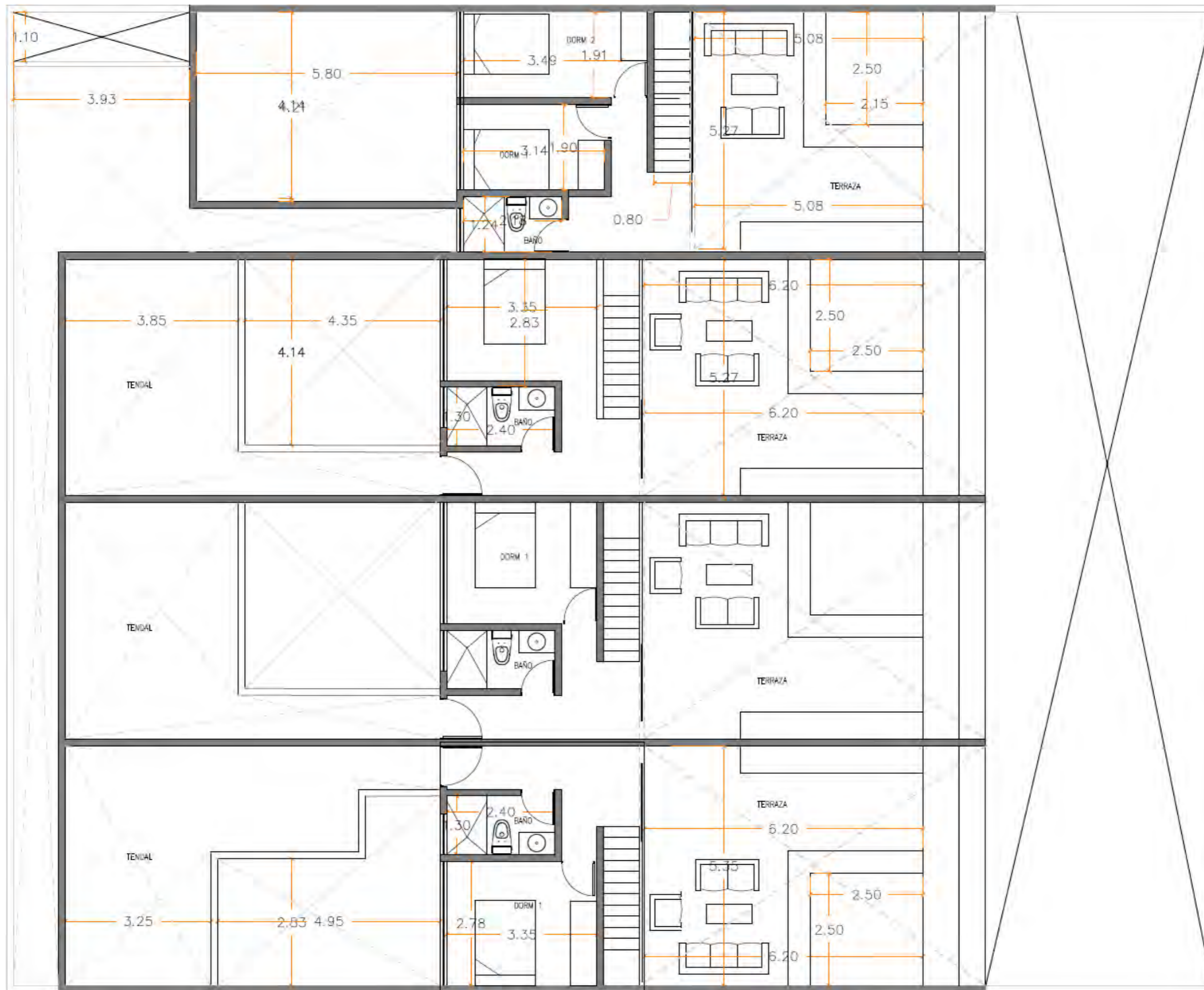
Piso 2 y 3



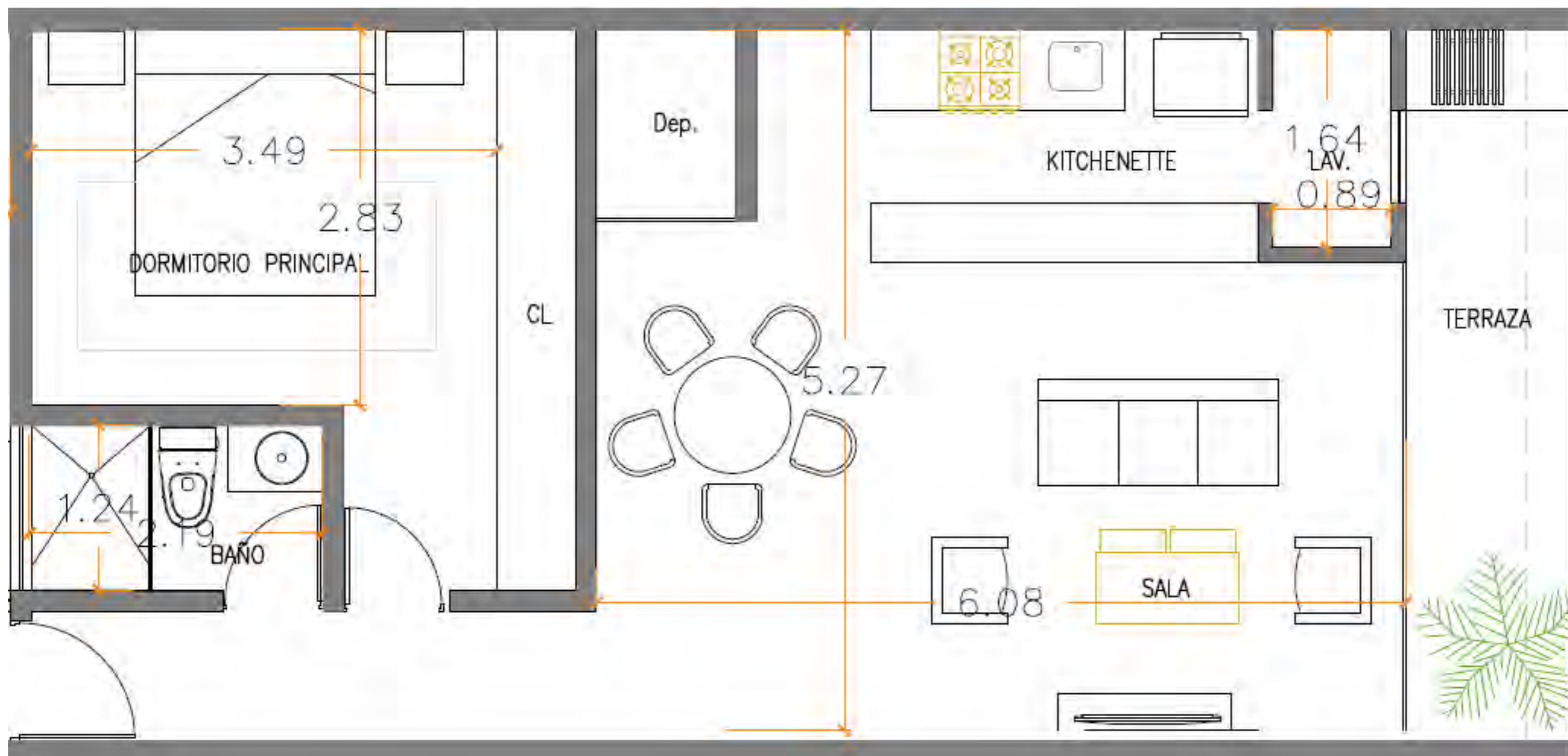
Piso 4



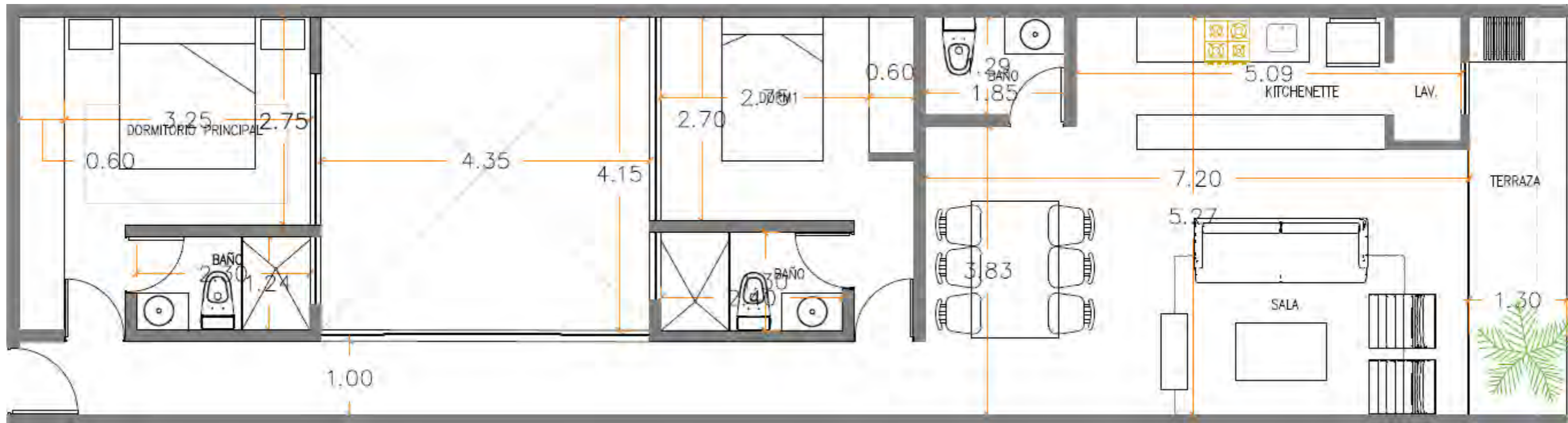
Plano Azotea



