



centrum
PUCP ESCUELA PARA
LOS BUENOS
NEGOCIOS

Análisis de factibilidad para un proyecto inmobiliario sostenible en
Miraflores de venta y renta

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN GESTIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS E INMOBILIARIAS**

PRESENTADA POR:

Stefany, Retamozo Rivas, DNI: 70005853

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN GESTIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS E INMOBILIARIAS**

PRESENTADA POR:

Álvaro Manuel Alexander, Morales Caro, DNI: 70244652

ASESOR

Dante Jesús, Castro Arballo, DNI: 02899764

ORCID 0000-0002-7317-4445

JURADO

Hoyos Vértiz, Carlos Raúl

Gámez Guardiola, José Ramón

Villarejo Fernández, Pablo


Surco, Febrero 2024

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD

Yo, Dante Jesús Castro Arballo, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulado Análisis de factibilidad para un proyecto inmobiliario sostenible en Miraflores de venta y renta, de los autores Álvaro Manuel Alexander Morales Caro, Stefany Retamozo Rivas dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 19%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 15/11/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 15/11/2023

| | |
|-----------------------------|---|
| Castro Arballo, Dante Jesús | |
| DNI: 02899764 | Firma  |
| ORCID: 0000-0002-7317-4445 | |

RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años producto de factores exteriores como el COVID 19 y la deuda de EEUU sumado a las decisiones, gestiones y resultados políticos de nuestro país ha provocado una inestabilidad económica en nuestro territorio, generando repercusiones en varios mercados económicos.

El mercado inmobiliario se ha visto afecto en el alza de los precios de los departamentos en relación a los ingresos salariales, lo que hace inaccesible a una buena parte de la población que cuentan con necesidad de un acceder a una vivienda optando algunos de estos por la renta sobre la venta.

La zona más afectada en la variación de alza de los precios de vivienda reportadas en el Analytics Inmobiliario realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) en el año 2023 es Lima centro con un 34.5% en contraste con Lima Top con un porcentaje de 3.7% seguido de Lima Moderna con 0.5% y Lima Sur con un 0.3%. (Revista el Peruano, 2023, Sube precios de vivienda en Lima Metropolitana)

A pesar de dicho panorama para el mercado inmobiliario ASEI resalto la prevalencia en ventas de Lima Top desde agosto del 2022 hasta enero del 2023 como la zona con mayor número de ventas con un porcentaje promedio de 40.6% sobre el total de las ventas. (El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022).

Estos factores externos e internos en nuestro país ha ocasionado un cambio en el comportamiento del consumidor de Lima top por departamentos de metrajés desde 60m² hasta 100m² según su zona de ubicación.

Es importante destacar que dentro de los distritos de Lima Top Miraflores destaca por su ubicación estratégica por la cercanía a la costa verde y sobre todo por sus condiciones normativas para optimizar el suelo urbano, permitiendo a través de las certificaciones sostenibles la reducción del área mínima de unidad de vivienda y el incremento en altura (Mejor aprovechamiento del suelo urbano, para garantizar una buena rentabilidad de los proyectos inmobiliarios)

Es por estas razones que el desarrollo de la tesis plantea como oportunidad de negocio un proyecto multifamiliar sostenible en el distrito de Miraflores, y se plantea dos escenarios desde el punto financiero: destinado únicamente para venta o destinado para venta y renta. De esta manera poder proporcionar una alternativa diferente de acceso a viviendas ante la creciente demanda insatisfecha.

TABLA DE CONTENIDOS

| | | |
|-----------|--|----|
| 1 | LISTA DE TABLAS Y DE FIGURAS | vi |
| 2 | INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2.1 | Planteamiento del problema | 1 |
| 2.2 | Oportunidad de negocio | 4 |
| 2.2.1 | Proyecto multifamiliar para la renta | 4 |
| 2.2.2 | Proyecto Multifamiliar sostenible | 4 |
| 2.3 | Formulación del problema | 5 |
| 2.4 | Hipótesis | 6 |
| 2.5 | Objetivos | 6 |
| 3 | MARCO TEÓRICO, ANALISIS DE LA SITUACIÓN DEL ENTORNO | 7 |
| 3.1 | Marco entorno | 7 |
| 3.1.1 | Situación mundial y la crisis internacional | 7 |
| 3.1.1.1 | <i>Impacto económico de EEUU en el mundo por la crisis de deuda</i> | 7 |
| 3.1.1.2 | <i>Proyecciones macroeconómicas</i> | 7 |
| 3.1.1.3 | <i>Influencia sobre el Perú</i> | 10 |
| 3.1.1.4 | <i>Conclusiones relevantes del análisis de la situación mundial</i> | 11 |
| 3.1.2 | Situación del Perú respecto a los mercados internacionales y su influencia | 11 |
| 3.1.3 | Situación interna del Perú y su proyección a largo plazo | 12 |
| 3.1.3.1 | <i>Política</i> | 12 |
| 3.1.3.2 | <i>Económica</i> | 13 |
| 3.1.3.3 | <i>Empresarial</i> | 14 |
| 3.1.3.4 | <i>Condiciones climatológicas</i> | 15 |
| 3.1.3.5 | <i>Ciclo económico actual en el país</i> | 16 |
| 3.1.3.6 | <i>Conclusiones relevantes del análisis de la situación del Perú</i> | 17 |
| 3.2 | Microentorno | 17 |
| 3.2.1 | Investigación del Mercado inmobiliario | 17 |
| 3.2.1.1 | <i>Venta</i> | 17 |
| 3.2.1.2 | <i>Renta</i> | 21 |
| 3.2.2 | Autoridades municipales y su influencia | 24 |
| 3.2.3 | Beneficios del distrito de Miraflores para la construcción | 25 |
| 3.2.4 | Análisis de la competencia | 26 |
| 3.2.4.1 | <i>Estudio de Mercado competidores directos</i> | 27 |
| 3.2.4.2 | <i>Venta</i> | 27 |
| 3.2.4.2.1 | Análisis de proyectos de densidad alta | 31 |
| 3.2.4.3 | <i>Renta</i> | 35 |
| 3.2.5 | Conclusiones relevantes del análisis de situación y su proyección temporal | 36 |

| | | |
|---------|--|----|
| 4 | PLAN ESTRATEGICO DE LA EMPRESA | 38 |
| 4.1 | Descripción de la empresa | 38 |
| 4.2 | Directrices estratégicas | 38 |
| 4.2.1 | Misión | 38 |
| 4.2.2 | Visión | 38 |
| 4.2.3 | Valores | 38 |
| 4.2.4 | Cultura organizacional | 38 |
| 4.3 | Organización de la empresa | 39 |
| 4.4 | Situación actual de la empresa | 39 |
| 4.4.1 | Capacidad de gestión | 39 |
| 4.4.2 | Capacidad económica y financiera | 40 |
| 4.4.3 | Capacidad tecnológica | 41 |
| 4.5 | Estrategia del negocio | 41 |
| 4.5.1 | Objetivos estratégicos | 41 |
| 4.5.2 | Fuente generadora de ventaja competitiva | 42 |
| 4.6 | Conclusiones | 43 |
| 5 | OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING | 44 |
| 5.1 | Segmentación | 44 |
| 5.1.1 | Segmentación geográfica | 44 |
| 5.1.2 | Segmentación Demográfica | 48 |
| 5.1.2.1 | <i>Características principales</i> | 50 |
| 5.1.3 | Segmentación psicográfica | 55 |
| 5.1.4 | Conclusiones relevantes de la segmentación | 57 |
| 5.2 | Targeting | 58 |
| 5.2.1 | Target Primario | 58 |
| 5.2.2 | Target Secundario | 59 |
| 5.2.3 | Conclusiones relevantes del targeting | 59 |
| 5.3 | Posicionamiento | 60 |
| 5.3.1 | FODA de marketing | 60 |
| 5.3.2 | Posicionamiento para el proyecto | 61 |
| 5.3.2.1 | <i>Descripción del posicionamiento</i> | 61 |
| 5.3.2.2 | <i>Influencia esperada sobre el target, gracias al posicionamiento elegido</i> | 62 |
| 5.3.3 | Reason Why e innovación | 63 |
| 5.3.3.1 | <i>Concepto del Value para el Marketing plan</i> | 63 |
| 5.3.3.2 | <i>Elementos innovadores</i> | 68 |
| 5.3.4 | Marketing Mix | 68 |
| 5.3.5 | Conclusiones relevantes y su proyección en el tiempo | 68 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 6 | ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD | 70 |
| 6.1 | Normativa vigente | 70 |
| 6.2 | Cabida arquitectónica | 72 |
| 6.3 | Certificación Sostenible Leed | 76 |
| 6.4 | Análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario considerando únicamente venta | 79 |
| 6.5 | Análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario considerando venta y renta | 83 |
| 6.6 | Conclusiones de las factibilidades | 89 |
| 7 | FLUJO DE CAJA Y ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | 90 |
| 7.1 | Análisis Financiero para la venta total | 90 |
| 7.1.1 | Presupuesto | 90 |
| 7.1.1.1 | Egresos | 90 |
| 7.1.1.2 | Ingresos | 91 |
| 7.1.1.3 | Impuestos | 91 |
| 7.1.1.4 | Cronograma proyectado | 91 |
| 7.1.1.5 | Rentabilidad del proyecto | 92 |
| 7.1.2 | Flujo de caja proyectado | 92 |
| 7.1.3 | Análisis de sensibilidad | 93 |
| 7.2 | Análisis Financiero para la venta y renta | 94 |
| 7.2.1 | Presupuesto | 95 |
| 7.2.1.1 | Egresos | 95 |
| 7.2.1.2 | Ingresos | 96 |
| 7.2.1.3 | Impuestos | 96 |
| 7.2.1.4 | Cronograma proyectado | 96 |
| 7.2.1.5 | Rentabilidad del proyecto | 97 |
| 7.2.2 | Flujo de caja proyectado | 97 |
| 7.2.3 | Análisis de sensibilidad | 98 |
| 7.3 | Conclusiones | 99 |
| 8 | CONCLUSIONES | 101 |
| 9 | REFERENCIAS | 103 |

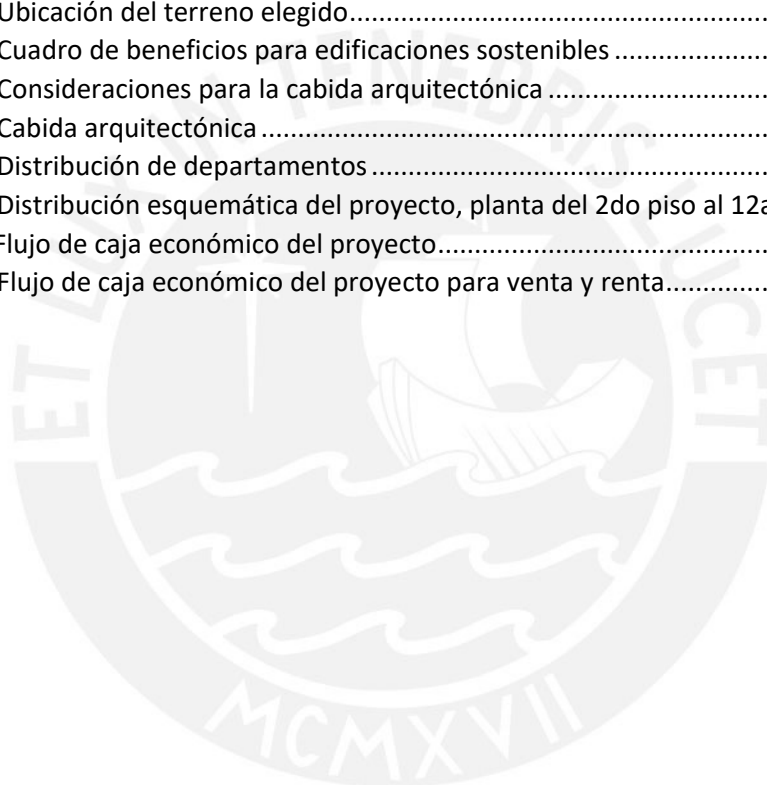
LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Precio promedio por m ² - Sectores de ingresos altos | 1 |
| Tabla 2 Inversión privada en el primer trimestre del 2022 | 3 |
| Tabla 3 Inversión privada en el primer trimestre del 2022 | 3 |
| Tabla 4 PBI por sectores económicos | 12 |
| Tabla 5 Incremento de precios de viviendas - Lima Metropolitana | 18 |
| Tabla 6 Mes de fecha de venta del periodo agosto 22 a enero 23..... | 19 |
| Tabla 7 Unidades disponibles y vendidas por distrito | 19 |
| Tabla 8 Valor promedio por sector y tipología | 20 |
| Tabla 9 Beneficios Ord N°510/MM | 26 |
| Tabla 10 Comparativo de proyectos según densidad | 31 |
| Tabla 11 Proyectos de densidad alta | 31 |
| Tabla 12 Población del distrito de Miraflores 2017 | 48 |
| Tabla 13 Miraflores según censos nacionales desde 1981 a 2017 y proyectados desde 2018 al 2022..... | 49 |
| Tabla 14 Población por zonas | 50 |
| Tabla 15 Población censada..... | 51 |
| Tabla 16 Grupos etarios | 52 |
| Tabla 17 Estratificación regional de ingresos per cápita del hogar | 54 |
| Tabla 18 FODA de Marketing del proyecto..... | 61 |
| Tabla 19 Tipologías | 73 |
| Tabla 20 Número mínimo de estacionamientos para bicicleta | 77 |
| Tabla 21 Características del proyecto inmobiliario para obtención de la certificación LEED..... | 78 |
| Tabla 22 Cuadro de ventas..... | 79 |
| Tabla 23 Línea de tiempo del proyecto inmobiliario, venta | 80 |
| Tabla 24 Cuadro de costos de construcción | 81 |
| Tabla 25 Resumen de los costos del proyecto inmobiliario, venta | 82 |
| Tabla 26 Ganancias y pérdidas..... | 83 |
| Tabla 27 Cuadro de ventas de 42 unidades inmobiliarias con 83 estacionamientos | 84 |
| Tabla 28 Cuadro de renta de las 41 unidades inmobiliarias y posterior venta | 85 |
| Tabla 29 Línea de tiempo del proyecto inmobiliario considerando venta y renta | 86 |
| Tabla 30 Cuadro de costos de construcción | 87 |
| Tabla 31 Resumen de los costos del proyecto inmobiliario, venta y renta | 88 |
| Tabla 32 Ganancias y pérdidas..... | 89 |
| Tabla 33 Egresos de la totalidad de venta | 90 |
| Tabla 34 Ingresos de la totalidad de venta | 91 |
| Tabla 35 Cálculo del impuesto de la renta..... | 91 |
| Tabla 36 Rentabilidad del proyecto | 92 |
| Tabla 37 Análisis de sensibilización..... | 94 |
| Tabla 38 Egresos de la venta y alquiler en proporciones similares | 95 |
| Tabla 39 Ingresos de la venta y alquiler en proporciones similares | 96 |
| Tabla 40 Cálculo del impuesto de la renta..... | 96 |
| Tabla 41 Rentabilidad del proyecto para venta y alquiler | 97 |
| Tabla 42 Análisis de sensibilización para venta y alquiler..... | 99 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Ilustración 1 Evolución de las ventas según metraje y zonas en Miraflores | 5 |
| Ilustración 2 Índices del PMI GLOBAL | 8 |
| Ilustración 3 Índice de Actividad Global PMI | 8 |
| Ilustración 4 Episodios de inflación y dispersión de expectativas de inflación entre diversas medidas | 9 |
| Ilustración 5 Inflación en Latino América 2021-2023 | 10 |
| Ilustración 6 Inflación en Perú | 10 |
| Ilustración 7 Cantidad de ventas Inmobiliarias por años..... | 13 |
| Ilustración 8 Unidades de viviendas vendidas por cada mes | 13 |
| Ilustración 9 Niveles de confianza del consumidor y empresarial | 14 |
| Ilustración 10 Índice de consumo y de inversión | 15 |
| Ilustración 11 Probabilidad de ocurrencia según magnitud | 15 |
| Ilustración 12 Distribución del PIB..... | 16 |
| Ilustración 13 Variación de PBI anuales..... | 16 |
| Ilustración 14 Ventas anuales en el periodo del 2017 al 2022 | 18 |
| Ilustración 15 Evolución de las ventas según metraje y zonas en Miraflores | 21 |
| Ilustración 16 Evolución mensual del precio promedio de renta..... | 22 |
| Ilustración 17 Variación de precio de renta..... | 22 |
| Ilustración 18 Retorno bruto anual de alquiler | 23 |
| Ilustración 19 Demanda del mercado inmobiliario 21-23 | 24 |
| Ilustración 20 Plano de zonificación, Miraflores..... | 27 |
| Ilustración 21 Valor del m2 por sector en Miraflores..... | 28 |
| Ilustración 22 Identificación de la competencia en mapa | 28 |
| Ilustración 23 Análisis de la competencia..... | 29 |
| Ilustración 24 Beneficios de la certificación Leed, proyecto Amancae | 32 |
| Ilustración 25 Proyecto Pardo 669..... | 32 |
| Ilustración 26 Áreas comunes, proyecto Amancae | 33 |
| Ilustración 27 Plano áreas comunes, proyecto Pardo 669 | 33 |
| Ilustración 28 Tipología dpto. de 60m2 | 33 |
| Ilustración 29 Tipología dpto. 60m2 | 34 |
| Ilustración 30 Tipología dpto. 80m2 | 34 |
| Ilustración 31 Tipología dpto. 80m2 | 34 |
| Ilustración 32 Identificación de dptos. de renta..... | 35 |
| Ilustración 33 Identificación de dptos. en renta..... | 36 |
| Ilustración 34 Valores de la empresa AyD | 38 |
| Ilustración 35 Organigrama | 39 |
| Ilustración 36 Objetivos estratégicos | 42 |
| Ilustración 37 FODA de la empresa..... | 43 |
| Ilustración 38 Litoral de Miraflores. | 45 |
| Ilustración 39 Litoral de Miraflores | 46 |
| Ilustración 40 Litoral de Miraflores. | 46 |
| Ilustración 41 Plano de los sectores de Miraflores..... | 47 |
| Ilustración 42 Plano de la ubicación del proyecto inmobiliario..... | 47 |
| Ilustración 43 Fotografía panorámica de Miraflores | 49 |
| Ilustración 44 Ingreso Familiar promedio declarado y gasto mensual..... | 53 |
| Ilustración 45 Características Importantes por NSE | 53 |

| | |
|--|----|
| Ilustración 46 Plano estratificado Miraflores | 54 |
| Ilustración 47 Estilo de vida | 55 |
| Ilustración 48 Resumen de la segmentación elegida | 58 |
| Ilustración 49 Perfiles de Target elegido | 60 |
| Ilustración 50 Plano de ubicación macro del proyecto inmobiliario | 62 |
| Ilustración 51 Ubicación con referencia a equipamientos urbanos | 63 |
| Ilustración 52 Malecón de Miraflores..... | 64 |
| Ilustración 53 Parque Kennedy..... | 64 |
| Ilustración 54 Paraderos de metropolitano..... | 65 |
| Ilustración 55 Ciclovía en Miraflores | 66 |
| Ilustración 56 Servicio de personalización, Inmobiliaria AyD | 66 |
| Ilustración 57 Beneficios de la certificación EDGE..... | 67 |
| Ilustración 58 Marketing mix..... | 69 |
| Ilustración 59 Ubicación del terreno elegido..... | 70 |
| Ilustración 60 Cuadro de beneficios para edificaciones sostenibles | 71 |
| Ilustración 61 Consideraciones para la cabida arquitectónica | 72 |
| Ilustración 62 Cabida arquitectónica | 73 |
| Ilustración 63 Distribución de departamentos | 74 |
| Ilustración 64 Distribución esquemática del proyecto, planta del 2do piso al 12avo..... | 74 |
| Ilustración 65 Flujo de caja económico del proyecto..... | 92 |
| Ilustración 66 Flujo de caja económico del proyecto para venta y renta..... | 97 |



2. INTRODUCCIÓN

2.1 Planteamiento del problema

Los precios de venta de los departamentos en Lima metropolitana en los últimos dos años han venido incrementados significativamente según un estudio realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) se refirió “En Enero del 2022, el valor promedio del metro cuadrado de una vivienda nueva estaba en 6,366 soles; no obstante, en enero de este año (2023) se incrementó hasta 6,796 soles por metro cuadrado.” (El Peruano, 2023, Sube precio de vivienda en Lima Metropolitana. <https://www.elperuano.pe/noticia/206969-subeprecio-de-viviendas-en-lima-metropolitana#:~:text=El%20informe%20refiri%C3%B3%20que%2C%20en,6%2C796%20soles%20por%20metro%20cuadrado.>)

Otro informe realizado al cierre del año 2021 (agosto) por la revista Gestión puso en manifiesto los indicadores del mercado inmobiliario realizado por el BCRP, el cual identificó el incremento del precio de las viviendas en los distritos que denominan como sectores de ingresos altos, conformados por La Molina, Miraflores, San Isidro, San Borja y Surco. Como se puede ver en la siguiente tabla el primer trimestre del año 2020 el precio del metro cuadrado era de S/. 6,272 en comparación al primer trimestre del año 2021 que contó con un precio de S/. 6,901 (Incremento de 10%).

Tabla 1 Precio promedio por m² - Sectores de ingresos altos



Nota: Gestión, 2021, Precio de vivienda afectará la demanda en el sector inmobiliario. (<https://gestion.pe/economia/precio-de-viviendas-subio-10-en-ultimo-ano-y-tendencia-al-alza-seguira-en-proximos-meses-noticia/?ref=gesr>)

Está subida de precio según el informe periódico de consultoría inmobiliaria realizado por Tinsa en el año 2022, se debe al incremento del costo de la materia prima, el cual representa un 18.8%. Esto se debe principalmente a tres factores que no solo son internos en nuestro país sino también son efectos de lo que naturalmente está sucediendo en las diferentes partes del mundo.

- Incremento del precio del dólar:

El dólar es la moneda que afecta a la mayoría de negocios y en especial al negocio inmobiliario, ya que en este negocio los insumos aproximadamente un 30% de ellos son en

esta moneda, según Martín Villanueva, Líder de consultoría en Tinsa Perú. “El 2022 no es ajeno a un alza del dólar, ya que dicho año llegamos a sobrepasar los picos históricos de tipo de cambio que teníamos (alrededor de 4 soles)” (Tinsa Peru (2021) Precios de viviendas suben 18% en dos años, aumento se aceleró por alza del dólar).

La venta de departamentos que normalmente se desarrollan en soles y dólares, actualmente las inmobiliarias se han visto forzadas a cerrar las ventas solo en soles, ya que los clientes exigen tener su crédito en esta moneda. Estos dos tipos de afectación hacen que las inmobiliarias pierdan margen por efecto del tipo de cambio.

- Coyuntura política

La seguridad de las personas para adquirir un inmueble se basa en gran porcentaje de la estabilidad laboral que tienen, y está a su vez está relacionado con los cambios gubernamentales y las afectaciones a las empresas con estos cambios.

La coyuntura política actual no es estable, generando cada día mayor cautela en las inversiones y gastos que cada persona pueda tener. Dado que genera un panorama de incertidumbre en la población y en la industria de la construcción.

Según la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) en su informe de enero del 2023 puso en manifiesto la importancia de la consolidación del nuevo gobierno, dado que de ello dependerá si mejora o no la económica en comparación del año 2022. “Para el 2023, el escenario también se presentaba incierto, incluso para la inversión pública, debido sobre todo a la asunción de nuevas autoridades regionales y locales.” (Capeco, 2023, El 2022 fue un año crítico. Mejorar la economía en 2023 dependerá de consolidación del nuevo gobierno.)

- Inversión pública y privada

En el año 2023 la inversión pública y privada se han reprimido a comparación de otros años, todo esto causa un escenario adverso para la adquisición de inmuebles a pesar que la necesidad de vivienda cada vez se incrementa.

En el mismo informe de CAPECO de enero 2023 mencionó las proyecciones para el año 2023 “El BCRP estima que la inversión pública podría crecer 6.0% al cierre del 2022...En cuanto a la inversión privada, el BCRP no modificó en su reporte de diciembre, percibiendo que no crecería en el presente año, pero cálculos de consultoras privadas sostienen que se producirá una contracción de entre 0.4% y 1.6%.” (Capeco, 2023, El 2022 fue un año crítico. Mejorar la economía en 2023 dependerá de consolidación del nuevo gobierno.)

Según el BCRP (Banco central de reserva del Perú) en el primer trimestre del 2022 la inversión pública se redujo en -14.4% y la inversión privada disminuyó su crecimiento en gran proporción, siendo solo de 0.8%, lo cual claramente afecta a todos los sectores económicos del país.

Tabla 2 Inversión privada en el primer trimestre del 2022

| INVERSIÓN PÚBLICA | | | | | | |
|--|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| (Variación porcentual real respecto al mismo período del año anterior) | | | | | | |
| | 2021 | | | | Año | 2022 |
| | I Trim. | II Trim. | III Trim. | IV Trim. | | I Trim. |
| 1. Gobierno general | 35,7 | 295,2 | 47,8 | -18,5 | 28,0 | -14,7 |
| Gobierno Nacional | 45,1 | 267,3 | 62,5 | -17,3 | 35,1 | -18,7 |
| Gobiernos Regionales | 14,2 | 289,0 | 6,1 | -22,8 | 11,3 | -5,5 |
| Gobiernos Locales | 37,7 | 332,9 | 63,4 | -17,4 | 30,6 | -14,6 |
| 2. Empresas públicas | -29,0 | 71,9 | -6,6 | 6,7 | 2,4 | -6,6 |
| TOTAL | 22,3 | 244,0 | 40,4 | -16,9 | 24,9 | -13,7 |

Fuente: MEF.

Nota: BCRP (2022) Nota de estudios del BCRP

Tabla 3 Inversión privada en el primer trimestre del 2022

| INVERSIÓN PRIVADA | | | | | | |
|--|-------------|--------------|-------------|------------|-------------|------------|
| (Variación porcentual real respecto al mismo período del año anterior) | | | | | | |
| | 2021 | | | | Año | 2022 |
| | I Trim. | II Trim. | III Trim. | IV Trim. | | I Trim. |
| Inversión Privada Total | 38,7 | 163,0 | 22,5 | 2,5 | 37,4 | 0,8 |
| Inversión no minera | 45,6 | 194,8 | 19,8 | -0,2 | 39,4 | 0,3 |
| Inversión minera | -9,4 | 35,9 | 47,6 | 22,0 | 23,1 | 5,7 |

Fuente: BCRP.

Nota: BCRP (2022) Nota de estudios del BCRP

Por la situación actual del mercado inmobiliario y la incertidumbre sobre el futuro hay una gran parte de personas que cuentan con la necesidad de vivienda, pero ya no cuentan con la capacidad adquisitiva para comprar un departamento propio.

Según Daniela Maldonado, Key Account Manager Real Estate de Properati, indicó para la revista La Cámara (revista digital de la cámara de comercio de Lima) en Febrero del 2023 “si bien en el sector inmobiliario se ha venido observando una desaceleración en la venta de viviendas debido al alza en las tasas de interés de los créditos hipotecarios, el sector inmobiliario estima llegar a tener un promedio de 1.200 colocaciones mensuales en el primer trimestre de este año. Esto debido a que la demanda insatisfecha sigue siendo alta.” (La Cámara, 2023, Precios de vivienda en Lima continuarán al alza en el 2023.

<https://lacamara.pe/precios-de-viviendas-en-lima-continuaran-al-alza-en-el-2023/>)

La principal razón es por la evolución del incremento de los precios de los departamentos en relación a los ingresos salariales, lo que hace inaccesible a una buena parte de la población.

2.2. Oportunidad de negocio

2.2.1 Proyecto Multifamiliar para la renta

A nivel mundial han surgido un nuevo modelo de negocio inmobiliario que brinda una alternativa diferente a las personas que cuentan con una necesidad de vivienda y no pueden acceder a los altos costos de compra. Este nuevo modelo es conocido como Multifamily, diseñado como un modelo de administración de edificios de departamentos en su mayoría con un único dueño o un grupo de inversionistas. Este activo de inversión es concebido exclusivamente para la renta. Su principal atractivo a la vista de su cliente target es el servicio que brindan, la experiencia del usuario final.

En países como Chile, México y Estados Unidos esta tendencia ya se consolida como una de las más fuertes en el mercado inmobiliario. Este modelo resiliente ha tenido un gran éxito en ciudades en las cuales la renta se posicionan como un segmento en aumento.

En Lima Metropolitana el mercado de arrendamiento presenta un gran dinamismo en el mercado inmobiliario. Según indica Daniela Maldonado Key Account Manager Real Estate de Properati finales del año 2020 “En la nueva normalidad, el mercado de alquiler es uno de los que mayor dinamismo ha manifestado en el sector inmobiliario. El análisis evidenció que distritos como Santiago de Surco, Miraflores, San Miguel, San Borja y Los Olivos, atraen la mayor demanda inmobiliaria de alquiler” (La Cámara (2020). Vivienda en alquiler: El 91% de la oferta en Lima es de departamentos). Esto se debe a que son distritos que mantienen características residenciales con presencias de grandes áreas verdes y zonas despejadas sin mucho ruido ni aglomeración de personas.

2.2.2 Proyecto Multifamiliar sostenible

Desde el año 2019 varias de las municipalidades de los distritos de Lima Top han venido promoviendo la construcción de edificaciones sostenibles en su distrito, con la finalidad fomentar la construcción de edificaciones que tengan una adecuada gestión de los recursos naturales fomentando la eficiencia energética e hídrica. De esta manera elevar el nivel de la calidad de vida de la población con estándares de sostenibilidad debidamente certificados.

Para la promoción de estas ordenanzas, las municipalidades otorgan diversos incentivos y/o beneficios a los promotores inmobiliarios como: incremento de área techada, la reducción del área mínima de unidad de inmobiliarias, la reducción del número de estacionamientos vehicular y/o la nulidad de los estacionamientos de visita.

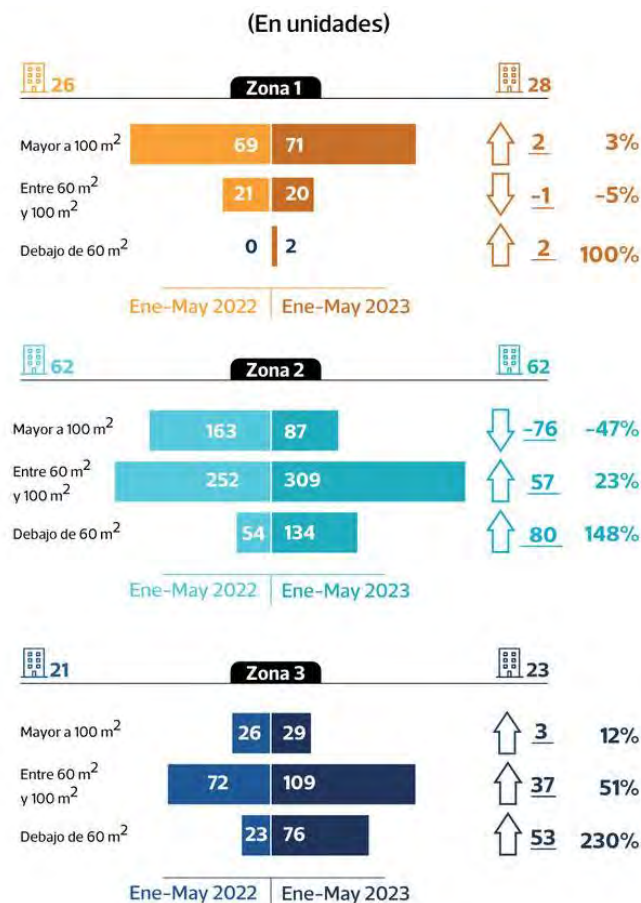
Bajo este contexto, ha surgido un nuevo modelo de negocio inmobiliario de departamentos de menor metraje en los distritos de Lima Top (entre 40m² a 60m²) como una alternativa para atenuar el costo de inversión a la compra de una vivienda nueva. Según indica la revista Gestión este modelo de negocio experimenta cada vez más demanda.