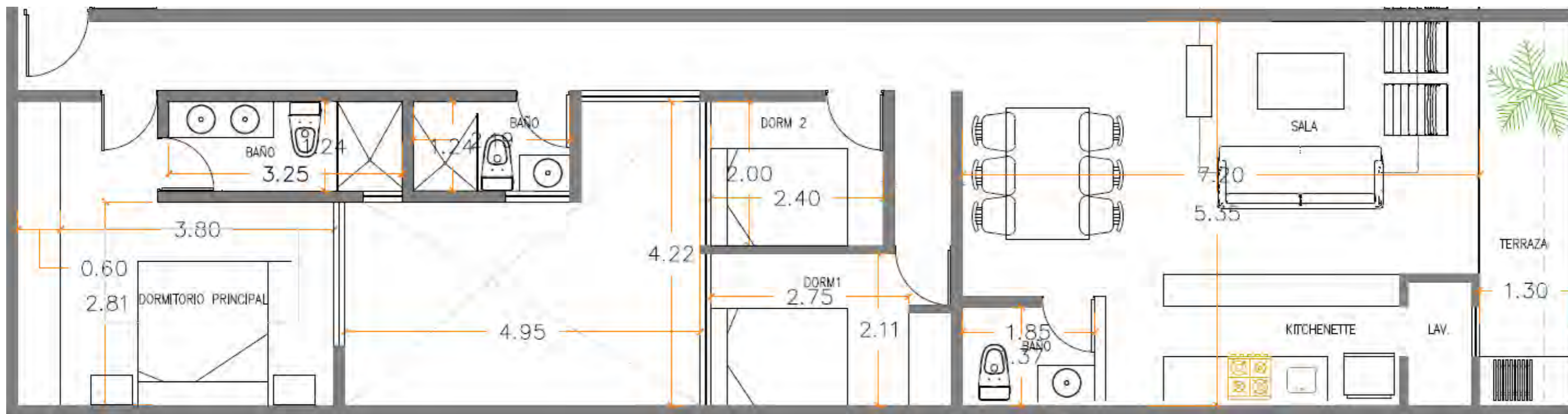
Flats de 01 dormitorio – 66 M2



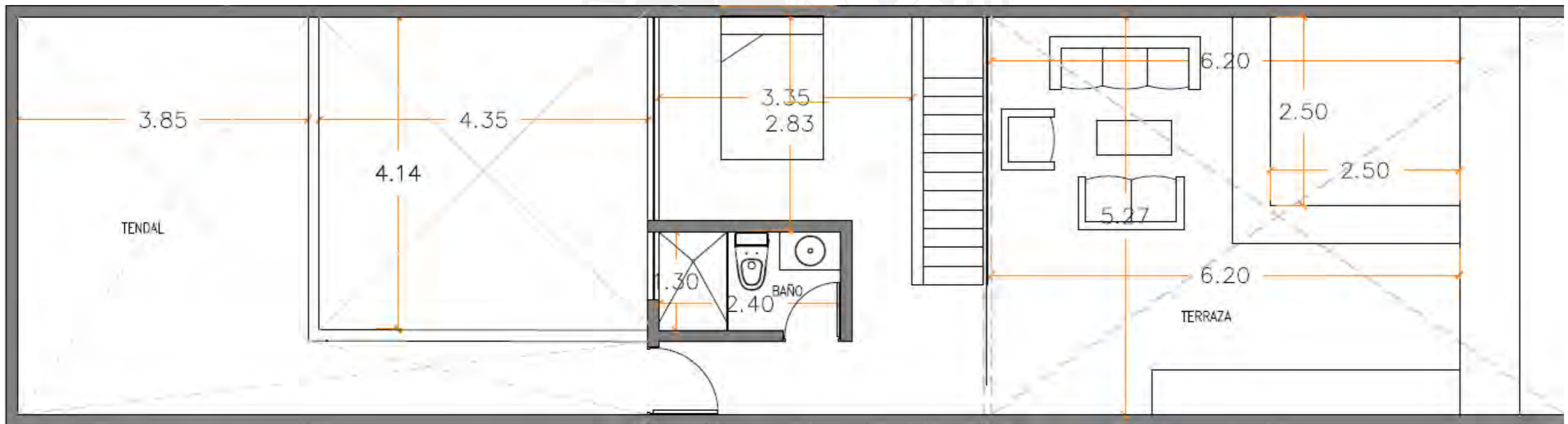
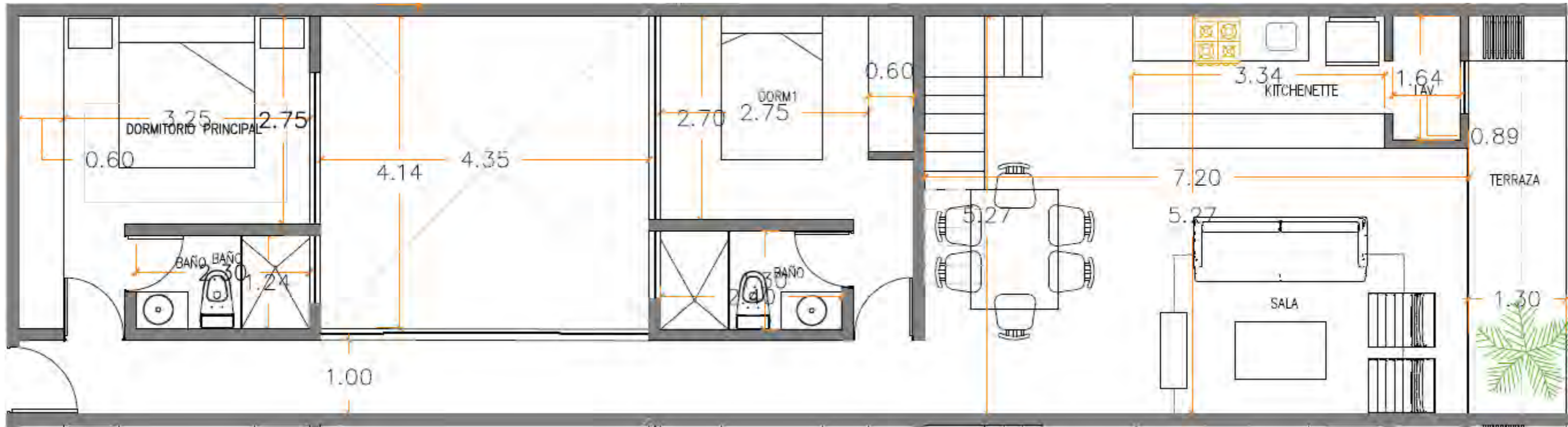
Flats de 02 dormitorios – 94 M2



Flats de 03 dormitorios – 105 M2



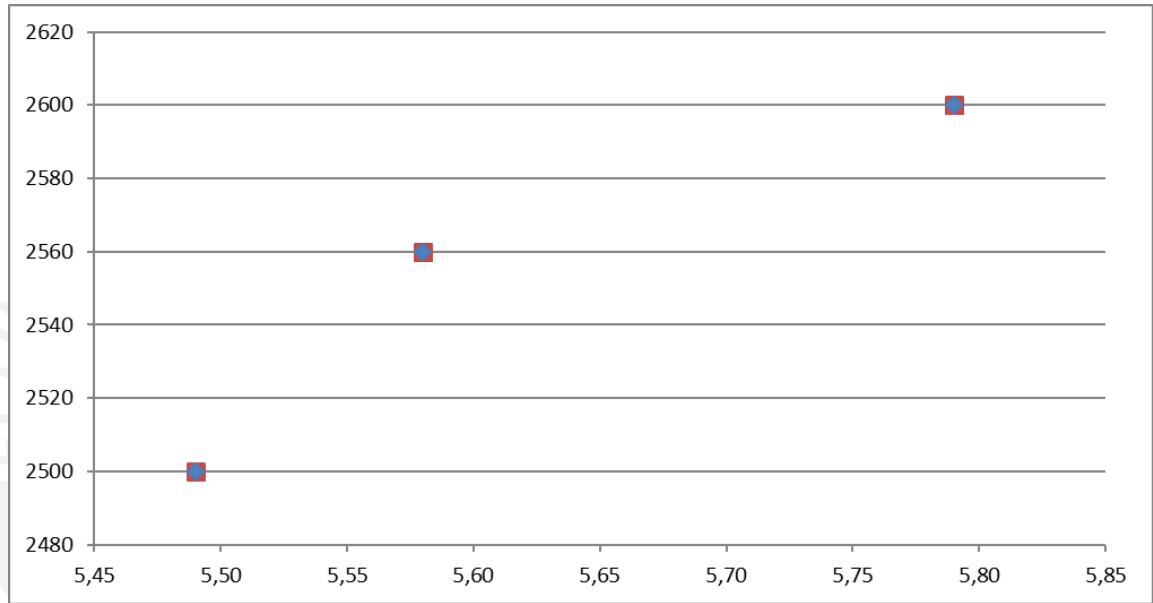
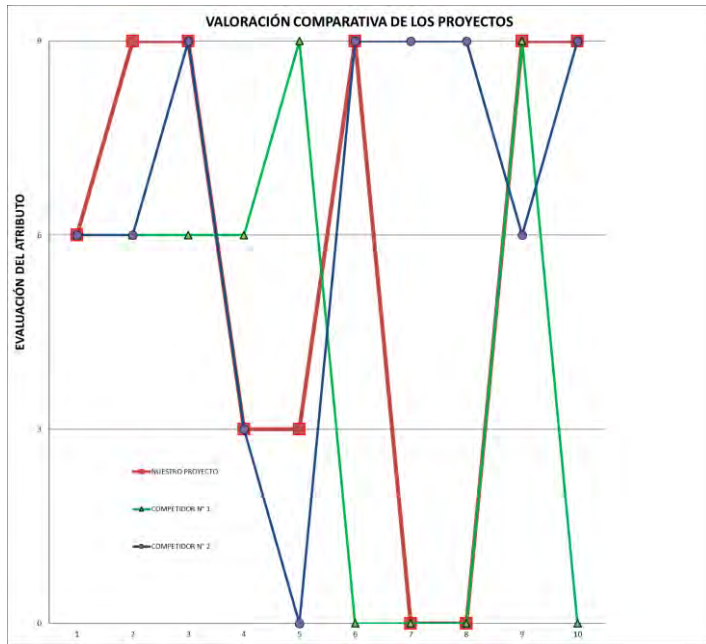
Duplex 03 dormitorios – 180 M2



9.2 Precio

Con la información recopilada de los proyectos que vienen a competir directamente con la propuesta, se armó una matriz de evaluación de atributos de los proyectos para poder definir el precio adecuado. Para esto se eligió a los 2 proyectos con características más similares de los 06 proyectos revisados

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ATRIBUTOS DEL PRODUCTO	PESO DE LA VALORACIÓN	ATRIBUTOS DEL PROYECTO																								ATRIBUTO	TOTAL																					
		TRANQUILIDAD			EXCLUSIVIDAD			LAVANDERIA			VISTA AGRADABLE			AREAS VERDES			CERCANIA MALECON			PISCINA			TERRAZA PROPIA				PARQUEO BICICLETA			BBQ			N	C1	C2													
		N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2	N	C1	C2		N	C1	C2																			
1	VISTA AGRADABLE	14%									6,0	6,0	6,0																					1	6	6	6											
2	EXCLUSIVIDAD (POCOS DEPARTAMENTOS)	12%				9,0	6,0	6,0																											2	9	6	6										
3	ÁREAS VERDES	8%												9,0	6,0	9,0																				3	9	6	9									
4	CERCANIA A MALECON	20%																																			4	3	6	3								
5	TRANQUILIDAD	15%	3,0	9,0	0,0																																	5	3	9	0							
6	LAVANDERIA	4%									9,0	0,0	9,0																										6	9	0	9						
7	PISCINA	8%																																						7	0	0	9					
8	ZONA BBQ	8%																																							8	0	0	9				
9	TERRAZAS PROPIAS	11%																																									9	9	9	6		
10	PARQUEO BICICLETAS	5%																																											10	9	0	9
RESULTADOS = CALIFICACIÓN x PESO DE VALORACIÓN		105%	0,5	1,4	0,0	1,1	0,7	0,7	0,4	0,0	0,4	0,8	0,8	0,8	0,7	0,5	0,7	0,6	1,2	0,6	0,0	0,0	0,7	1,0	1,0	0,7	0,5	0,0	0,5	0,0	0,0	0,7																
CALIFICACION PONDERADA																																																
ATRIBUTO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																		TOTAL	PRECIO US\$/m ²																		
NUESTRO PROYECTO		0,45	1,08	0,36	0,84	0,72	0,60	0,00	0,99	0,45	0,00																		5,49	2.500,00																		
C1 JAUSBARRANCO		1,35	0,72	0,00	0,84	0,48	1,20	0,00	0,99	0,00	0,00																		5,58	2560,00																		
C2 ARTINTO		0,00	0,72	0,36	0,84	0,72	0,60	0,72	0,66	0,45	0,72																		5,79	2600,00																		



Se obtuvo un valor de \$2500.00 por m2 para que el proyecto pueda competir en el mercado existente.

Como resultado del análisis de precios en base a la competencia directa y al perfil del target seleccionado, se tendría la siguiente propuesta de unidades inmobiliarias. Cabe recalcar que se ha considerado un coeficiente de altura, debido a que, de acuerdo a los parámetros urbanísticos de la zona, cualquier proyecto futuro al frente del proyecto no deberá exceder los 3 pisos de edificación.

Adicionalmente se ha considerado un coeficiente para el área sin techar debido a su menor costo de construcción.

Precio promedio por m ²	2500,00	Coef-Área sin techar	0,50
------------------------------------	---------	----------------------	------

N	TIPO	DPTO	ÁREA TECHADA	ÁREA SIN TECHAR	ÁREA OCUPADA	PRECIO DPTO	COEF. ALTURA	PRECIO FINAL	PRECIO POR M ²
1-FLAT	A	101	102,00	19,00	121,00	\$ 278.750,00	1,00	\$ 278.750,00	\$ 2.303,72
2-FLAT	B	102	91,00	21,00	112,00	\$ 253.750,00	1,00	\$ 253.750,00	\$ 2.265,63
3-FLAT	B	103	91,00	21,00	112,00	\$ 253.750,00	1,00	\$ 253.750,00	\$ 2.265,63
4-FLAT	C	201	102,00	3	105,00	\$ 258.750,00	1,02	\$ 263.925,00	\$ 2.513,57
5-FLAT	D	202	91,00	3	94,00	\$ 231.250,00	1,02	\$ 235.875,00	\$ 2.509,31
6-FLAT	D	203	91,00	3	94,00	\$ 231.250,00	1,02	\$ 235.875,00	\$ 2.509,31
7-FLAT	E	204	63,00	3	66,00	\$ 161.250,00	1,02	\$ 164.475,00	\$ 2.492,05
8-FLAT	F	301	102,00	3	105,00	\$ 258.750,00	1,04	\$ 269.100,00	\$ 2.562,86
9-FLAT	G	302	91,00	3	94,00	\$ 231.250,00	1,04	\$ 240.500,00	\$ 2.558,51
10-FLAT	G	303	91,00	3	94,00	\$ 231.250,00	1,04	\$ 240.500,00	\$ 2.558,51
11-FLAT	H	304	63,00	3	66,00	\$ 161.250,00	1,04	\$ 167.700,00	\$ 2.540,91
12-DUPLEX	I	401	127,00	72,00	199,00	\$ 407.500,00	1,04	\$ 423.800,00	\$ 2.129,65
13-DUPLEX	J	402	115,00	65,00	180,00	\$ 368.750,00	1,04	\$ 383.500,00	\$ 2.130,56
14-DUPLEX	J	403	115,00	65,00	180,00	\$ 368.750,00	1,04	\$ 383.500,00	\$ 2.130,56
15-DUPLEX	K	404	92,00	35,00	127,00	\$ 273.750,00	1,04	\$ 284.700,00	\$ 2.241,73

Adicionalmente, se venderán de manera independiente los estacionamientos simples, dobles y depósitos. Para los estacionamientos dobles se ha considerado un coeficiente:

Precio base estacionamiento	12000,00
-----------------------------	----------

Precio base depósito	4000,00
----------------------	---------

N	PRECIO A O.	COEF. DOBLE	PRECIO FINAL
E-01	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-02	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-03	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-04	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-05	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-06	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-07	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-08	\$ 12.000,00	1,70	\$ 20.400,00
E-09	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-10	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-11	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-12	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-13	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-14	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00
E-15	\$ 12.000,00	1,00	\$ 12.000,00