“Según el último reporte de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI), las ventas de los departamentos de entre 40 m² y 60 m² en la zona céntrica de Miraflores (desde la Av. comandante Espinar hasta la Av. República de Panamá) y la zona que colinda con Surquillo (Vía Expresa, Av. Andrés Avelino Cáceres, Av. Tomás Marsano) crecieron 148% y 230%,

respectivamente” (Gestión, 2023, Se triplican ventas de departamentos menores a 60m2 en límite de Miraflores con Surquillo.)”

En este mismo artículo comentan que la mayor cantidad de unidades inmobiliarias vendidas son de 60m2 a 100m2 en la zona céntrica del distrito, en zona cercana a la costa verde se mantienen metrajés de mayores de 100m2 como se puede ver en la siguiente imagen.

Ilustración 1 Evolución de las ventas según metraje y zonas en Miraflores



Nota: Gestión, 2023, Se triplican ventas de departamentos menores a 60m2 en límite de Miraflores con Surquillo (<https://gestion.pe/economia/inmobiliario-miraflores-se-triplican-las-ventas-de-departamentos-menores-a-60-m2-noticia/?ref=gesr>)

2.3. Formulación del problema

¿De qué manera podemos asegurar que el proyecto inmobiliario sea rentable tomando en cuenta que el target se ve disminuido por las condiciones económicas de las adquisiciones de inmuebles en el país? ¿Como se puede ofrecer una alternativa de departamentos que estén al alcance del target económicamente y satisfaciendo sus necesidades?

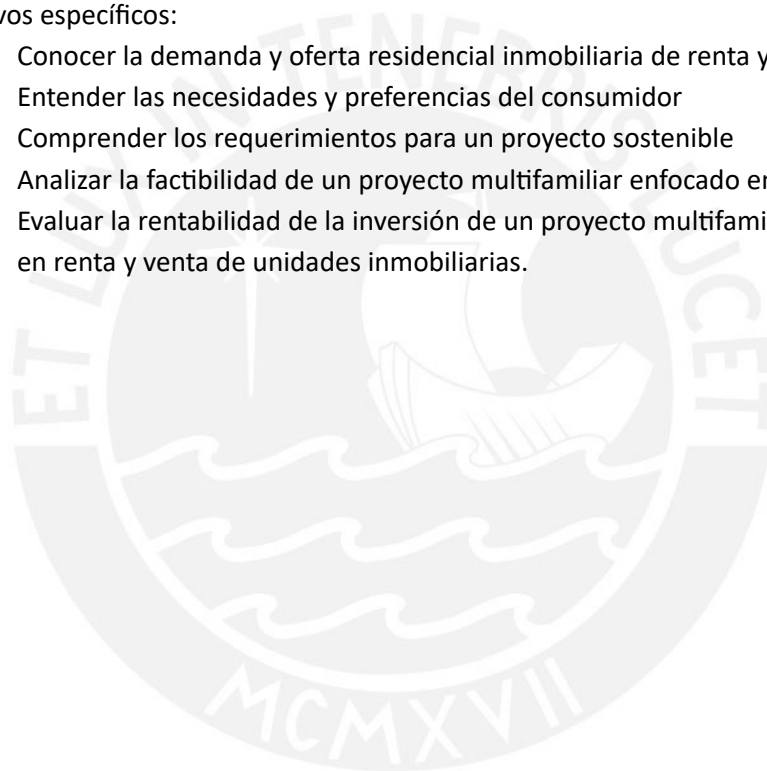
24. Hipótesis

Planteamiento de un modelo de proyecto inmobiliario multifamiliar sostenible enfocado a venta y renta de departamentos para garantizar el retorno de inversión mitigando el efecto de reducción de target por variaciones económicas que afectan una posibilidad de adquisición.

2.3 Objetivos

- **Objetivo general:**
Brindar a nuestro cliente objetivo una alternativa diferente de acceso a viviendas formales sin necesidad de comprometerse necesariamente con el crédito hipotecario a largo plazo. Así mismo, fomentar el crecimiento planificado de la ciudad.

- **Objetivos específicos:**
 - ✓ Conocer la demanda y oferta residencial inmobiliaria de renta y venta
 - ✓ Entender las necesidades y preferencias del consumidor
 - ✓ Comprender los requerimientos para un proyecto sostenible
 - ✓ Analizar la factibilidad de un proyecto multifamiliar enfocado en venta y renta.
 - ✓ Evaluar la rentabilidad de la inversión de un proyecto multifamiliar enfocado en renta y venta de unidades inmobiliarias.



3. MARCO TEÓRICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL ENTORNO

3.1. Macroentorno

3.1.1. Situación Mundial y la crisis internacional

3.1.1.1. Impacto económico de EEUU en el mundo por la crisis de deuda

La más grande economía del mundo es Estados Unidos por delante de los demás países del globo, pero al igual que a todos, el COVID-19 afectó en gran medida a la economía de este país, resultando un crecimiento negativo del PIB. Este país al ser la economía más grande, impacta significativamente a los demás países, ya que vivimos en un mundo globalizado. Actualmente EEUU se acerca a una crisis de deuda, la cual afectaría a todo el mundo, ya que la moneda con más confianza del mundo sería inestable y los efectos colaterales afectarían a las múltiples actividades económicas entre ellas a la construcción e inmobiliaria.

3.1.1.2. Proyecciones macroeconómicas

El Ministerio de Economía y Finanzas analiza en su informe de abril del 2021 que las condiciones internacionales favorecen el crecimiento económico mundial para los años 2021, 2022, 2023 y 2024, respecto al periodo del 2020, en ese sentido detalla:

“...las economías avanzadas crecerían 5,0% en 2021 (2020: -4,7%), principalmente, por el mayor impulso en el crecimiento de EE. UU.; mientras que el bloque de la Zona Euro crecería a un ritmo moderado afectado por la expansión de las olas de contagios por COVID-19. Por su parte, las economías emergentes y en desarrollo crecerían 6,4% (2020: -2,2%), favorecidas por el sólido crecimiento de China. Para el periodo 2022-2024, la actividad económica global moderaría su crecimiento a una tasa en torno a 3,8% (MMM: 3,5%) explicada por la desaceleración estructural de China y el menor crecimiento de las economías avanzadas en un contexto de retiro progresivo del estímulo fiscal y ausencia de medidas que impulsen la productividad...” (Ministerio de economía y finanzas (2021), Informe de actualización de proyecciones macroeconómicas 2021-2024. Página 05)

El anterior implica una recuperación macroeconómica, pero en un contexto que no consolida los impactos de la invasión de Rusia a Ucrania, así como la evolución y acciones de los gobiernos ante el COVID-19.

A continuación, se muestra el cuadro con los índices PMI GLOBAL realizado en Julio del 2023, respecto a la actividad económica mundial en la cual se observa la inestabilidad en los últimos años 2022 y 2023 para los bienes y servicios y que a la fecha se vienen recuperando los niveles en servicios y manufactura similares a la etapa PRE COVID.

Ilustración 2 Índices del PMI GLOBAL



Nota: J.P. Morgan, S&P Global Market Intelligence (2023). J.P. Morgan Global Manufacturing PMI. Página 02

Así mismo se puede observar que, desde marzo del 2020, debido a la pandemia, se generó una crisis económica a escala global el cual llevó a una depresión en todos los sectores económicos, luego se experimentó un auge entre los meses de febrero a agosto del 2021 para luego estabilizarse los sectores de manufactura y servicios. Pero luego de ello en el 2022 y en lo que va del 2023 se observa que se pierde estabilidad, ya que los picos y caídas son de forma constante con una variación muy por encima de lo que podríamos considerar estabilidad.

Un estudio realizado por Gestión en Setiembre 2023 puso en evidencia la aceleración en la actividad global de manufactura del mes de julio a agosto del presente año (2023) como se puede ver en la siguiente imagen.

Ilustración 3 Índice de Actividad Global PMI

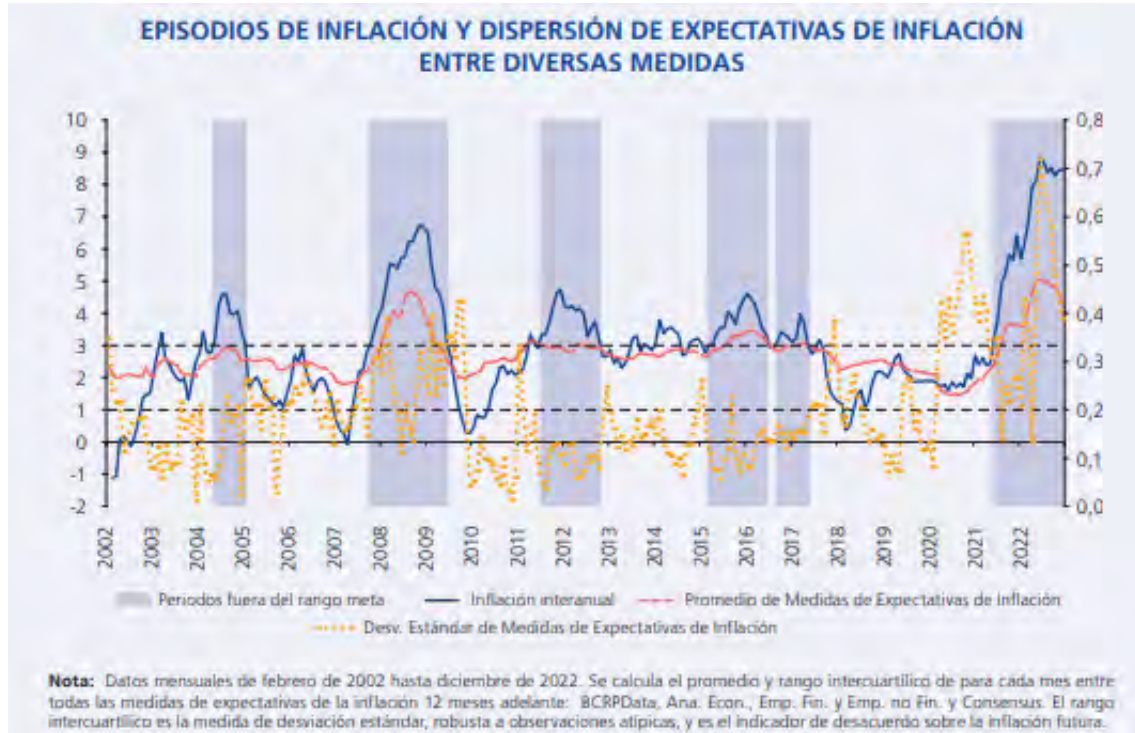
| ÍNDICES DE ACTIVIDAD PMI | | |
|--------------------------|-------|--------|
| | Julio | Agosto |
| Manufactura | | |
| Global (JP Morgan) | 50,8 | 51,7 ↑ |
| Estados Unidos (ISM) | 55,4 | 55,7 ↑ |
| China (oficial) | 50,3 | 51,0 ↑ |
| Eurozona | 50,3 | 51,4 ↑ |
| Japón | 50,7 | 52,2 ↑ |
| Servicios | | |
| Global (JP Morgan) | 54,9 | 56,1 ↑ |
| Estados Unidos (ISM) | 56,0 | 58,6 ↑ |
| China (oficial) | 54,1 | 53,9 ↓ |
| Eurozona | 49,8 | 50,7 ↑ |
| Japón | 50,6 | 51,2 ↑ |

Nota: Gestión (2023). BCR: Indicadores globales demuestran un repunte de las principales economías

En este mismo informe según la revista gestión “se registró un aumento hasta 51.7, mayor desde junio de 2011. En tanto, el PMI de servicios se incremento a 56.1 en agosto, el más alto desde febrero de 2012.” (Gestión (2023). BCR: Indicadores globales demuestran un repunte de

las principales economías, <https://gestion.pe/economia/bcr-indicadores-globales-demuestran-repunte-principales-economias-47656-noticia/>)

Ilustración 4 Episodios de inflación y dispersión de expectativas de inflación entre diversas medidas

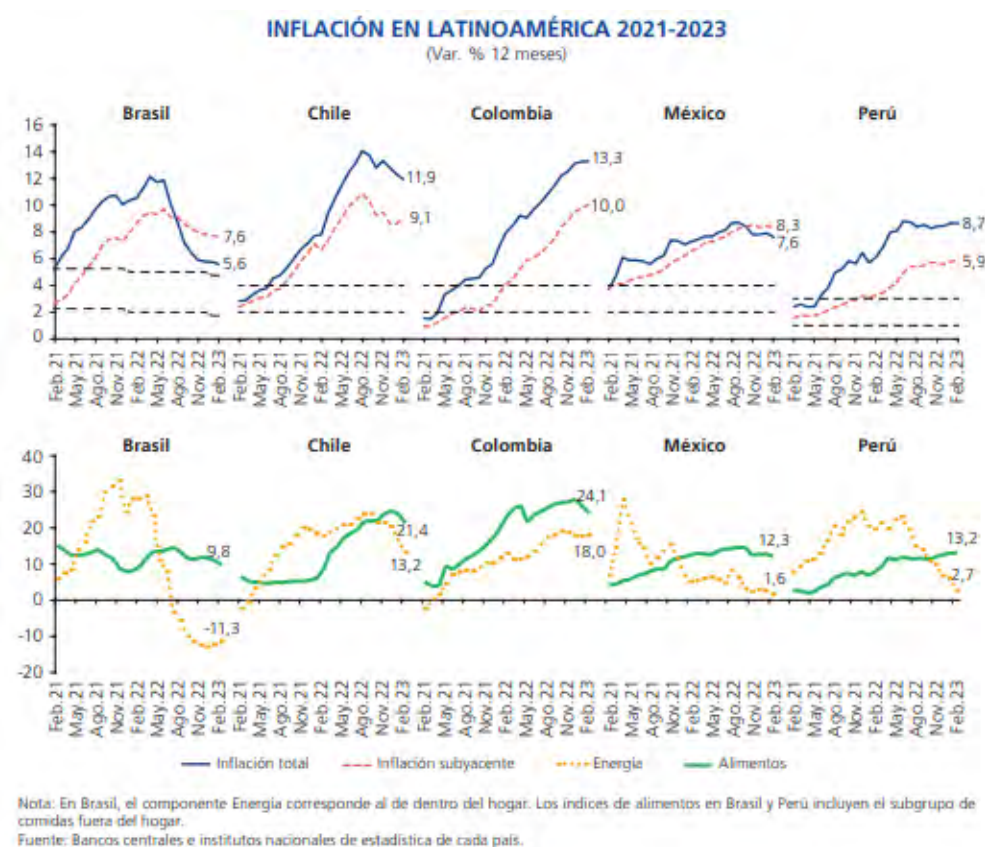


Nota: Banco central de la reserva del Perú (2023) Reporte de Inflación marzo 2023. Página 119.

La inflación en América Latina los últimos años, en especial el 2022, creció de manera agresiva como se puede apreciar en la anterior gráfica, por lo que los precios de las canastas básicas fueron sustanciales, pero en el 2023 la mayoría de economías se encuentra estabilizando esta inflación e incluso memorándola ya que el crecimiento del 2022 fue muy agresivo.