N	PRECIO A O.	COEF.	PRECIO FINAL
E-01	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-02	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-03	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-04	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-05	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-06	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00
E-07	\$ 4.000,00	1,00	\$ 4.000,00

Además, se ha analizado el crédito hipotecario al que podrían acceder alguien de las características del comprador definido en el target. En las entidades financieras suelen aprobar créditos hipotecarios de hasta el 45% de la remuneración bruta de la persona o pareja y recomiendan solicitar un crédito del 35% para poder abastecer los otros gastos mensuales que suelen tener las personas. A continuación se presenta una simulación de la cuota hipotecaria que debe cubrir el usuario para cada tipo de departamento, considerando un aporte inicial del 20%, una TEA de 7% y el financiamiento a un plazo de 20 años:

N	TIPO	ÁREA OCUPADA	PRECIO DPTO	CUOTA MENSUAL CRÉDITO	INGRESO MENSUAL FAMILIAR (US\$)	INTERÉS MENSUAL MES 01 CRÉDITO
1-FLAT	A	121	\$ 278.750,00	\$ 1.700,25	\$ 4.857,86	\$ 1.260,87
2-FLAT	B	112	\$ 253.750,00	\$ 1.547,76	\$ 4.422,18	\$ 1.147,79
3-FLAT	B	112	\$ 253.750,00	\$ 1.547,76	\$ 4.422,18	\$ 1.147,79
4-FLAT	C	105	\$ 263.925,00	\$ 1.609,83	\$ 4.599,50	\$ 1.193,82
5-FLAT	D	94	\$ 235.875,00	\$ 1.438,73	\$ 4.110,67	\$ 1.066,94
6-FLAT	D	94	\$ 235.875,00	\$ 1.438,73	\$ 4.110,67	\$ 1.066,94
7-FLAT	E	66	\$ 164.475,00	\$ 1.003,22	\$ 2.866,36	\$ 743,97
8-FLAT	F	105	\$ 269.100,00	\$ 1.641,39	\$ 4.689,69	\$ 1.217,22
9-FLAT	G	94	\$ 240.500,00	\$ 1.466,94	\$ 4.191,27	\$ 1.087,86
10-FLAT	G	94	\$ 240.500,00	\$ 1.466,94	\$ 4.191,27	\$ 1.087,86
11-FLAT	H	66	\$ 167.700,00	\$ 1.022,90	\$ 2.922,56	\$ 758,56
12-DUPLEX	I	199	\$ 423.800,00	\$ 2.584,99	\$ 7.385,69	\$ 1.916,98
13-DUPLEX	J	180	\$ 383.500,00	\$ 2.339,18	\$ 6.683,37	\$ 1.734,69
14-DUPLEX	J	180	\$ 383.500,00	\$ 2.339,18	\$ 6.683,37	\$ 1.734,69
15-DUPLEX	K	127	\$ 284.700,00	\$ 1.736,54	\$ 4.961,55	\$ 1.287,79

Para validar que el usuario está tomando una buena decisión al comprar los productos, se ha realizado un cuadro comparativo con la cuota de alquiler de mercado:

N	TIPO	ÁREA OCUPADA	PRECIO DPTO	CUOTA MENSUAL CRÉDITO	INTERÉS MENSUAL MES 01 CRÉDITO	COSTO MENSUAL ALQUILER DPTO	INTERÉS MENSUAL CRÉDITO - COSTO ALQUILER DPTO
1-FLAT	A	121	\$ 278.750,00	\$ 1.700,25	\$ 1.260,87	\$ 1.210,00	\$ 50,87
2-FLAT	B	112	\$ 253.750,00	\$ 1.547,76	\$ 1.147,79	\$ 1.120,00	\$ 27,79
3-FLAT	B	112	\$ 253.750,00	\$ 1.547,76	\$ 1.147,79	\$ 1.120,00	\$ 27,79
4-FLAT	C	105	\$ 263.925,00	\$ 1.609,83	\$ 1.193,82	\$ 1.071,00	\$ 122,82
5-FLAT	D	94	\$ 235.875,00	\$ 1.438,73	\$ 1.066,94	\$ 958,80	\$ 108,14
6-FLAT	D	94	\$ 235.875,00	\$ 1.438,73	\$ 1.066,94	\$ 958,80	\$ 108,14
7-FLAT	E	66	\$ 164.475,00	\$ 1.003,22	\$ 743,97	\$ 740,52	\$ 3,45
8-FLAT	F	105	\$ 269.100,00	\$ 1.641,39	\$ 1.217,22	\$ 1.092,00	\$ 125,22
9-FLAT	G	94	\$ 240.500,00	\$ 1.466,94	\$ 1.087,86	\$ 977,60	\$ 110,26
10-FLAT	G	94	\$ 240.500,00	\$ 1.466,94	\$ 1.087,86	\$ 977,60	\$ 110,26
11-FLAT	H	66	\$ 167.700,00	\$ 1.022,90	\$ 758,56	\$ 755,04	\$ 3,52
12-DUPLEX	I	199	\$ 423.800,00	\$ 2.584,99	\$ 1.916,98	\$ 1.862,64	\$ 54,34
13-DUPLEX	J	180	\$ 383.500,00	\$ 2.339,18	\$ 1.734,69	\$ 1.684,80	\$ 49,89
14-DUPLEX	J	180	\$ 383.500,00	\$ 2.339,18	\$ 1.734,69	\$ 1.684,80	\$ 49,89
15-DUPLEX	K	127	\$ 284.700,00	\$ 1.736,54	\$ 1.287,79	\$ 1.320,80	\$ -33,01

El cuadro muestra que los intereses cobrados en el primer año, son muy similares al costo de alquiler de los departamentos. En los años siguientes, el valor de los intereses irá aumentando la brecha con la cuota de alquiler del departamento, lo que da a concluir que comprar el inmueble genera un ahorro en el mediano plazo.

Los departamentos están orientados a la generación Y (Millenials), los cuales suelen estar dispuestos a compartir la vivienda con roommates. A continuación, se presenta el cuadro donde se analiza el ahorro que pueden tener al compartir su hogar de acuerdo a la cantidad de dormitorios extras disponibles:

N	TIPO	ÁREA OCUPADA	CUOTA MENSUAL CRÉDITO	COSTO MENSUAL X M2 ALQUILER DPTO	COSTO MENSUAL ALQUILER DPTO	Nº DORMITORIOS	COSTO MENSUAL ALQUILER X DORMITORIO	CUOTA MENSUAL CRÉDITO COMPARTIENDO DPTO	INGRESO MENSUAL FAMILIAR (US\$)
1-FLAT	A	121	\$ 1.700,25	\$ 10,00	\$ 1.210,00	2	\$ 605,00	\$ 1.095,25	\$ 3.129,29
2-FLAT	B	112	\$ 1.547,76	\$ 10,00	\$ 1.120,00	2	\$ 560,00	\$ 987,76	\$ 2.822,18
3-FLAT	B	112	\$ 1.547,76	\$ 10,00	\$ 1.120,00	2	\$ 560,00	\$ 987,76	\$ 2.822,18
4-FLAT	C	105	\$ 1.609,83	\$ 10,20	\$ 1.071,00	2	\$ 535,50	\$ 1.074,33	\$ 3.069,50
5-FLAT	D	94	\$ 1.438,73	\$ 10,20	\$ 958,80	2	\$ 479,40	\$ 959,33	\$ 2.740,95
6-FLAT	D	94	\$ 1.438,73	\$ 10,20	\$ 958,80	2	\$ 479,40	\$ 959,33	\$ 2.740,95
7-FLAT	E	66	\$ 1.003,22	\$ 11,22	\$ 740,52	1	\$ 740,52	\$ 1.003,22	\$ 2.866,36
8-FLAT	F	105	\$ 1.641,39	\$ 10,40	\$ 1.092,00	2	\$ 546,00	\$ 1.095,39	\$ 3.129,69
9-FLAT	G	94	\$ 1.466,94	\$ 10,40	\$ 977,60	2	\$ 488,80	\$ 978,14	\$ 2.794,70
10-FLAT	G	94	\$ 1.466,94	\$ 10,40	\$ 977,60	2	\$ 488,80	\$ 978,14	\$ 2.794,70
11-FLAT	H	66	\$ 1.022,90	\$ 11,44	\$ 755,04	1	\$ 755,04	\$ 1.022,90	\$ 2.922,56
12-DUPLEX	I	199	\$ 2.584,99	\$ 9,36	\$ 1.862,64	3	\$ 620,88	\$ 1.343,23	\$ 3.837,81
13-DUPLEX	J	180	\$ 2.339,18	\$ 9,36	\$ 1.684,80	3	\$ 561,60	\$ 1.215,98	\$ 3.474,23
14-DUPLEX	J	180	\$ 2.339,18	\$ 9,36	\$ 1.684,80	3	\$ 561,60	\$ 1.215,98	\$ 3.474,23
15-DUPLEX	K	127	\$ 1.736,54	\$ 10,40	\$ 1.320,80	2	\$ 660,40	\$ 1.076,14	\$ 3.074,70

Al compartir sus departamentos, logran disminuir significativamente la cuota del crédito hipotecario. Esto implica que el crédito sea un costo menos significativo del ingreso familiar mensual y puedan asignar los recursos sobrantes a amortizar la deuda o a otros usos.