Existen países como es el caso de Colombia y Argentina que su inflación en el 2023 sigue creciendo, pero en menor medida que otros años, lo cual identifica la influencia de diversas economías, como la estadounidense o la china, con las que se tiene comercialización para la mejora de la inflación en los países emergentes.

Ilustración 5 Inflación en Latinoamérica 2021-2023



Nota: Banco central de la reserva del Perú (2023) Reporte de Inflación marzo 2023. Página 18.

Ilustración 6 Inflación en Perú



Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023. Página 68.

3.1.1.3. Influencia sobre el Perú

En los primeros meses de 2022 el Directorio del BCRP continuó con la normalización de la posición de política monetaria iniciada en agosto de 2021. Así, el Directorio del BCRP decidió elevar la tasa de interés de referencia de la política monetaria hasta 4,00 por ciento a marzo de 2022.

El crédito al sector privado se aceleró desde una tasa de expansión de 2,8 por ciento en septiembre de 2021 a una tasa interanual de 6,2 por ciento en enero de 2022. Tras un

importante incremento de la ratio de crédito respecto al PBI en 2020 y otra similar caída en 2021 debido a una fuerte recuperación de la actividad económica, en 2022 y 2023 se prevé que el crédito al sector privado modere su crecimiento a 4,5 y 5,5 por ciento, respectivamente.

La inflación interanual aumentó a 6,15 por ciento en febrero, desde 5,66 por ciento en noviembre, impulsada por el mayor precio de los alimentos con alto contenido importado, los combustibles; así como por la depreciación del sol. La inflación sin alimentos y energía aumentó de 2,91 a 3,26 por ciento en el mismo periodo, ubicándose por encima del rango meta.

Dado los recientes eventos de conflicto internacional, se ha elevado el sesgo al alza en la proyección de inflación. Los riesgos en la proyección consideran principalmente las siguientes contingencias: incremento en los precios internacionales de los alimentos y combustibles debido a los problemas de producción y abastecimiento; persistencia de la inflación a nivel mundial y su posible impacto sobre las expectativas de inflación y sobre el crecimiento económico mundial; un menor nivel de actividad local de no recuperarse la confianza empresarial y del consumidor y presiones al alza del tipo de cambio y mayor volatilidad en los mercados financieros por episodios de salidas de capitales en economías emergentes o aumento de la incertidumbre política.

3.1.1.4. Conclusiones relevantes del análisis de la situación mundial

- La inflación mundial por eventos como el COVID-19 y actualmente la deuda de EEUU ha impactado en el retraso de las importaciones de bienes para el cultivo, el cual sumado a las decisiones, gestiones y resultados políticos provocan inestabilidad económica y conflictos internos sociales.
- Debido a la inyección económica de las potencias económicas mundiales como Estados Unidos y de la misma forma a su aplicación en la economía local, han impactado en el aumento de la inflación lo cual conlleva a que el BCRP continúe aumentando la tasa de encaje y con ello desacelerando la inversión económica del país.

3.1.2. Situación del Perú respecto a los mercados internacionales y su influencia

La actividad de la manufactura no primaria aumentó 13,3 por ciento en el primer trimestre de 2023. Este incremento en la actividad se debió a la mayor producción de bienes de consumo masivo y de aquellos orientados a la inversión. Dentro de los primeros, destacaron las variaciones positivas de muebles, bebidas alcohólicas, panadería y productos farmacéuticos; mientras que, dentro de los segundos, destacó el crecimiento de la industria del hierro y el acero, productos metálicos, maquinaria y equipo y cemento. Y se proyecta seguir teniendo crecimientos en el 2023 y 2024 pero en menor medida.

La actividad del sector construcción aumentó 3,0 por ciento en 2022, debido principalmente a la autoconstrucción y a la continuación de obras públicas y privadas. Durante este año, el consumo interno de cemento, principal indicador de la actividad del sector.

Cabe destacar que en el primer trimestre del 2023 la actividad del sector se contrajo 11,7 por ciento, mostrando una desaceleración principalmente por una menor ejecución de obras públicas y menor consumo interno de cemento durante este periodo.

Tabla 4 PBI por sectores económicos

| PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales) | | | | | | | |
|--|-------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| | 2021 | 2022 | 2023* | | | 2024* | |
| | | | Enero | Ri Dic.22 | Ri Mar.23 | Ri Dic.22 | Ri Mar.23 |
| PBI primario | 6,4 | 0,6 | 1,2 | 6,3 | 5,1 | 2,8 | 3,0 |
| Agropecuaria | 4,6 | 4,3 | 1,9 | 2,4 | 2,2 | 2,7 | 2,7 |
| Pesca | 9,9 | -13,7 | 33,0 | 11,6 | 5,0 | 3,5 | 3,5 |
| Minería metálica | 10,5 | -0,2 | -3,6 | 8,6 | 7,0 | 2,8 | 3,1 |
| Hidrocarburos | -4,6 | 4,0 | -3,5 | 4,7 | 4,7 | 4,9 | 4,9 |
| Manufactura | 3,2 | -2,9 | 13,3 | 6,9 | 5,3 | 2,0 | 2,0 |
| PBI no primario | 15,7 | 3,2 | -1,8 | 2,0 | 1,9 | 3,1 | 3,1 |
| Manufactura | 25,2 | 2,3 | -3,3 | 2,0 | 1,0 | 3,0 | 3,0 |
| Electricidad y agua | 8,5 | 3,9 | 3,3 | 5,0 | 4,6 | 3,9 | 3,9 |
| Construcción | 34,9 | 3,0 | -11,7 | 1,3 | 1,0 | 3,2 | 3,2 |
| Comercio | 17,8 | 3,3 | 1,2 | 2,4 | 2,2 | 3,5 | 3,5 |
| Servicios | 11,9 | 3,4 | -1,2 | 2,0 | 2,1 | 2,9 | 2,9 |
| Producto Bruto Interno | 13,6 | 2,7 | -1,1 | 2,9 | 2,6 | 3,0 | 3,0 |

Nota: Banco central de la reserva del Perú (2023) Reporte de Inflación marzo 2023. Página 48.

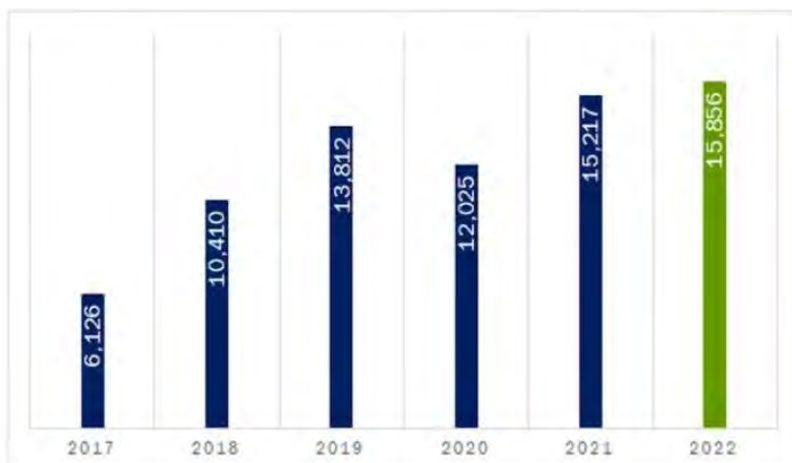
3.1.3. Situación interna del Perú y su proyección a lo largo del plazo

3.1.3.1. Política

Pese a la crisis política generada en los últimos años por los innumerables cambios de presidentes y el enfrentamiento entre los poderes Ejecutivo y Legislativo, las expectativas del sector inmobiliario aún permanecen altas por la alta necesidad de vivienda que tiene el país y en especial Lima metropolitana.

El año 2021 fue mucho más auspicioso y se asumieron varios retos para aumentar las ventas, pese a la inestabilidad política que se avecinaba por el proceso electoral. El 2020 se especuló un mejor desempeño, con un buen cierre y un incremento del 7% estimado, según ASEI, en el 2022 se incrementó en un 4% lo que hace atractiva la oferta para el año 2023.

Ilustración 7 Cantidad de ventas Inmobiliarias por años

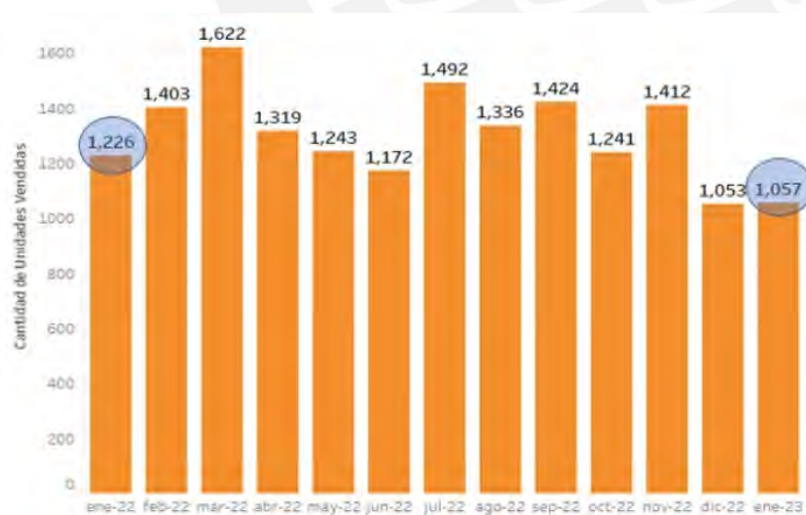


Nota: El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022. (<https://elcomercio.pe/economia/asei-sector-inmobiliario-crecio-4-en-2022-noticia/>)

3.1.3.2. Económica

Para el 2023 se estima que la actividad del sector construcción aumente ligeramente ya que cada vez la necesidad de vivienda crece aún más, pero la economía del país esta debilitada, por lo cual el crecimiento no será en gran magnitud, pero si existirá un aumento ligero. Para enero del 2023 la cantidad de unidades vendidas se mantiene dentro de la media, lo cual es un buen indicador de inicio del 2023.

Ilustración 8 Unidades de viviendas vendidas por cada mes



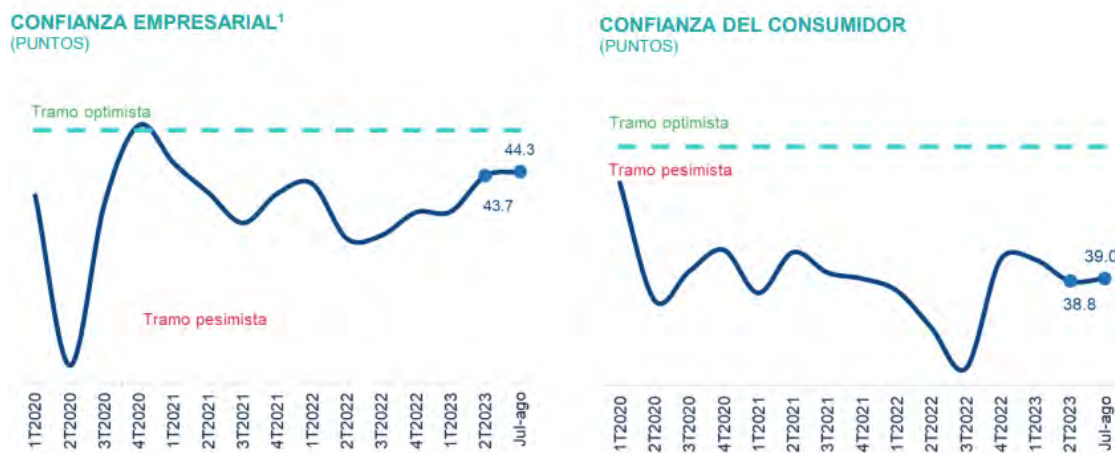
Nota: El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022. (<https://elcomercio.pe/economia/asei-sector-inmobiliario-crecio-4-en-2022-noticia/>)

3.1.3.3. Empresarial

Para poder evaluar el comportamiento empresarial es vital también evaluar la confianza de los consumidores que se tienen tanto desde el punto de vista del consumidor como del empresarial. Un estudio realizado por el banco BBVA en octubre del 2023 como se puede ver en la siguiente gráfica, se aprecia que la confianza se mantiene en el tercer trimestre del año 2023 (No muestra mayores mejoras). La proyección dependerá mucho de la estabilidad del país.

Estos niveles de confianza actualmente se acercan más al extremo optimista en el Perú, pero continúan por debajo de los 50 puntos que correspondería al tramo optimista. La confianza por el lado del consumidor muestra una puntuación de 39.0 para julio y agosto mientras que la confianza empresarial tiene un mejor panorama con 44.3. Según menciona la misma fuente la variación de inversión y consumo ha disminuido traduciéndose en una mayor estabilidad dentro de las empresas del Perú.

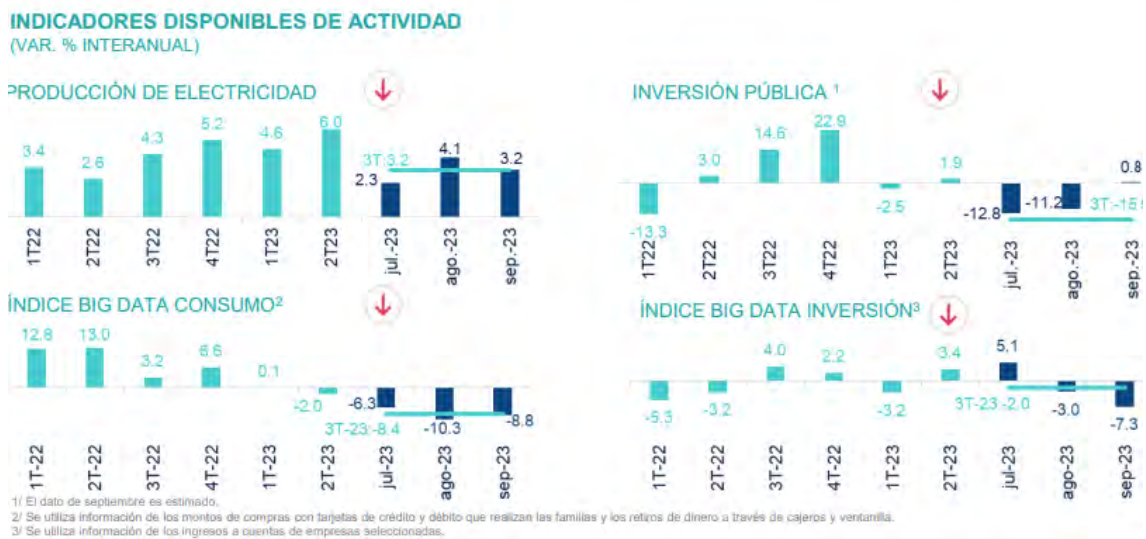
Ilustración 9 Niveles de confianza del consumidor y empresarial



Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023. Página 21.

Así mismo los indicadores disponibles señalan, en el balance, que la actividad en el tercer trimestre del 2023 se mantuvo débil como se puede ver en la siguiente imagen.

Ilustración 10 Índice de consumo y de inversión



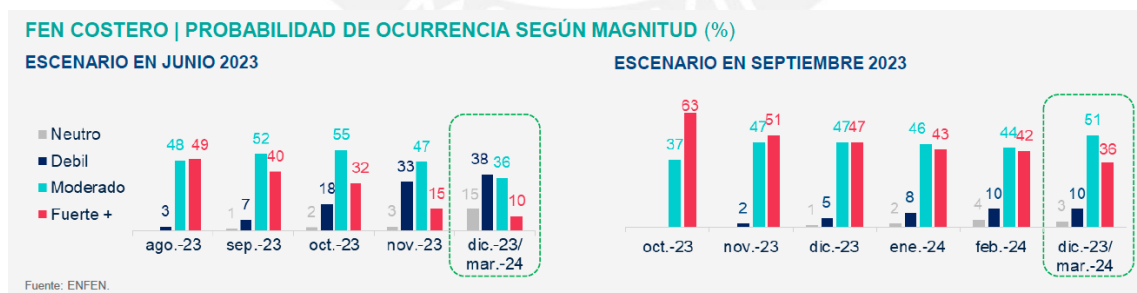
Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023. Página 20.