La otra alternativa que disponen los compradores es compartir sus departamentos por medio de la plataforma Airbnb, con la cual comparten solo de forma parcial sus viviendas con el fin de generar un ingreso extra. Se ha analizado el ahorro en el que incurrirían haciendo uso del 50% del tiempo de alquiler de los dormitorios sobrantes:

N	TIPO	ÁREA OCUPADA	CUOTA MENSUAL CRÉDITO	INGRESO DIARIO AIRBNB X DORMITORIO	ALQUILER 50% DEL TIEMPO AIRBNB X MES	Nº DORMITORIOS	INGRESO MENSUAL AIRBNB	CUOTA MENSUAL CRÉDITO COMPARTIENDO DPTO	INGRESO MENSUAL FAMILIAR (US\$)
1-FLAT	A	121	\$ 1.700,25	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.250,25	\$ 3.572,15
2-FLAT	B	112	\$ 1.547,76	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.097,76	\$ 3.136,47
3-FLAT	B	112	\$ 1.547,76	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.097,76	\$ 3.136,47
4-FLAT	C	105	\$ 1.609,83	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.159,83	\$ 3.313,79
5-FLAT	D	94	\$ 1.438,73	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 988,73	\$ 2.824,95
6-FLAT	D	94	\$ 1.438,73	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 988,73	\$ 2.824,95
7-FLAT	E	66	\$ 1.003,22	\$ 30,00	\$ 450,00	1	\$ -	\$ 1.003,22	\$ 2.866,36
8-FLAT	F	105	\$ 1.641,39	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.191,39	\$ 3.403,97
9-FLAT	G	94	\$ 1.466,94	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.016,94	\$ 2.905,55
10-FLAT	G	94	\$ 1.466,94	\$ 30,00	\$ 450,00	2	\$ 450,00	\$ 1.016,94	\$ 2.905,55
11-FLAT	H	66	\$ 1.022,90	\$ 30,00	\$ 450,00	1	\$ -	\$ 1.022,90	\$ 2.922,56
12-DUPLEX	I	199	\$ 2.584,99	\$ 35,00	\$ 525,00	3	\$ 1.050,00	\$ 1.534,99	\$ 4.385,69
13-DUPLEX	J	180	\$ 2.339,18	\$ 35,00	\$ 525,00	3	\$ 1.050,00	\$ 1.289,18	\$ 3.683,37
14-DUPLEX	J	180	\$ 2.339,18	\$ 35,00	\$ 525,00	3	\$ 1.050,00	\$ 1.289,18	\$ 3.683,37
15-DUPLEX	K	127	\$ 1.736,54	\$ 35,00	\$ 525,00	2	\$ 525,00	\$ 1.211,54	\$ 3.461,55

El comprador tiene muchas alternativas para poder adquirir el departamento indicado sin que el costo total sea la única variable limitante.

Parte del compromiso que la inmobiliaria quiere asumir con sus posibles clientes, es educarlos financieramente y guiarlos en la compra.

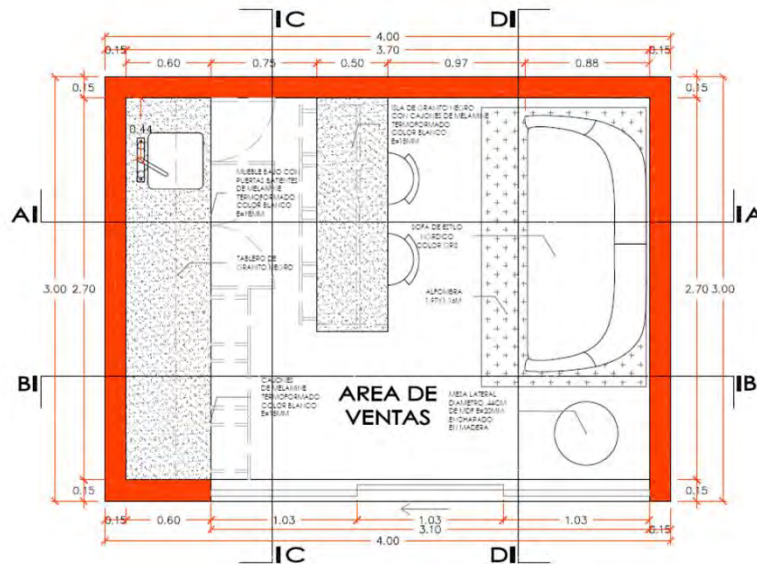
9.3 Plaza

Se ubicará una caseta en el mismo terreno, aprovechando sus 20 metros lineales de frente para poder mantenerla durante la mayor cantidad de tiempo posible aun cuando inicie la construcción.

La caseta abarcará 4ml de la fachada, los otros 16ml contarán con un cerramiento en el cual se expondrá la marca gráficamente.

La implementación de la caseta y el cerramiento no excederán de \$10000.00.

Cuando la caseta deba ser removida, la atención al público se trasladará a la oficina de la empresa ubicada a 05 cuadras del proyecto.



Se preparará un stand para la feria expourbania de (2mx3m).

Costo de participación \$3000.00

Costo de stand \$2500.00

Otros costos \$500.00

Total plaza (stand y caseta): \$16000.00

Vista referencial de la bandera que se colocará en el terreno al momento de la preventa.



Vista referencial del terreno antes de iniciar la preventa.



Vista referencial del cerramiento del terreno al momento de la preventa.



9.4 Promoción

La inmobiliaria generará una campaña agresiva en redes sociales y paneles en las calles. El objetivo principal será el dar a conocer lo que implica ser parte de la comunidad de Libre Inmobiliaria Independiente.

La comunicación no solo abordará temas del proyecto inmobiliario, si no también información respecto al barrio, las actividades al aire libre, la vida independiente y lo que involucra con el fin de establecer un vínculo con el usuario final.

Paneles en las calles



Contenido de Instagram



Jugos y emolientes ahorados, menús veganos y buenas fibras en la ecoferia.

LLEVA TU BOLSA

Cuida tu planeta, apoya al barrio.

Construimos el espacio. Tú decides cómo vivirlo

LIBRE
inmobiliaria independiente



BÁSICOS PARA VIVIR

El papel higiénico es una de ellas



Tenlo siempre presente en tu lista de compras.

LIBRE
inmobiliaria independiente

Para la caseta, se capacitará a un vendedor con toda la información del proyecto y de la marca inmobiliaria. El vendedor deberá generar una base de datos de todos los contactos en los que incurra durante su trabajo.

Sueldo fijo vendedor: \$600.00 x 20 meses. \$12000.00

Sueldo variable (comisión): 1,5% de las ventas. \$68347.00

Total área ventas: \$80347.00

Se manejará un margen de descuento de 5% en preventa y 10% si el pago es al contado.

Se enviarán “mystery shoppers” a evaluar el proceso de atención y cierre del vendedor para poder optimizar las oportunidades de venta.

Material visual impreso y digital:

- Branding del proyecto \$7000.00
- Plataforma Web \$1500.00
- Material fotográfico \$1000.00
- Vistas y videos 3D \$2000.00
- Redes sociales: LinkedIn / Instagram / Facebook \$300 Mensual x 20 Meses.
\$6000.00
- Imprenta: Brochures / Tarjetas / Posters \$2500.00
- Total \$20000.00

Total promoción: \$100347.00

10. Análisis financiero

10.1 Perfil económico

Teniendo en cuenta todas las consideraciones definidas previamente en este documento, se obtiene el siguiente perfil económico:

DATOS GENERALES	PROYECTO		NORMATIVA
PROYECTO :	IER BARRANCO LIBRE		Multifamiliar
UBICACION :	Av. San Martín 530 Barranco		
ZONIFICACION :	RDM - Zona Monumental		RDM
ALTURA MAXIMA :	4 pisos		12.0m
AREA TOTAL TERRENO :	600,00	m ²	300 m ²
PRECIO DEL TERRENO :	2.500,00	\$/m ²	
AREA LIBRE :	210,00		35% Terreno
AREA CONSTRUIDA :	2.277,00	m ²	
AREA VENDIBLE TECHADA :	1.427,00	m ²	
AREA VENDIBLE SIN TECHAR :	322,00	m ²	
AREA VENDIBLE ESTACIONAMIENTOS :	320,33	m ²	
AREA VENDIBLE TOTAL :	2.069,33	m ²	
AREAS COMUNES :	226,00	m ²	
AREA PROMEDIO DPTO. :	116,60	m ²	
N° DPTOS :	15	und	
ESTACIONAMIENTOS POR DPTO. :	1,00	und	
N° ESTACIONAMIENTOS (DPTOS) :	23	und	
N° ESTACIONAMIENTOS VISTAS :	1	und	
N° ESTACIONAMIENTOS TOTALES :	24	und	
AREA DE 1 ESTACIONAMIENTO :	12,50	m ²	
N° DEPOSITOS TOTALES :	7,00	und	

TASA REQUERIDA :	18,00%	TASA REQUERIDA MENSUAL :	1,39%
TEA :	20,00%	TEM :	1,53%
WACC :	13,00%	WACCM :	1,02%
IGV COMPRA :	18,00%		
IGV VENTA :	9,00%		
IMPUESTO A LA RENTA :	29,50%		

ROS :	15,97%		
ROI :	19,03%		
ROE :	39,39%	16,56%	Anual
LTV :			

INGRESOS										
	Precio /und	m ² (area ocupada)	Cantidad	base imponible/und	IGV	Monto IGV	Monto inc IGV		Subtotal	Total
Precio venta Departam ento tipo A	\$ 2.113,50	121,00	1,00	\$ 255.733,94	9%	\$ 23.016,06	\$ 278.750,00		\$ 255.733,94	\$ 278.750,00
Precio venta Departam ento tipo B	\$ 2.078,56	112,00	2,00	\$ 465.596,33	9%	\$ 41.903,67	\$ 507.500,00		\$ 465.596,33	\$ 507.500,00
Precio venta Departam ento tipo C	\$ 2.306,03	105,00	1,00	\$ 242.133,03	9%	\$ 21.791,97	\$ 263.925,00		\$ 242.133,03	\$ 263.925,00
Precio venta Departam ento tipo D	\$ 2.302,12	94,00	2,00	\$ 432.798,17	9%	\$ 38.951,83	\$ 471.750,00		\$ 432.798,17	\$ 471.750,00
Precio venta Departam ento tipo E	\$ 2.286,28	66,00	1,00	\$ 150.894,50	9%	\$ 13.580,50	\$ 164.475,00		\$ 150.894,50	\$ 164.475,00
Precio venta Departam ento tipo F	\$ 2.351,25	105,00	1,00	\$ 246.880,73	9%	\$ 22.219,27	\$ 269.100,00		\$ 246.880,73	\$ 269.100,00
Precio venta Departam ento tipo G	\$ 2.347,26	94,00	2,00	\$ 441.284,40	9%	\$ 39.715,60	\$ 481.000,00		\$ 441.284,40	\$ 481.000,00
Precio venta Departam ento tipo H	\$ 2.331,11	66,00	1,00	\$ 153.853,21	9%	\$ 13.846,79	\$ 167.700,00		\$ 153.853,21	\$ 167.700,00
Precio venta Departam ento tipo I	\$ 1.953,81	199,00	1,00	\$ 388.807,34	9%	\$ 34.992,66	\$ 423.800,00		\$ 388.807,34	\$ 423.800,00
Precio venta Departam ento tipo J	\$ 1.954,64	180,00	2,00	\$ 703.669,72	9%	\$ 63.330,28	\$ 767.000,00		\$ 703.669,72	\$ 767.000,00
Precio venta Departam ento tipo K	\$ 2.056,64	127,00	1,00	\$ 261.192,66	9%	\$ 23.507,34	\$ 284.700,00		\$ 261.192,66	\$ 284.700,00
Precio estacionam ento simple	\$ 11.009,17	1,00	7,00	\$ 77.064,22	9%	\$ 6.935,78	\$ 84.000,00		\$ 77.064,22	\$ 84.000,00
Precio estacionam ento doble	\$ 18.715,60	1,00	8,00	\$ 149.724,77	9%	\$ 13.475,23	\$ 163.200,00		\$ 149.724,77	\$ 163.200,00
Precio depósitos	\$ 3.669,72	1,00	7,00	\$ 25.688,07	9%	\$ 2.311,93	\$ 28.000,00		\$ 25.688,07	\$ 28.000,00
Precio total dptos.				\$ 3.742.844,04	9,00%	\$ 336.855,96	\$ 4.079.700,00		\$ 3.742.844,04	\$ 4.079.700,00
Precio total estacionam entos				\$ 226.788,99	9,00%	\$ 20.411,01	\$ 247.200,00		\$ 226.788,99	\$ 247.200,00
Precio total depósitos				\$ 25.688,07	9,00%	\$ 2.311,93	\$ 28.000,00		\$ 25.688,07	\$ 28.000,00
VALOR TOTAL PRECIO VENTA				\$ 3.995.321,10		\$ 359.578,90				\$ 4.354.900,00
EGRESOS										
				Base imponible	IGV	Monto IGV	Monto inc IGV	m ²	Subtotal	Total
Cálculo valor terreno + tasas										
Terreno		\$/m ²		\$ 1500.000,00	2.500,00	-		600,00	\$ 1500.000,00	
Alcabala	inc IGV	3%		\$ 45.000,00	-				\$ 45.000,00	
Gastos Legales	sin IGV			\$ 3.500,00	18%	\$ 630,00	\$ 4.130,00		\$ 4.130,00	
Gastos Notariales	sin IGV			\$ 1.800,00	18%	\$ 324,00	\$ 2.124,00		\$ 2.124,00	
Gastos Registrales	sin IGV			\$ 1.000,00					\$ 1.000,00	
VALOR TOTAL TERRENO				\$ 1.551.300,00		\$ 954,00				\$ 1.552.254,00
Cálculo costo de construcción										
Costo construcción en superficie	sin IGV	\$/m ²		\$ 795.864,41	474,58	18%	\$ 143.255,59	\$ 939.120,00	1.677,00	\$ 939.120,00
Costo construcción en sótano	sin IGV	\$/m ²		\$ 218.644,07	364,41	18%	\$ 39.355,93	\$ 258.000,00	600,00	\$ 258.000,00
VALOR TOTAL CONSTRUCCION				\$ 1.014.508,47		\$ 182.611,53				\$ 1.197.120,00
Cálculo costo preoperativo										
Honorarios de proyectistas	sin IGV	\$/m ²		\$ 31878,00	14,00	18%	\$ 5.738,04	\$ 37.616,04	2.277,00	\$ 37.616,04
Permisos y licencias		2%		\$ 20.290,17			\$ 20.290,17		\$ 20.290,17	
Demolición	sin IGV			\$ 8.000,00	18%	\$ 1.440,00	\$ 9.440,00		\$ 9.440,00	
VALOR TOTAL COSTO PREOPERATIVO				\$ 60.168,17		\$ 7.178,04				\$ 67.346,21
Cálculo gastos indirectos										
Gerencia de Proyecto	sin IGV	5%		\$ 199.766,06	18%	\$ 35.957,89	\$ 235.723,94		\$ 235.723,94	
Marketing y Ventas	sin IGV	3%		\$ 119.859,63	18%	\$ 21.574,73	\$ 141.434,37		\$ 141.434,37	
Gestión de Post-venta y seguros	sin IGV	1,5%		\$ 59.929,82	18%	\$ 10.787,37	\$ 70.717,18		\$ 70.717,18	
Levantamiento de Hipoteca	sin IGV	0,30%		\$ 11.985,96	18%	\$ 2.157,47	\$ 14.143,44		\$ 14.143,44	
Impuestos Municipales	sin IGV	0,20%		\$ 7.990,64			\$ 7.990,64		\$ 7.990,64	
Estructuración de Financiamiento	sin IGV			\$ 5.000,00	18%	\$ 900,00	\$ 5.900,00		\$ 5.900,00	
Imprevistos	sin IGV	1,5%		\$ 59.929,82			\$ 59.929,82		\$ 59.929,82	
VALOR TOTAL GASTOS INDIRECTOS				\$ 464.461,93		\$ 71.377,46				\$ 535.839,39
TOTAL EGRESOS				\$ 3.090.438,57		\$ 262.121,03				\$ 3.352.559,60
UTILIDAD OPERATIVA				\$ 904.882,53						
IMPUESTO A LA RENTA				\$ 266.940,35						
UTILIDAD NETA				\$ 637.942,18						
SALDO CREDITO FISCAL/DEVOLUCION				\$ 97.457,87						
MARGEN NETO				15,97%						
UTILIDAD NETA AJUSTADA				\$ 540.484,31						