3.1.3.4. Condiciones climatológicas

Es importante considerar las condiciones climatológicas que puedan generar afectaciones en diferentes actividades económicas en el país.

Según el instituto geofísico del Perú se pronostica el fenómeno del niño, patrón climático natural asociado al calentamiento de las temperaturas superficiales del océano Pacífico tropical central y oriental, entre finales de 2023 a inicios de 2024 (entre seis meses a nueve meses) en el país con magnitudes predominantemente moderadas como se puede ver en la siguiente imagen.

Ilustración 11 Probabilidad de ocurrencia según magnitud



Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023. Página 33.

Según el estudio realizado por el Banco BBVA con información obtenida por el instituto geofísico del Perú los principales impactos a nivel sectorial que va a contar el país serían los siguiente:

Ilustración 12 Distribución del PIB



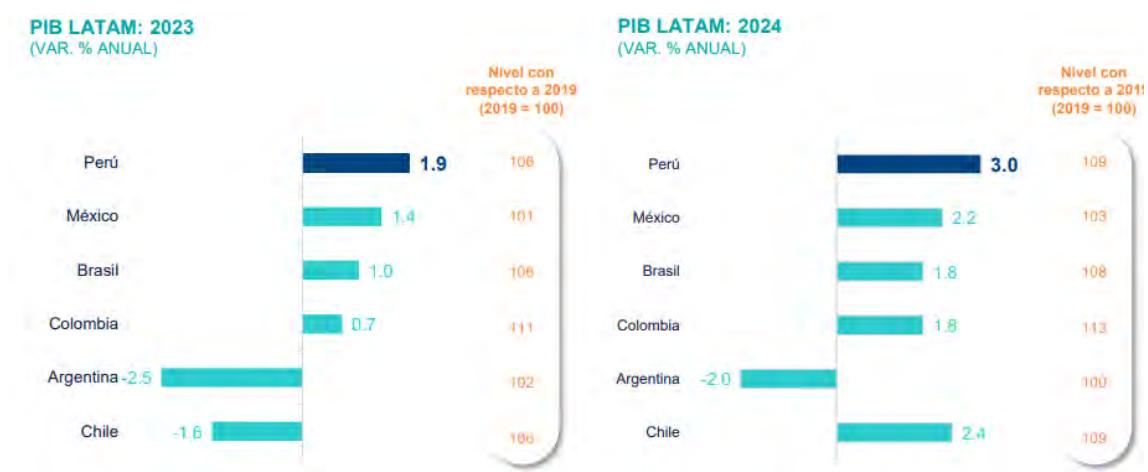
Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023. Página 34.

3.1.3.5. Ciclo económico actual en el país

La tendencia del ciclo económico del Perú tiene relación directa con la mundial todo ello dado desde el 2020 por la pandemia del COVID y lo que causó la económica nacional. Por ello las previsiones del crecimiento del Perú para los años 2023 y 2024 son alentadoras al compararlas con los demás países del continente, ya que el Perú se estima los mejores crecimientos en el presente año (2023) y en el año 2024.

Además, en el 2022 el Perú obtuvo un crecimiento positivo a comparación de muchos de los países del continente que aún no logran revertir estos indicadores, además, la moneda nacional es una de las más estables dentro de América latina, ello debido a las diferentes reactivaciones agresivas de los grupos económicos.

Ilustración 13 Variación de PBI anuales



Nota: BBVA Research (2023). Situación Perú, marzo 2023. Página 54.

3.1.3.6. Conclusiones relevantes del análisis de la situación del Perú

- La situación actual del Perú es una de las más estables de Latino América, por lo que se tiene confianza que dentro del sector inmobiliario los indicadores como la cantidad de ventas y la manufactura dentro del país sigan mejorando durante el 2023 y 2024.
- Perú es uno de los países con el desarrollo inmobiliario en el continente y su nivel de PBI es uno de los más estables por ello actualmente la inversión dentro de este negocio es uno de los más atractivos para el empresariado.
- Las constructoras deberán de considerar dentro de su análisis de riesgos la afectación de las condiciones climatológicas que están pronosticadas, fenómeno del niño, dado que esto puede perjudicar directamente en la logística de obtención de materiales y mano de obra.

3.2. Microentorno

3.2.1. Investigación del Mercado inmobiliario

Debido a los factores externos antes mencionados en el análisis del macroentorno este año 2023 se posicionó como un año desafiante para el sector inmobiliario, los cuales han influido en el alza de los precios de las viviendas en Lima Metropolitana a comparación de los años anteriores.

Este hecho ha repercutido en la toma de decisión de los usuarios finales sobre la comprar o rentar de una vivienda, así como en la inversión de los promotores inmobiliarios. Es por ello, que analizaremos estos dos mercados inmobiliarios.

3.2.1.1. Venta

Según el estudio realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) en los meses de marzo de 2022 a marzo de 2023 sobre el sector inmobiliario se puso en manifiesto el incremento de 6.75% en el precio de la vivienda en comparación al año 2022 del periodo de enero en Lima Metropolitana (Revista el Peruano, 2023, Sube precios de vivienda en Lima Metropolitana, <https://www.elperuano.pe/noticia/206969-sube-precio-de-viviendas-en-lima-metropolitana>).

La zona más afectada en la variación de alza de los precios de vivienda es Lima centro con un 34.5% en contraste con Lima Top con un porcentaje de 3.7% seguido de Lima Moderna con 0.5% y Lima Sur con un 0.3%, cifras reportadas en el Analytics Inmobiliario realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 5 Incremento de precios de viviendas - Lima Metropolitana

INCREMENTO DE PRECIO DE VIVIENDAS

5-Mar-23

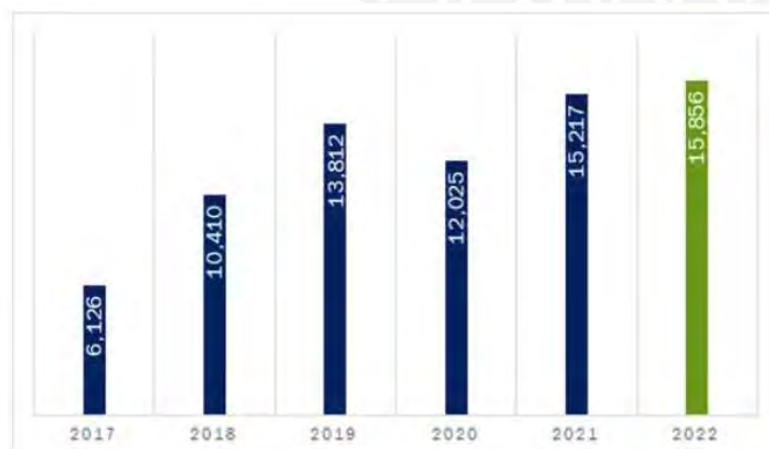
| Zonas | Ene-23 | Ene-22 | Incremento |
|--------------|---------------------------|----------|------------|
| | Precio por m ² | | % |
| Lima Top | 8,413.00 | 8,110.00 | 3.7% |
| Lima Moderna | 6,741.00 | 6,706.00 | 0.5% |
| Lima Centro | 5,952.00 | 4,425.00 | 34.5% |
| Lima Sur | 5,315.00 | 5,300.00 | 0.3% |

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos en el informe del ASEI. (Revista el Peruano, 2023, Sube precios de vivienda en Lima Metropolitana, <https://www.elperuano.pe/noticia/206969-sube-precio-de-viviendas-en-lima-metropolitana>).

A pesar de esta situación la demanda por la compra de una vivienda ha incrementado a comparación del año anterior esto se puede ver reflejado en las ventas de los inmuebles. Según el informe de coyuntura inmobiliaria del 4° trimestre de 2022 desarrollado por Tinsa “las unidades vendidas en este periodo representa una disminución del 5.67% respecto del periodo inmediato anterior y un aumento del 2.87% vendidas en el 4to trimestre del año anterior (2021)” (Tinsa, 4to Trimestre del 2022, Informe de coyuntura inmobiliaria 2022, Lima Metropolitana y Callao).

Como se puede ver en el siguiente gráfico realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) a partir del año 2021 se puede apreciar una reactivación en las ventas anuales pasando de 12,025 en el año 2020 a 15,217 para el año 2021. Al término del año 2022 se cerró con unas ventas de 15,856, por lo cual se estimaba una proyección de ventas similar o mayor para el año 2023.

Ilustración 14 Ventas anuales en el periodo del 2017 al 2022

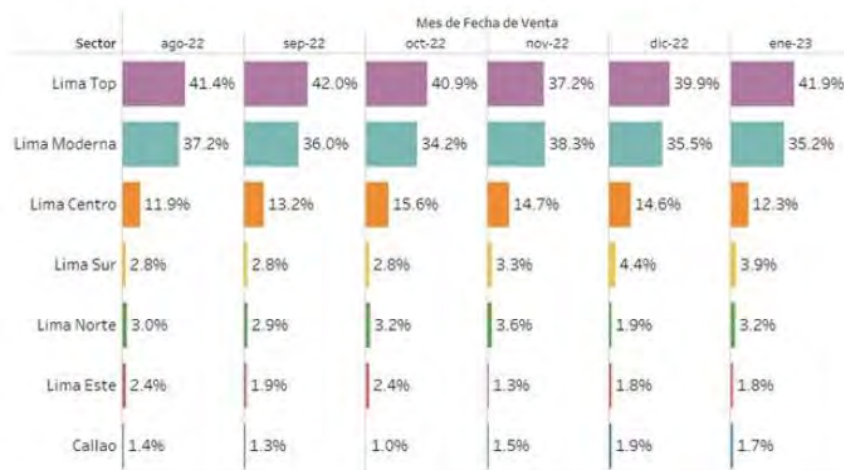


ASEI ASOCIACIÓN DE EMPRESAS INMOBILIARIAS DEL PERÚ

Nota: El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022. (<https://elcomercio.pe/economia/asei-sector-inmobiliario-crecio-4-en-2022-noticia/>)

Siendo Lima Top la zona que prevalece desde agosto del año 2022 hasta enero del 2023 como la zona con mayor número de ventas. Como se puede apreciar en la siguiente tabla elaborada por el mismo gremio Lima Top destaca por obtener un porcentaje promedio de 40.6% sobre el total de las ventas seguido de Lima Moderna con un promedio de 36.1%.

Tabla 6 Mes de fecha de venta del periodo agosto 22 a enero 23



ASEI ASOCIACIÓN DE EMPRESAS INMOBILIARIAS DEL PERÚ

Nota: El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022. (<https://elcomercio.pe/economia/asei-sector-inmobiliario-crecio-4-en-2022-noticia/>)

El informe de coyuntura inmobiliaria del 4° trimestre de 2022 desarrollado por Tinsa deja al descubierto que los distritos con mayor número de oferta inmobiliaria en Lima Top están compuestos por Miraflores, Santiago de Surco, San Isidro respectivamente y en Lima Moderna por Jesús María, Lince, San Miguel y Magdalena del Mar como se puede visualizar en la siguiente tabla adjunta.

Tabla 7 Unidades disponibles y vendidas por distrito



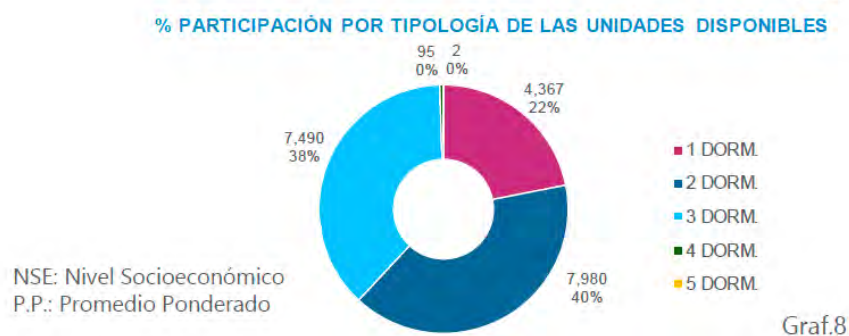
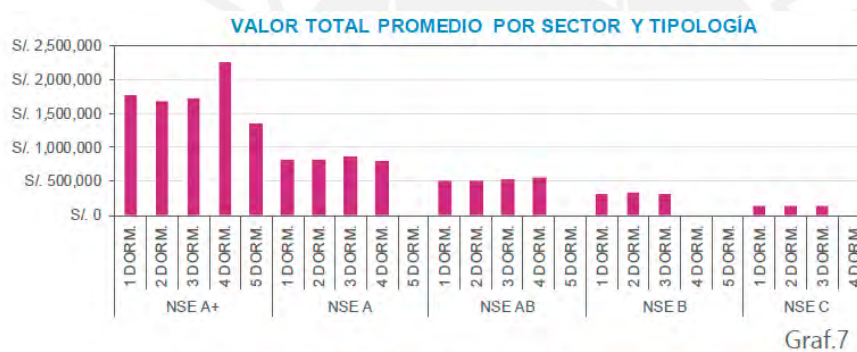
Nota: Tinsa, 4to Trimestre del 2022, Informe de coyuntura inmobiliaria 2022, Lima Metropolitana y Callao, Página 29.

Otro punto importante a tomar en consideración es cambio en el comportamiento del consumidor de Lima Metropolitana y Callao debido a la creciente demanda por las unidades inmobiliarias de metraje menores a los 60m².

Según el Analytics Inmobiliario realizado por la Asociación de empresas inmobiliarias del Perú (ASEI) realizado en el año 2023 donde analizaron los periodos de los años 2007 a 2022 las viviendas con áreas menores a los 60m² tuvieron una variación porcentual de 21% a 34%, las viviendas entre 60m² a 100m² en contraposición sufrió una reducción de 61% a 57% al igual que las viviendas mayores a los 100m² que tuvo una reducción de 8 puntos porcentuales.

Como se puede ver en la siguiente tabla de las unidades inmobiliarias vendidas en el 4to trimestre del 2022 predominan las de dos dormitorios en un 40%, seguido de tres dormitorios con un 38% y con un 22% de un dormitorio. Así mismo, se puede observar que solo los niveles socioeconómicos A presentan unidades inmobiliarias de cinco a cuatro dormitorios.

Tabla 8 Valor promedio por sector y tipología

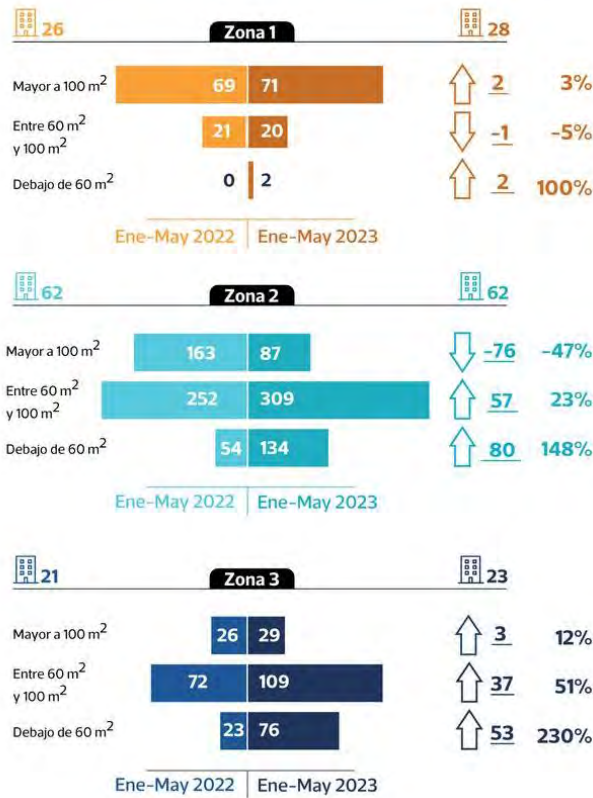


Nota: Tinsa, 4to Trimestre del 2022, Informe de coyuntura inmobiliaria 2022, Lima Metropolitana y Callao, Página 22.