10.3 Análisis de sensibilidad del proyecto

IDENTIFICACION DE LAS 4 VARIABLES MÁS CRÍTICAS DEL PROYECTO

VARIABLES	Valor inicial	% Variación Variable	Nuevo valor Variable	Valor inicial VAN	Nuevo Valor VAN	% Variación VAN	Elasticidad	Relevancia
Costo del terreno (\$xm 2)	\$ 2.500,00	10%	\$ 2.750,00	\$ 289.286,11	\$ 170.118,29	-41,2%	- 4,1	2
Costo de construcción en Superficie (\$xm 2)	\$ 560,00	10%	\$ 616,00	\$ 289.286,11	\$ 237.228,70	-18,0%	- 1,8	3
Velocidad de ventas (q/m)	0,79	-10%	0,71	\$ 289.286,11	\$ 261.782,54	-9,5%	1,0	4
Precio de venta de dpto (\$xm 2)	\$ 2.500,00	-10%	\$ 2.250,00	\$ 289.286,11	\$ 84.084,39	-70,9%	7,1	1

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DE DOS VARIABLES ACTUANDO

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)
		PRECIO BASE DE VENTA DPTO POR M2					
PRECIO TERRENO POR M2	\$ 289.286,11	\$ 2.125,00	\$ 2.250,00	\$ 2.375,00	\$ 2.500,00	\$ 2.625,00	\$ 2.750,00
	\$ 2.125,00	\$ 159.891,89	\$ 262.836,13	\$ 365.436,99	\$ 468.037,84	\$ 570.638,70	\$ 673.194,27
	\$ 2.250,00	\$ 100.307,98	\$ 203.252,22	\$ 305.853,07	\$ 408.453,93	\$ 511.054,79	\$ 613.610,36
	\$ 2.375,00	\$ 40.724,07	\$ 143.668,31	\$ 246.269,16	\$ 348.870,02	\$ 451.470,88	\$ 554.026,45
	\$ 2.500,00	\$ -18.859,84	\$ 84.084,39	\$ 186.685,25	\$ 289.286,11	\$ 391.886,97	\$ 494.442,54
	\$ 2.625,00	\$ -78.443,75	\$ 24.500,48	\$ 127.101,34	\$ 229.702,20	\$ 332.303,06	\$ 434.858,63
	\$ 2.750,00	\$ -138.027,66	\$ -35.083,43	\$ 67.517,43	\$ 170.118,29	\$ 272.719,15	\$ 375.274,72
	\$ 2.875,00	\$ -197.611,57	\$ -94.667,34	\$ 7.933,52	\$ 110.534,38	\$ 213.135,24	\$ 315.690,80

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)
		PRECIO BASE DE VENTA DPTO POR M2					
COSTO CONSTRUCCION POR M2	\$ 289.286,11	\$ 2.125,00	\$ 2.250,00	\$ 2.375,00	\$ 2.500,00	\$ 2.625,00	\$ 2.750,00
	\$ 476,00	\$ 59.569,66	\$ 162.170,52	\$ 264.771,37	\$ 367.313,40	\$ 469.760,24	\$ 572.195,62
	\$ 504,00	\$ 33.540,95	\$ 136.141,81	\$ 238.742,67	\$ 341.343,53	\$ 443.838,72	\$ 546.285,57
	\$ 532,00	\$ 7.456,74	\$ 110.113,10	\$ 212.713,96	\$ 315.314,82	\$ 417.906,81	\$ 520.364,05
	\$ 560,00	\$ -18.859,84	\$ 84.084,39	\$ 186.685,25	\$ 289.286,11	\$ 391.886,97	\$ 494.442,54
	\$ 588,00	\$ -45.176,42	\$ 57.829,08	\$ 160.656,55	\$ 263.257,40	\$ 365.858,26	\$ 468.459,12
	\$ 616,00	\$ -71.507,63	\$ 31.512,50	\$ 134.518,01	\$ 237.228,70	\$ 339.829,56	\$ 442.430,41
	\$ 644,00	\$ -97.939,64	\$ 5.195,93	\$ 108.201,43	\$ 211.177,66	\$ 313.800,85	\$ 416.401,71

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)	
		PRECIO TERRENO POR M2						
COSTO CONSTRUCCION POR M2	\$ 289.286,11	\$ 2.125,00	\$ 2.250,00	\$ 2.375,00	\$ 2.500,00	\$ 2.625,00	\$ 2.750,00	\$ 2.875,00
	\$ 476,00	\$ 546.065,13	\$ 486.481,22	\$ 426.897,31	\$ 367.313,40	\$ 307.729,49	\$ 248.145,57	\$ 188.561,66
	\$ 504,00	\$ 520.095,26	\$ 460.511,35	\$ 400.927,44	\$ 341.343,53	\$ 281.759,61	\$ 222.175,70	\$ 162.591,79
	\$ 532,00	\$ 494.066,55	\$ 434.482,64	\$ 374.898,73	\$ 315.314,82	\$ 255.730,91	\$ 196.147,00	\$ 136.563,09
	\$ 560,00	\$ 468.037,84	\$ 408.453,93	\$ 348.870,02	\$ 289.286,11	\$ 229.702,20	\$ 170.118,29	\$ 110.534,38
	\$ 588,00	\$ 442.009,14	\$ 382.425,23	\$ 322.841,32	\$ 263.257,40	\$ 203.673,49	\$ 144.089,58	\$ 84.505,67
	\$ 616,00	\$ 415.980,43	\$ 356.396,52	\$ 296.812,61	\$ 237.228,70	\$ 177.644,79	\$ 118.060,88	\$ 58.476,96
	\$ 644,00	\$ 389.929,39	\$ 330.345,48	\$ 270.761,57	\$ 211.177,66	\$ 151.593,74	\$ 92.009,83	\$ 32.425,92

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)	
		PRECIO TERRENO POR M2						
VELOCIDAD DE VENTAS	\$ 289.286,11	\$ 2.125,00	\$ 2.250,00	\$ 2.375,00	\$ 2.500,00	\$ 2.625,00	\$ 2.750,00	\$ 2.875,00
	0,67	\$ 438.640,72	\$ 379.056,81	\$ 319.472,90	\$ 259.888,99	\$ 200.305,07	\$ 140.721,16	\$ 81.137,25
	0,71	\$ 440.534,28	\$ 380.950,37	\$ 321.366,45	\$ 261.782,54	\$ 202.198,63	\$ 142.614,72	\$ 83.030,81
	0,75	\$ 465.159,18	\$ 405.575,27	\$ 345.991,36	\$ 286.407,45	\$ 226.823,54	\$ 167.239,63	\$ 107.655,72
	0,79	\$ 468.037,84	\$ 408.453,93	\$ 348.870,02	\$ 289.286,11	\$ 229.702,20	\$ 170.118,29	\$ 110.534,38
	0,83	\$ 470.990,12	\$ 411.406,21	\$ 351.822,30	\$ 292.238,39	\$ 232.654,48	\$ 173.070,57	\$ 113.486,66
	0,87	\$ 475.562,01	\$ 415.978,10	\$ 356.394,19	\$ 296.810,28	\$ 237.226,37	\$ 177.642,46	\$ 118.058,55
	0,91	\$ 480.032,82	\$ 420.448,91	\$ 360.865,00	\$ 301.281,09	\$ 241.697,17	\$ 182.113,26	\$ 122.529,35

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)	
		COSTO CONSTRUCCION POR M2						
VELOCIDAD DE VENTAS	\$ 289.286,11	\$ 476,00	\$ 504,00	\$ 532,00	\$ 560,00	\$ 588,00	\$ 616,00	\$ 644,00
	0,67	\$ 338.224,12	\$ 312.197,62	\$ 286.113,43	\$ 259.888,99	\$ 233.572,41	\$ 207.255,83	\$ 180.939,25
	0,71	\$ 340.117,68	\$ 314.091,18	\$ 288.006,99	\$ 261.782,54	\$ 235.465,97	\$ 209.149,39	\$ 182.832,81
	0,75	\$ 364.434,74	\$ 338.464,87	\$ 312.436,16	\$ 286.407,45	\$ 260.378,74	\$ 234.350,04	\$ 208.299,00
	0,79	\$ 367.313,40	\$ 341.343,53	\$ 315.314,82	\$ 289.286,11	\$ 263.257,40	\$ 237.228,70	\$ 211.177,66
	0,83	\$ 370.265,67	\$ 344.295,80	\$ 318.267,10	\$ 292.238,39	\$ 266.209,68	\$ 240.180,97	\$ 214.129,93
	0,87	\$ 374.837,56	\$ 348.867,69	\$ 322.838,99	\$ 296.810,28	\$ 270.781,57	\$ 244.752,87	\$ 218.713,62
	0,91	\$ 379.286,68	\$ 353.334,75	\$ 327.309,79	\$ 301.281,09	\$ 275.252,38	\$ 249.223,67	\$ 223.194,97

		(-15%)	(-10%)	(-5%)	(+5%)	(+10%)	(+15%)	
		PRECIO BASE DE VENTA DPTO POR M2						
VELOCIDAD DE VENTAS	\$ 289.286,11	\$ 2.125,00	\$ 2.250,00	\$ 2.375,00	\$ 2.500,00	\$ 2.625,00	\$ 2.750,00	\$ 2.875,00
	0,67	\$ -44.947,15	\$ 56.727,15	\$ 158.308,07	\$ 259.888,99	\$ 361.355,83	\$ 462.570,64	\$ 563.673,08
	0,71	\$ -43.320,74	\$ 58.442,61	\$ 160.112,58	\$ 261.782,54	\$ 363.338,44	\$ 464.642,29	\$ 565.833,78
	0,75	\$ -21.328,43	\$ 81.479,11	\$ 183.943,28	\$ 286.407,45	\$ 388.871,62	\$ 491.290,50	\$ 593.600,65
	0,79	\$ -18.859,84	\$ 84.084,39	\$ 186.685,25	\$ 289.286,11	\$ 391.886,97	\$ 494.442,54	\$ 596.889,38
	0,83	\$ -16.327,85	\$ 86.756,48	\$ 189.497,44	\$ 292.238,39	\$ 394.979,34	\$ 497.675,00	\$ 600.261,94
	0,87	\$ -12.386,74	\$ 90.892,61	\$ 193.851,44	\$ 296.810,28	\$ 399.769,12	\$ 502.682,66	\$ 605.487,49
	0,91	\$ -8.457,23	\$ 94.953,68	\$ 198.117,38	\$ 301.281,09	\$ 404.444,79	\$ 507.563,20	\$ 610.559,36

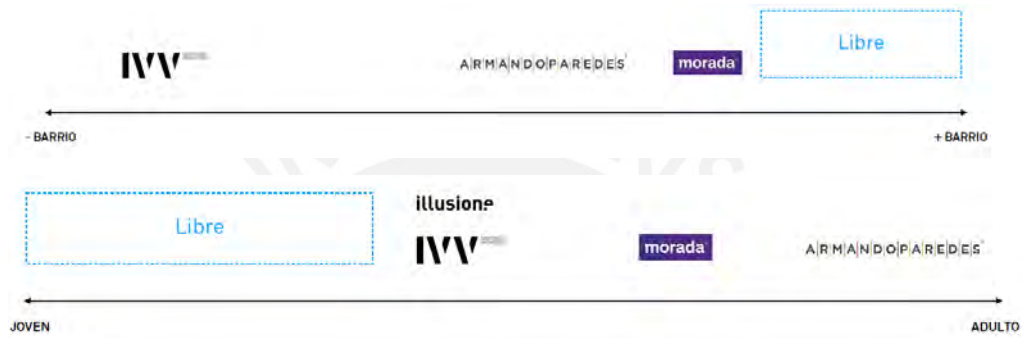
Variable	Unidad	Valor Inicial	Valor variable (VAN =0)	Variación
Costo del terreno	\$ x m 2	2.500,00	3.106,89	24%
Costo de construcción en Superficie	\$ x m 2	560,00	867,93	55%
Velocidad de ventas	\$ x m 2	0,79		
Precio de venta (dpto)	\$ x m 2	2.500,00	2.147,89	-14%

ANÁLISIS DE ESCENARIOS				
Variables críticas	Inicial	10 %	Normal	10 %
		Pesimista		Optimista
Costo del terreno	2.500,00	2.750,00	2.500,00	2.250,00
Costo de construcción en Superficie	560,00	616,00	560,00	504,00
Velocidad de ventas	0,79	0,71	0,79	0,87
Precio de venta (dpto)	2.500,00	2.250,00	2.500,00	2.750,00
	VAN	-113526,70	289286,11	673693,52
	TR	-8,50%	27,62%	52,66%
	TRM	4,24%	22,76%	32,20%

11. Conclusiones

El proyecto se muestra con altas probabilidades de éxito respecto a temas comerciales, financieros y económicos.

Existe un nicho que no ha sido cubierto por las inmobiliarias actuales, en el que se hace énfasis en la vida de barrio de Barranco, del entorno que rodea a la vivienda el cual se está aplicando en el presente proyecto. Este nicho meta, de las personas que buscan su primer departamento, un lugar de transición e independencia el cual las otras empresas omiten los insights que conlleva la vida dentro de la primera vivienda propia.



En términos económicos el proyecto es viable siempre y cuando se consiga la inversión o aporte inicial por parte de terceros.

Puede que, para una inmobiliaria consolidada, los resultados no sean tan favorables, pero para ser el primer proyecto de una empresa nueva cumple con las expectativas económicas de la sociedad y el alto costo del interés que un inversionista puede exigir por ser un proyecto de mayor riesgo por ser el primero.

La variable más incidente en el flujo económico es el precio de los departamentos, el cual, si baja en 15% o más volvería el proyecto inviable a pesar de mantener en escenario neutro otras variables como el precio del terreno, el costo de construcción y la velocidad de ventas.

12. Bibliografía

Marketing. Kotler y Armstrong (16e, 2017).

Administración. Robbins y Coulter (12e, 2014).

Fundamentos de administración financiera. Besley y Brigham (14e, 2016).

Fondo monetario internacional (2019) Perspectivas de la Economía Mundial - Abril de 2019. Fondo monetario internacional.

<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/03/28/world-economic-outlook-april-2019>

Alto nivel (2019) 10 consecuencias de la desaceleración en la economía mundial. Mexico. Alto nivel <https://www.altonivel.com.mx/economia/consecuencias-desaceleracion-economia-mundial/>

Diario Gestión (2019) FMI advierte que el aumento de la deuda hace más vulnerable a la economía global. Perú. Diario Gestión. <https://gestion.pe/mundo/fmi-advierte-aumento-deuda-vulnerable-economia-global-263891-noticia/?ref=gesr>

Infobae (2019). Christine Lagarde advirtió que las tensiones entre EEUU y China son una "amenaza" para la economía mundial. Infobae.

<https://www.infobae.com/america/mundo/2019/05/07/christine-lagarde-advirtio-que-las-tensiones-entre-eeuu-y-china-son-una-amenaza-para-la-economia-mundial/>

CEPAL (2019). CEPAL rebaja sus estimaciones de crecimiento económico para América Latina y el Caribe: PIB aumentará 1,3% en 2019. CEPAL.

<https://www.cepal.org/es/comunicados/cepal-rebaja-sus-estimaciones-crecimiento-economico-america-latina-caribe-pib-aumentara>

Santiago Belmont (2018). ¿Cómo está afectando la guerra comercial entre Trump y Xi Jinping al Perú? Diario Gestión. <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2018/10/como-esta-afectando-la-guerra-comercial-entre-trump-y-xi-jinping-al-peru.html?ref=gesr>

Invertia (2019). BBVA descarta que se esté gestando una nueva burbuja inmobiliaria.

Perú. Invertia. <https://www.invertia.com/es/noticias/inmobiliario/20190213/bbva-descarta-que-se-este-gestando-una-nueva-burbuja-inmobiliaria-242036>

Diario Gestión (2018). Cinco particularidades del mercado inmobiliario en América Latina. Perú. Diario Gestión. <https://gestion.pe/fotogalerias/cinco-particularidades-mercado-inmobiliario-america-latina-252572-noticia/>

Diario el Comercio (2019). Créditos hipotecarios: ¿Qué tan alta es la tasa de interés en el Perú frente a la región?. Perú. Diario el Comercio.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/creditos-hipotecarios-tasa-interes-compara-peru-otros-region-america-latina-sbs-bcr-bancos-noticia-624555-noticia/?ref=ecr>

Diario el Comercio (2019). ¿Cómo terminaron los precios de los departamentos en el 2018? Perú. Diario el Comercio. <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/terminaron-precios-departamentos-2018-noticia-597494-noticia/?ref=ecr>

Michael Machacuay (2018). Resumen político: lo más destacado del 2018. Perú. Diario la República. <https://larepublica.pe/politica/1380464-resumen-politico-recapitulamos-destacado-ocurrio-2018/>

Ministerio de economía y finanzas (2018). En el 2019 Perú liderará crecimiento económico en la región. Perú. Ministerio de economía y finanzas.

<https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5848>

Municipalidad de Barranco (2019). Historia del distrito. Perú. Municipalidad de Barranco. <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/historia-del-distrito>

Ipsos Apoyo (2018). Anexo 1: Distribución Poblacional. Perú. Ipsos Apoyo.

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-06/anexo_1_distribucion_poblacional_junio_2018.pdf

Barranco guide (2019). Centros de salud. Perú. Barranco guide.

<https://barrancoguide.com/in/category/salud/centros-de-salud/>

Gerencia de seguridad ciudadana (2016). Plan distrital de seguridad ciudadana. Perú. Gerencia de seguridad ciudadana.

https://www.seguridadidl.org.pe/sites/default/files/archivos/planes_locales/Plan%20Distrital%20de%20Seguridad%20Ciudadana%202016-Barranco.pdf

Urbanía (2019). Perú. Urbanía. <https://urbania.pe/>