Según la revista Gestión existe una creciente demanda en Lima Top de departamentos de menor metraje “Según el último reporte de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI), las ventas de los departamentos de entre 40 m² y 60 m² en la zona céntrica de Miraflores (desde la Av. Comandante Espinar hasta la Av. República de Panamá) y la zona que colinda con Surquillo (Vía Expresa, Av. Andrés Avelino Cáceres, Av. Tomás Marsano) crecieron 148% y 230%, respectivamente.” (Gestión, 2023, Se triplican ventas de departamentos menores a 60m² en límite de Miraflores con Surquillo).

En el mismo artículo mencionan las siguientes preferencias de los consumidores según su zona de ubicación, en las zonas céntricas de Miraflores las áreas con mayor de manda van entre 60m² a 100m² y en las zonas más cercanas a la costa verde se concentran en áreas desde 100m² como se puede ver en la siguiente imagen.

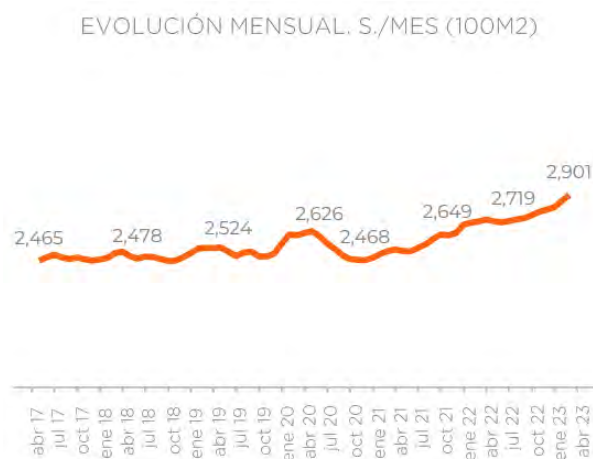
Ilustración 15 Evolución de las ventas según metraje y zonas en Miraflores



Nota: Gestión, 2023, Se triplican ventas de departamentos menores a 60m² en límite de Miraflores con Surquillo (<https://gestion.pe/economia/inmobiliario-miraflores-se-triplican-las-ventas-de-departamentos-menores-a-60-m2-noticia/?ref=gesr>)

3.2.1.2. Renta

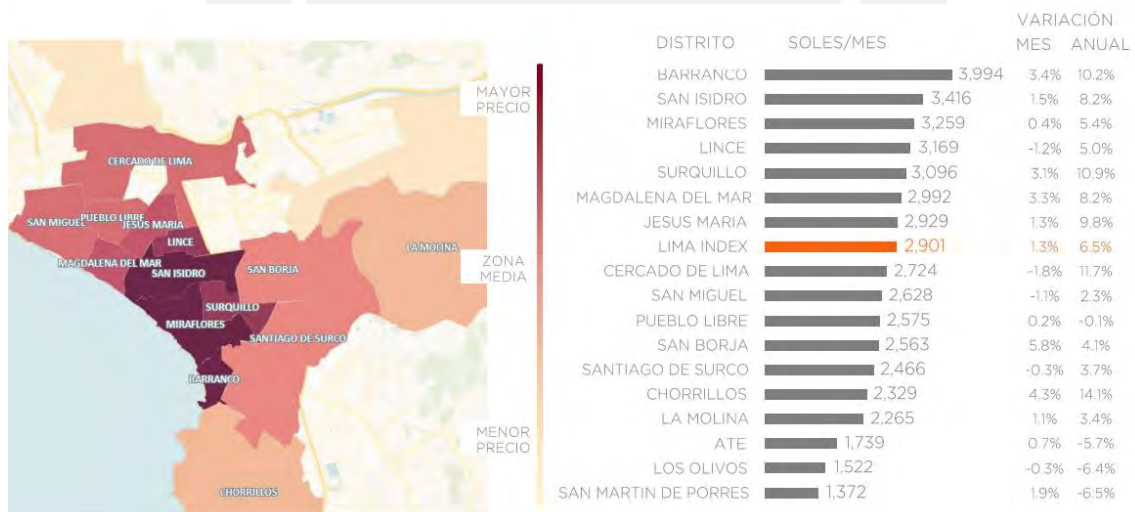
De acuerdo al informe de mercado Lima en marzo de 2023 realizado por Urbania los precios promedio de alquileres en Lima metropolitana partir del periodo de la pandemia el mercado de renta ha sufrido un incremento significativo como se puede ver en el siguiente gráfico.

Ilustración 16 Evolución mensual del precio promedio de renta

Nota: Urbania, Marzo de 2023, Informe de mercado Lima, Página 13

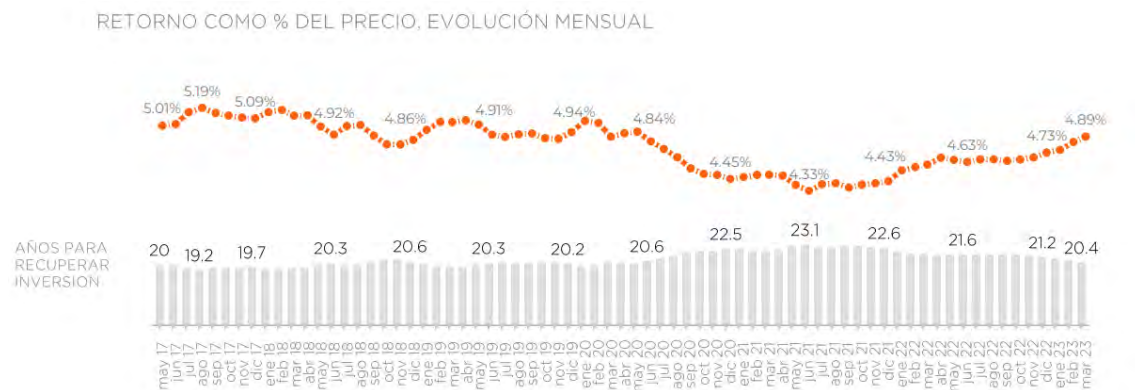
En abril de 2023 representan un incremento de 9.5% respecto al año anterior, respecto a dos años posteriores representa un aumento de 17.5%.

Los principales distritos que han visto afectados por el incremento de los precios anuales están compuestos por Lima Sur con los distritos de Chorrillos con 14.1%, seguido de Lima Moderna con Surquillo con 10.9%, la siguiente zona que continua la lista es Lima Top con el distrito de Barranco con 10.2%, seguido de San Isidro con 8.2% continua Miraflores con 5.4%.

Ilustración 17 Variación de precio de renta

Nota: Urbania, Marzo de 2023, Informe de mercado Lima, Página 14.

Un factor importante a considerar en el mercado de renta es el retorno bruto anual, en el mismo informe desarrollado por Urbania se puso en manifiesto el incremento de la relación alquiler anual sobre precio ubicándose en un 4.89% para marzo de 2023 con 20.4 años de recuperación sobre 4.63% con 21.6 años de recuperación respecto al año anterior.

Ilustración 18 Retorno bruto anual de alquiler

Nota: Urbana, Marzo de 2023, Informe de mercado Lima, Página 19.

De acuerdo al estudio presentado por el portal inmobiliario Babilonia sobre la demanda, el interés y las proyecciones en el sector inmobiliario en abril de 2023 para algunos medios de comunicación dejó al descubierto la gran demanda e interés que hay en el mercado de la renta.

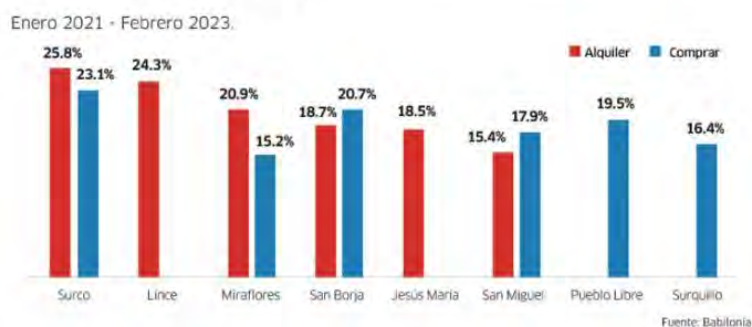
Según la revista El Peruano el gerente general, Boris Osterling, del portal inmobiliario menciona una inclinación importante de las personas hacia el alquiler de una vivienda sobre la adquisición. Debido a los factores externos antes mencionados en el análisis de macroentorno esta opción es bastante atractiva por lo que les permite acceder a una vivienda sin la necesidad de endeudarse con un crédito hipotecario por varios años, además les brinda la flexibilidad de poder arrendar mensual o anual dependiendo de su situación económica en un ambiente de incertidumbre.

En su portal inmobiliario se registran una cantidad de búsquedas mensuales de 77.9% para alquiler sobre la compra de una vivienda con un 22.1%.

Como se puede ver en el siguiente gráfico la mayor demanda se encuentra el distrito de Santiago de Surco con un 25.8% seguido de Lince con un 24.3% continúa Miraflores con un 20.9%. Boris Osterling puntualiza que esta tendencia de crecimiento se observa desde el año 2018 y se ha ido acentuando aún más a partir del año 2020.

Ilustración 19 Demanda del mercado inmobiliario 21-23

DISTRITOS EN LIMA DONDE SE DESEAN COMPRAR O ALQUILAR INMUEBLES



Nota: Revista El Peruano, 24 de Abril de 2023, Digitalización en el sector inmobiliario: Los nuevos métodos para buscar vivienda. <https://elperuano.pe/noticia/210902-digitalizacion-en-el-sector-inmobiliario-los-nuevos-metodos-para-buscar-vivienda>

3.2.2. Autoridades municipales y su influencia

Las nuevas alcaldías asumidas en el presente año (2023) han realizado cambios en los marcos normativos y/o disposiciones vinculadas a los parámetros de edificación que regulan la construcción de nuevos proyectos inmobiliarios. En el caso de Lima Top y Lima Moderna los cambios han afectado a la densidad edificatoria del suelo urbano, debido a que están relacionados a restringir mayores alturas o limitar áreas mínimas de los departamentos.

Francis Allison, alcalde del distrito de Magdalena del Mar el pasado enero del 2023 anuncio en una conferencia de prensa que suspenderá la otorgación de licencias de edificación por un periodo de seis meses. Además, de revisar las licencias emitidas en la gestión de alcaldía anterior para verificar el cumplimiento solo de las ordenanzas y normas descritas en la Municipalidad provincial y distrital, y no del Ministerio de vivienda.

Esto debido a que el Ministerio de vivienda emitió normas y decretos supremos (N.º 010-2018 y N.º 002-2020) para incentivar la vivienda social que han permitido a los promotores inmobiliarios a edificar proyectos de mayor densidad.

Carlos Bruce, alcalde del distrito de Santiago de Surco el pasado 27 de enero del 2023 derogó la ordenanza N°595 de promoción de la construcción de edificios sostenibles y creación de espacios públicos en áreas privadas conjuntamente con la ordenanza N°599 que aprobaba el reglamento de parámetros urbanísticos y edificatorios para un sector del distrito. Así mismo, realizó la suspensión hasta la fecha (abril del 2023) de 12 licencias de edificación por uso de dichas las ordenanzas.

Estas ordenanzas fueron creadas en la gestión anterior con la finalidad de disminuir la contaminación ambiental y embellecer los espacios libres de propiedad privada para que estos puedan incluso tener un uso público, buscando maximizar la eficiencia del uso de los recursos (agua y energía) y materiales en la construcción y mantenimiento de los proyectos inmobiliarios. Para la promoción de dichas ordenanzas la municipalidad otorgaba incentivos

y/o beneficios como el incremento de altura y/o la disminución de las áreas de los departamentos a los desarrolladores inmobiliarios.

Bajo este contexto, la decisión de inversión de los promotores inmobiliarios se va dando en su mayoría en nuevos distritos que le otorguen una mayor rentabilidad a pesar de la demanda actual en aquellos distritos.

3.2.3. Beneficios del distrito de Miraflores para la construcción

Como se ha visto en el desarrollo del capítulo Lima top representa una zona de potencial inversión inmobiliaria, debido al bajo incremento del precio del suelo urbano referente al año anterior a comparación de otras zonas. Dentro de esta zona Miraflores es el distrito que representa el mayor número de ventas y dentro de los tres primeros distritos en cierre de renta, debido a la alta demanda que existe actualmente. Por lo cual, representa un distrito atractivo el desarrollo de un proyecto inmobiliario.

Miraflores es conocido por su céntrica ubicación y su cercanía con el océano pacífico. Este distrito ha crecido paulatinamente a través del desarrollo de grandes proyectos inmobiliarios e infraestructura pública. Convirtiéndose en uno de los distritos más turísticos de la ciudad.

En el año 2019 el alcalde Luis Molina (Gestión anterior) publicó la Ordenanza N°510/MM, ordenanza que establece, regula y promueve condiciones para edificaciones sostenibles en el distrito, con la finalidad fomentar la construcción de edificaciones que tengan una adecuada gestión de los recursos naturales fomentando la eficiencia energética e hídrica. De esta manera elevar el nivel de la calidad de vida de la población con estándares de sostenibilidad debidamente certificados.

Para la promoción de la ordenanza, la municipalidad otorga los siguientes incentivos y/o beneficios a los promotores inmobiliarios: hasta el 25% de incremento de área techada, la reducción del área mínima de unidad de vivienda de hasta un 25% y la reducción del número de estacionamientos dependiendo de la ubicación y/o tipo del proyecto. Para ello, los proyectos que se desean acogerse a los beneficios establecidos en la Ordenanza deberán contar con los siguientes requerimientos mínimos dictados en la siguiente tabla según el tipo de certificación.

Tabla 9 Beneficios Ord N°510/MM

| TIPO DE INCENTIVO | REQUERIMIENTOS MÍNIMOS | BENEFICIOS | | | |
|-------------------|---|--|---|--|--|
| | | Incremento de área techada por construcción sostenible (1) | Incremento de área techada por uso público (2) | Reducción de área mínima por unidad de vivienda (3) | Reducción del número mínimo de estacionamientos (3) |
| CEPRES Tipo A | Certificado BREEAM o Certificado LEED | 25% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área de retiros frontales de 3 ml y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 25 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | 25% del número mínimo de estac. según zonificación, que serán reemplazados por igual número de estac. para bicicletas. En caso de vivienda, el número de estac. resultante no debe ser menor a 1 estacionamiento por vivienda NO EXIGIBLE ESTACION. DE VISITA |
| | Código Técnico de Construcción Sostenible | | | | |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| | Techo verde | | | | |
| CEPRES Tipo B | Certificado EDGE | 15% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área de retiros frontales de 3 ml y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 15 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | — |
| | Código Técnico de Construcción Sostenible | | | | |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| | Techo verde | | | | |
| CEPRES Tipo C | Código Técnico de Construcción Sostenible | 10% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área del retiro mínimo normativo de 3 y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 10 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | — |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| | Techo verde | | | | |

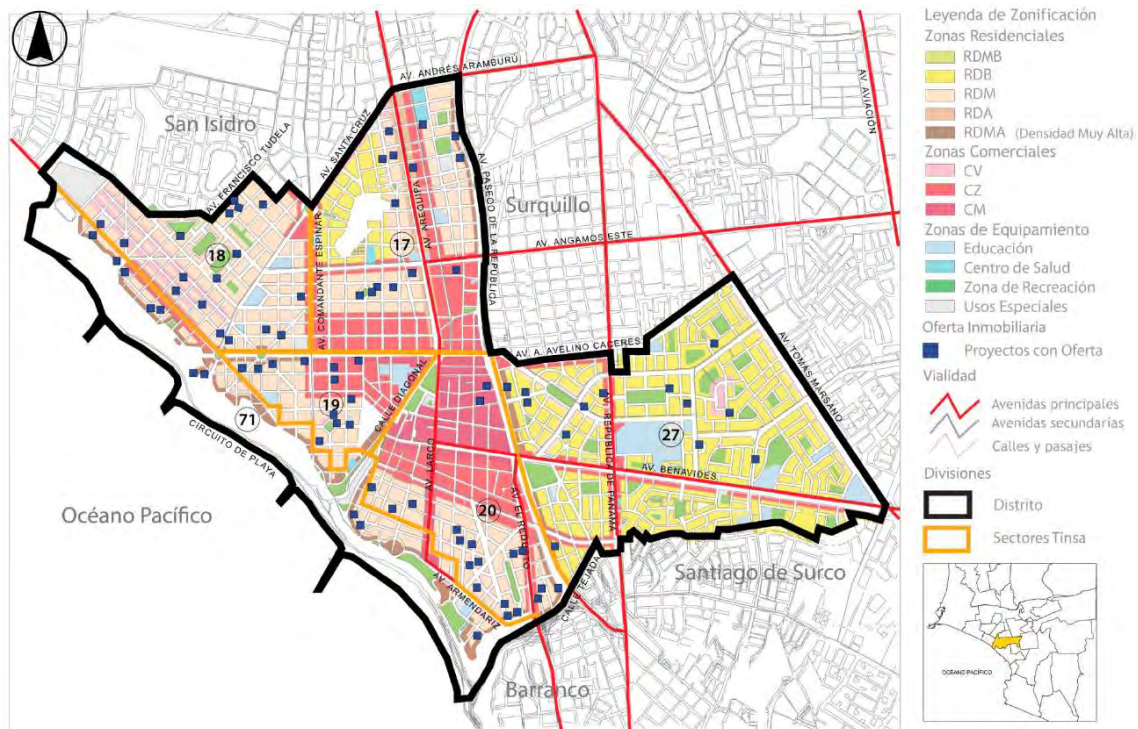
Nota: Municipalidad de Miraflores, 2019, Ordenanza que establece, regula y promueve condiciones para edificaciones sostenibles en el distrito de Miraflores. Página 6.

Sin duda este distrito cuenta con buenas condiciones normativas para optimizar la inversión de un proyecto inmobiliario considerando la alta demanda por unidades inmobiliarias pequeñas antes mencionadas.

3.2.4. Análisis de la competencia

El distrito de Miraflores limita al norte con el distrito de San Isidro, al este Surquillo y Santiago de Surco, al Sur con Barranco y al Oeste con el océano pacífico. El distrito se divide en seis sectores como se puede ver en el plano a continuación.

Ilustración 20 Plano de zonificación, Miraflores



Nota: Municipalidad de Miraflores, 2023, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/licencia-de-edificacion/parametros/>

El sector elegido es el N°19, zona céntrica del distrito de Miraflores, cuenta con salida con el océano pacífico, zonificación en su mayoría residencial de densidad media y con variedad de equipamiento comercial, recreacional y salud.

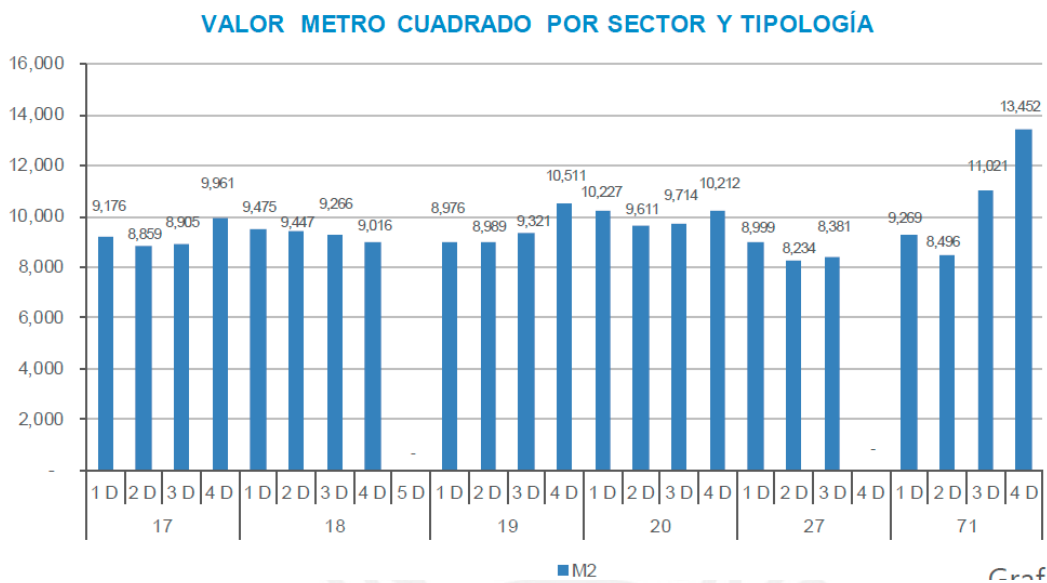
3.2.4.1. Estudio de Mercado competidores directos

Para la realización del estudio de mercado se realizó una identificación de los proyectos que se encontraban en venta y renta en etapa de planos, construcción y terminados en el sector elegido para poder analizar la oferta en la zona. De esta manera poder tener un estudio de mercado idóneo para la determinación de nuestro proyecto a desarrollar.

3.2.4.2. Venta

De acuerdo al informe de coyuntura inmobiliaria 2022 realizado por Tinsa hasta el 4to trimestre del año pasado sobre el precio de los inmuebles del distrito de Miraflores se pudo apreciar que el sector elegido (No. 19) tienen un precio promedio porm2 de \$2,421.60 como se puede ver en el siguiente gráfico adjunto.

Ilustración 21 Valor del m2 por sector en Miraflores

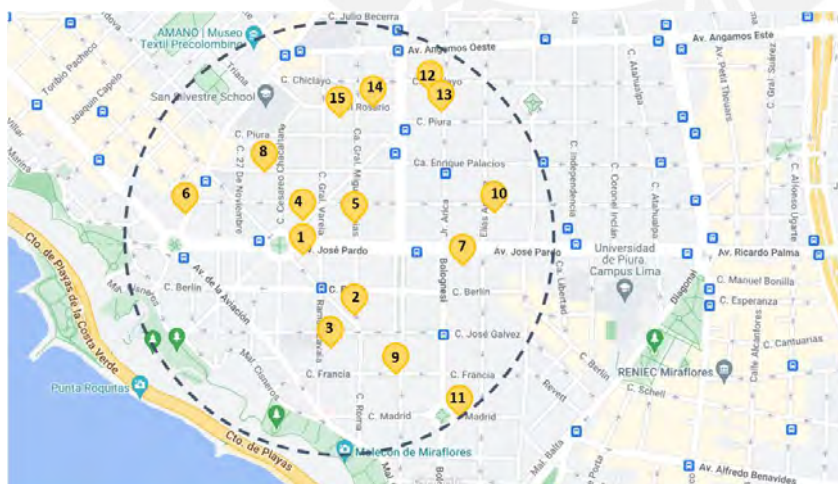


Nota: Tinsa, 4to Trimestre del 2022, Informe de coyuntura inmobiliaria 2022, Lima Metropolitana y Callao. Página 209.

Realizamos una identificación de 15 proyectos inmobiliarios de diferentes escalas y envergaduras en el sector elegido en el presente año (2023) para determinar el precio promedio actual de las unidades inmobiliarias, la investigación realizada reflejo un precio por m2 de \$2,300.42. La variación de precio entre los diferentes proyectos depende de la ubicación en la cual se encuentren, ya que este factor determina la densificación del suelo urbano en altura y/o metro cuadro de las unidades inmobiliarias.






Los proyectos identificados cuentan con áreas promedios desde 71.25m2 de un dormitorio con un precio por m2 de \$2,307.33 hasta 144.10m2 de dos o tres dormitorios con un precio por m2 de \$2,139.06 y cuentan con una velocidad de venta de optima de 3.31.









Ilustración 22 Identificación de la competencia en mapa



Nota: Elaboración propia

Ilustración 23 Análisis de la competencia

| PROYECTO | PROMOTOR | ENTREGA | | ARACTERÍSTICA | | | VELOCIDAD DE VENTA | | | PRECIO PROMEDIO | | | | |
|----------|--|---------|--------------|---------------|-------|----------------|--------------------|--------------------|---------------------|-----------------|-----------|--------|-----------|--------------------|
| | | TERMINO | ETAPA | PISOS | DPTOS | DPTOS VENDIDOS | STOCK | MESES TRASCURRIDOS | VELOCIDAD DE VENTAS | A.MIN | | A.MAX | | PRECIO M2 PROMEDIO |
| | | | | | | | | | | M2 | PRECIO M2 | M2 | PRECIO M2 | |
| 1 |  Abrial Inmobiliario | Dic-23 | Construcción | 23 | 125 | 76 | 49 | 18.70 | 4.06 | 61.00 | 2,218.96 | 115.00 | 2,187.16 | 2,203.06 |
| 2 |  Galeon | Feb-24 | Construcción | 8 | 25 | 15 | 10 | 6.30 | 2.38 | 86.00 | 2,418.59 | 152.00 | 2,118.86 | 2,268.73 |
| 3 |  Diegal Inmobiliaria | Jun-24 | Planos | 10 | 25 | 0 | 25 | 2.27 | - | 77.37 | 2,469.72 | 143.68 | 2,396.69 | 2,433.21 |
| 4 |  XyZ Inmobiliaria | Nov-22 | Terminado | 7 | 30 | 25 | 5 | 24.63 | 1.01 | 106.00 | 2,201.89 | 239.00 | 2,361.92 | 2,281.91 |
| 5 |  Capac Asociados | Dic-24 | Planos | 10 | 80 | 12 | 68 | 3.40 | 3.53 | 66.75 | 2,181.89 | 146.25 | 1,281.61 | 1,731.75 |
| 6 |  C&V Grupo Inmobiliario | Dic-23 | Construcción | 10 | 130 | 50 | 80 | 18.70 | 2.67 | 60 | 2,666.67 | 109.86 | 2,048.06 | 2,357.36 |
| 7 |  V&V Grupo Inmobiliario | Mar-25 | Planos | 21 | 174 | 103 | 71 | 5.57 | 18.50 | 34.32 | 3,212.60 | 66.92 | 2,862.20 | 3,037.40 |

| PROYECTO | PROMOTOR | ENTREGA | | ARACTERÍSTICA | | VELOCIDAD DE VENTA | | | | PRECIO PROMEDIO | | | | | | |
|---|---|------------------------------|--------|---------------|-------|--------------------|-------|--------------------|---------------------|-----------------|-----------|----------|-----------|--------------------|----------|----------|
| | | TERMINO | ETAPA | PISOS | DPTOS | DPTOS VENDIDOS | STOCK | MESES TRASCURRIDOS | VELOCIDAD DE VENTAS | A-MIN | | A-MAX | | PRECIO M2 PROMEDIO | | |
| | | | | | | | | | | M2 | PRECIO M2 | M2 | PRECIO M2 | | | |
| 8 |  | Cantabria | Mar-24 | Construcción | 9 | 63 | 17 | 46 | 10.50 | 1.62 | 61.22 | 2,358.46 | 123.86 | 1,818.02 | 2,088.24 | |
| 9 |  | Aurora Grupo Inmobiliario | Dic-21 | Terminado | 7 | 42 | 41 | 1 | 34.77 | 1.18 | - | - | 126.00 | 2,316.67 | 2,316.67 | |
| 10 |  | MC Inversiones Inmobiliarias | May-24 | Construcción | 11 | 30 | 10 | 20 | 4.33 | 2.31 | 74.00 | 2,100.00 | 114.00 | 2,075.00 | 2,087.50 | |
| 11 |  | Qolono Inmobiliaria | Oct-23 | Construcción | 9 | 36 | 27 | 9 | 10.40 | 2.60 | 72.11 | 3,362.92 | 189.84 | 2,317.74 | 2,840.33 | |
| 12 |  | Capac Asociados | Mar-23 | Construcción | 8 | 20 | 13 | 7 | 15.47 | 0.84 | 109.36 | 2,412.64 | 131.94 | 2,159.10 | 2,285.87 | |
| 13 |  | Inversiones Morraspi SAC | Ene-24 | Construcción | 7 | 14 | 10 | 4 | 3.20 | 3.13 | 121.00 | 1,834.71 | 213.00 | 1,596.24 | 1,715.48 | |
| 14 |  | STELLA INMOBILIARIA | Ago-24 | Planos | 8 | 18 | 2 | 16 | 1.27 | 1.58 | 78.38 | 2,577.19 | 142.03 | 2,527.64 | 2,552.41 | |
| 15 |  | Sembra Inmobiliaria | Dic-24 | Planos | 10 | 21 | 10 | 11 | 2.37 | 4.23 | 61.3 | 2,593.80 | 148.1 | 2,018.91 | 2,306.35 | |
| PRECIOS PROMEDIO X M2 AREAS PROMEDIO VELOCIDAD DE VENTAS PROMEDIO | | | | | | | | | | | 3.31 | 71.25 | 2,307.33 | 144.10 | 2,139.06 | 2,300.42 |

Nota: Elaboración propia

Para poder analizar los proyectos de manera idónea se han clasificado en función a su densificación del suelo urbano: alta, media y baja (cantidad de unidades inmobiliarias y/o altura que han podido obtener los promotores inmobiliarios). Como se puede ver en el siguiente cuadro los proyectos que cuentan con una densificación alta sobre salen respecto a los demás proyectos en referencia a la alta rotación de ventas mensual (8.41), los precios de los metros cuadrados son los más altos (promedio de \$2,532.61) y cuentan con las unidades inmobiliarias más pequeñas en el mercado (desde 51.77m² hasta 97.26m²).

Tabla 10 Comparativo de proyectos según densidad

| PROYECTO | PISOS | DPTOS | VELOCIDAD DE VENTAS | AREA MINIMA | | | AREA MAXIMA | | | PRECIO M2 PROMEDIO |
|----------------|-------|-------|----------------------------------|-------------|------------|-----------|-------------|------------|-----------|--------------------|
| | | | | M2 | PRECIO | PRECIO M2 | M2 | PRECIO | PRECIO M2 | |
| | | | Und. vendidos/ meses de venta | USD\$ | | | USD\$ | | | |
| Densidad Alta | 18 | 143 | 8.41 | 51.77 | 135,204.27 | 2,699.41 | 97.26 | 222,687.18 | 2,365.81 | 2,532.61 |
| Densidad Media | 9 | 47 | 2.04 | 63.35 | 153,554.27 | 2,034.19 | 156.49 | 324,260.90 | 2,028.49 | 2,224.40 |
| Densidad Baja | 9 | 21 | 2.03 | 88.90 | 207,654.48 | 2,384.44 | 155.13 | 324,882.71 | 2,136.24 | 2,260.34 |

Nota: Elaboración propia




Bajo este contexto, los proyectos que cuentan con una densidad alta son bastante atractivos como proyectos de inversión. Poseen precios bastante competitivos en el mercado, además, cuenta con una gran aceptación de la demanda.

3.2.4.2.1. Análisis de proyectos de densidad alta

Estos proyectos se encuentran ubicados en avenidas principales total o parcial, por ello han logrado obtener un mejor aprovechamiento de densificación del uso urbano, haciendo uso de la Ordenanza No. 510. Lo que, les ha permitido acceder al incremento de área techada y la reducción del área mínima de unidad de vivienda.

En el sector de análisis se identificaron tres proyectos inmobiliarios en planos o construcción como se puede observar en la siguiente tabla, todos ellos cuentan con certificación de edificación sostenible Leed para acceder a los beneficios de la mencionada ordenanza.

Tabla 11 Proyectos de densidad alta

| PROYECTO | PROMOTOR | UBICACIÓN | ENTREGA | | CARACTERÍSTICAS | | | PRECIO PROMEDIO | | | | | | | | |
|----------|---|--------------------|------------------------|---------------------------------|-----------------|--------------|---------------------|-----------------|--------|-----------|-------|----------|-----------|--------------------|----------|----------|
| | | | TERMINO | ETAPA | PISOS | DPTOS | VELOCIDAD DE VENTAS | A.MIN | | | A.MAX | | | PRECIO M2 PROMEDIO | | |
| | | | | | | | | DORM | M2 | PRECIO M2 | DORM | M2 | PRECIO M2 | | | |
| 1 |  | Amancae | Abril Inmobiliario | Av. Pardo 1051 | Dic-23 | Construcción | 23 | 125 | 4.06 | 1 | 61.00 | 2,218.96 | 3 | 115.00 | 2,187.16 | 2,203.06 |
| 6 |  | Edificio Portofino | C&V Grupo Inmobiliario | Av. Santa Cruz 1550, Miraflores | Dic-23 | Construcción | 10 | 130 | 2.67 | 1 | 60.00 | 2,666.67 | 1 | 109.86 | 2,048.06 | 2,357.36 |
| 7 |  | Pardo 669 | V&V Grupo Inmobiliario | Av. José Pardo 669 Miraflores | Mar-25 | Planos | 21 | 174 | 18.50 | 1 | 34.32 | 3,212.60 | 2 | 66.92 | 2,862.20 | 3,037.40 |
| | | | | | | | | 18.00 | 143.00 | 8.41 | 51.77 | 2,699.41 | 97.26 | 2,365.81 | 2,532.61 | |

Nota: Elaboración propia

El uso de una certificación sostenible no solo brinda beneficio al promotor inmobiliario sino también al usuario final, ya que garantizan la eficiencia energética, aprovechamiento del agua, sostenibilidad en los materiales y los recursos de construcción. Además de brindar alternativas de innovación en el proceso de diseño dando protagonismo a los recursos ecoeficientes.

Ilustración 24 Beneficios de la certificación Leed, proyecto Amancae



Nota: Abril Inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Amancae. Página 4

En relación a las fachadas de los edificios los proyectos Amancae y Portofino han apostado por fachadas lineales sin dinamismo ni carácter a diferencia del proyecto Pardo 669 del grupo inmobiliario VyV que trabajo de la mano del estudio de arquitectos Reuche y Reyna para conseguir una fachada dinámica que destaque sobre el resto. Su arquitectura se destaca por los diferentes ángulos de las losas entre piso y piso que crea el efecto de un oleaje dando referencia al océano pacifico que se encuentra a un par de cuadras.

Ilustración 25 Proyecto Pardo 669



Nota: VyV inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Pardo 662. Página 1

Otro punto importante a resaltar son los espacios de esparcimiento común que cuentan todos los proyectos en los primeros niveles y/o en las azoteas, áreas como piscinas, gimnasio, coworking, lavandería, duchas para mascotas entre otros. Esto permite a los usuarios no tener que desplazarse por la ciudad para realizar actividades de óseo, estudio e inclusive trabajo.

Ilustración 26 Áreas comunes, proyecto Amancae



Nota: Abril Inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Amancae. Página 5

Ilustración 27 Plano áreas comunes, proyecto Pardo 669



Nota: VyV inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Pardo 662. Página 7

La configuración de los departamentos propuestos optimiza al máximo el uso de los espacios principales de los inmuebles. Los departamentos dependiendo de su área y/o configuración de la cantidad de dormitorios cuentan con las siguientes consideraciones: cocina abierta con barra integrada a la sala, una lavandería a modo de closet con el espacio justo para una lava seca con calentador de agua, un dormitorio principal con closet y un baño completo. Así mismo, la mayoría de las viviendas dotan de espacios al aire libre como balcones y/o terrazas y con un área de estudio o homeoffice. Estas dos últimas características se dieron como puntos importantes para los usuarios producto de la pandemia del COVID 19 años atrás.

Ilustración 28 Tipología dpto. de 60m²



Nota: C&V grupo inmobiliario (2023). Brochure digital proyecto Portofino. Página 13

Es clave la resaltar la versatilidad que logran en la configuración de los departamentos de dos dormitorios para el éxito de rotación de ventas, ya que configuran los dormitorios de similares áreas y dimensiones para permitir que los usuarios finales puedan ser no solo una pareja o familia sino también amistades.

Ilustración 29 Tipología dpto. 60m²



Nota: VyV inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Pardo 662. Página 23

Ilustración 30 Tipología dpto. 80m²



Nota: Abril Inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Amancae. Página 4

Solo el proyecto Amancae de Abril inmobiliaria cuenta con opciones de departamentos de tres dormitorios que van desde 80m² hasta 115m². Estas opciones al contar con una mayor área la configuración cambia ligeramente en el área social, ya que cuentan con cocina cerrada y un área más grande de servicio.

Ilustración 31 Tipología dpto. 80m²



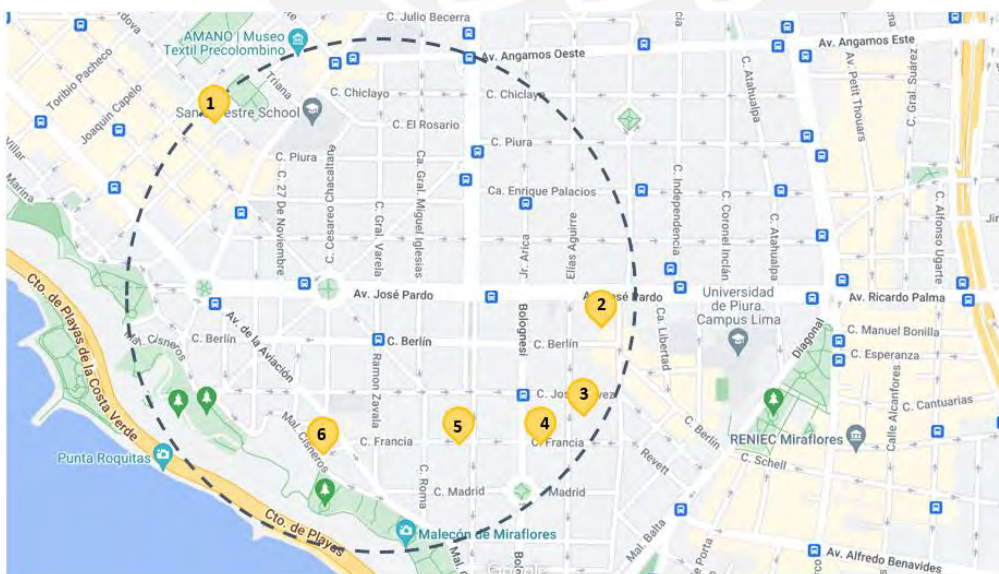
Nota: Abril Inmobiliaria (2023). Brochure digital proyecto Amancae. Página 5

3.2.4.3. Renta

Para la realización del análisis de departamentos en renta se realizó una identificación en el sector elegido de 5 departamentos de diferentes escalas y envergaduras, la investigación realizada reflejó un precio de renta promedio de \$1,541.80 con un metro cuadrado de \$11.42. La variación de precio entre los diferentes departamentos depende de la ubicación en la cual se encuentren, el año de antigüedad del inmueble y las áreas que poseen.





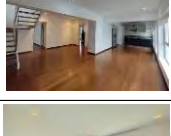

Los inmuebles identificados cuentan con áreas desde 34.00 m² de un dormitorio con un precio de alquiler de \$546.15 hasta 270.00m² tres dormitorios con un precio de \$2,140.03 como se puede ver en los siguientes gráficos.

Ilustración 32 Identificación de dptos. de renta



Nota: Elaboración propia

Ilustración 33 Identificación de dptos. en renta

| PROYECTO | UBICACIÓN | ETAPA | PRECIO PROMEDIO | | | | | |
|----------|--|---------|-----------------|--------|----------|---------------|-----------------|--------------|
| | | | A. MIN | | | | | |
| | | | DORM | M2 | PRECIO | MANTENIMIENTO | TOTAL | PRECIO M2 |
| 1 |  Ca. Manuel tovar 450, Santa Cruz | 3 años | 1 | 34.00 | 500.00 | 46.15 | 546.15 | 16.06 |
| 2 |  Grau, Miraflores | 4 años | 3 | 120.00 | 980.00 | 141.03 | 1,121.03 | 9.34 |
| 3 |  Grau 329, Miraflores | 12 años | 3 | 93.00 | 880.00 | 141.03 | 1,021.03 | 10.98 |
| 4 |  Av. Bolognesi, Miraflores | 11 Años | 3 | 100.00 | 920.00 | 71.79 | 991.79 | 9.92 |
| 5 |  Francia, Miraflores | 3 años | 3 | 270.00 | 1,999.00 | 141.03 | 2,140.03 | 7.93 |
| 6 |  Malecon cisneros , Miraflores | 8 años | 3 | 240.00 | 3,200.00 | 230.77 | 3,430.77 | 14.29 |
| | | | | 142.83 | | | 1,541.80 | 11.42 |

Nota: Elaboración propia

La mayoría de la oferta de departamentos en alquiler son de tres dormitorios con áreas desde 93m² hasta 270m², solo existe un departamento de un dormitorio de 34m². Este departamento cuenta con la configuración de un dormitorio con closet, un baño completo, sala comedor y cocina.

3.2.5. Conclusiones relevantes del análisis de situación y su proyección temporal

Como se ha podido evidenciar a lo largo del análisis de microentorno el sector inmobiliario se ha visto perjudicado en estos últimos años, lo que ha conllevado a un cambio en el comportamiento del usuario final. Si bien es cierto prevalece la demanda inmobiliaria por la necesidad de vivienda el interés de los usuarios ha cambiado, liderando la renta sobre la compra con algunos puntos porcentuales de diferencia.

La demanda inmobiliaria de venta y renta en su mayoría se encuentra en sectores de Lima Top y Lima Moderna, prevaleciendo sobre ellos el distrito de Miraflores.

La demanda de venta presenta una posibilidad de inversión con altos índices de rentabilidad por las condiciones que ofrece. Debido a que, dicha municipalidad presenta normativas que permiten la optimización del suelo urbano en términos de altura y reducción de las unidades inmobiliarias. Promoviendo la oferta y demanda del rubro inmobiliario.

En cuanto al mercado de renta el retorno bruto anual presenta un gran panorama por el incremento de la relación alquiler anual sobre precio de 4.89% con recuperación de 21.6 años.

El análisis de los proyectos inmobiliarios en el distrito de Miraflores reflejó una gran oportunidad de inversión en aquellos proyectos inmobiliarios que cuentan con una ubicación total o parcial en las avenidas importantes, ya que permiten una mayor optimización del suelo urbano. Son proyectos que poseen precios bastante competitivos en el mercado y, además, cuenta con una gran aceptación de la demanda. Por su parte el análisis de inmuebles en renta reflejó una carencia de oferta de unidades inmobiliarias de áreas pequeñas, por lo cual es una gran oportunidad de inversión.



4. PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

4.1 Descripción de la empresa

Inmobiliaria AYD es una constructora e inmobiliaria con 10 años en el mercado (Fundada en el año 2013). Desarrolla, gerencia y construye sus propios proyectos multifamiliares de densidad baja y media en el distrito de Surco dirigidos para el segmento B y A. Cuenta con proyectos desarrollados en las urbanizaciones de Las Gardenias, Residencial Higuiereta y Chacarilla del estanque.

4.2 Directrices estratégicas

4.2.1 Misión

Crear y desarrollar hogares que se adapten al estilo de vida y gustos de cada familia, ofreciendo el mejor servicio, calidad y valor.

4.2.2 Visión

Proveer la mejor alternativa inmobiliaria adaptada a las necesidades de sus clientes

4.2.3 Valores

Ilustración 34 Valores de la empresa AyD



Nota: Elaboración propia

4.2.4 Cultura Organizacional

La empresa pone su atención en hacer que los colaboradores adopten la cultura, los valores y los ideales de una compañía anteriormente mencionados para que todos estén alineados a los objetivos de la empresa y sepan que son parte importante del proceso a través del compromiso.

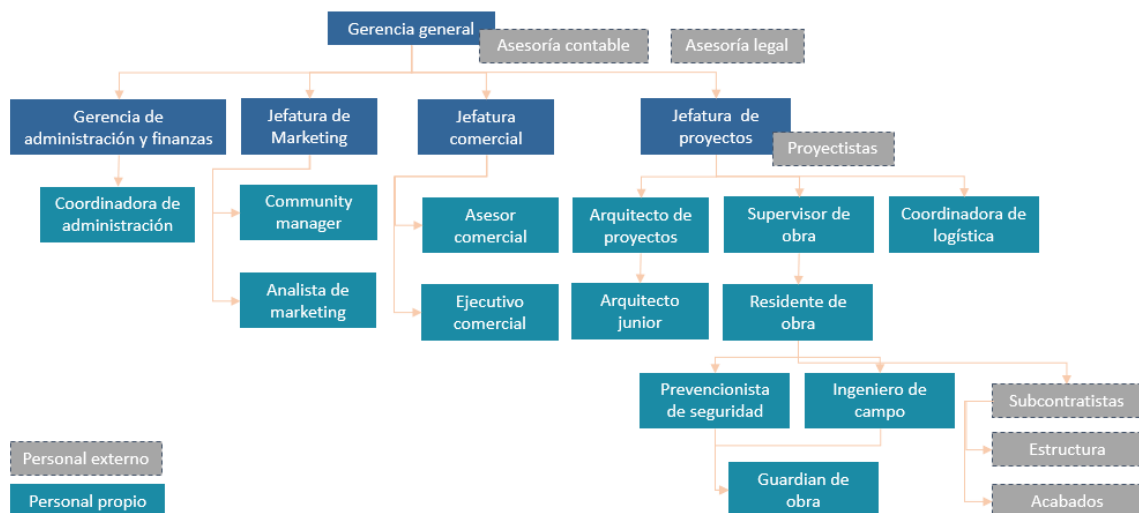
La empresa impulsa a sus trabajadores a mejorar profesionalmente a través de cursos, capacitaciones y especializaciones que brinda a su personal. De igual manera, ofrece una línea de carrera en función al desempeño y cumplimiento de metas.

4.3 Organización de la empresa

La empresa se especializa en el gerenciamiento de sus proyectos inmobiliarios y de construcción.

Por ello cuenta con un equipo de personal propio especializado en el gerenciamiento de los mismos que empieza desde el gerente general y se ramifica en cuatro grandes áreas: gerencia de administración y finanzas, jefatura comercial, jefatura de marketing y jefatura de proyectos como se puede ver en el siguiente gráfico.

Ilustración 35 Organigrama



Nota: Elaboración propia

Las únicas áreas que subcontrata la empresa son:

- Desde el punto de vista inmobiliario la empresa subcontrata a empresas externas para apoyo del área legal, contable, el diseño de los proyectos (proyectistas), modelamiento BIM y el asesoramiento para la obtención de los certificados sostenibles.
- Desde el punto de construcción se subcontrata las partidas de ejecución desde la estructura hasta los acabados.

4.4 Situación actual de la empresa

4.4.1 Capacidad de gestión

La empresa cuenta con personal altamente capacitados para la gestión y dirección de los proyectos inmobiliarios con una amplia experiencia en el rubro y conocimientos adecuados para el cumplimiento de sus funciones y objetivos trazados, entre ellos contamos con:

- Gerencia general:

Contador de profesión con una experiencia de más de 30 años en el rubro inmobiliario y construcción. Magister of Business Administration (MBA) en la PUCP.

- Gerencia de administración y finanzas:
Administradora de profesión con amplia experiencia en rubro, cuenta con un diplomado en gerencia de la construcción de la UPC y Magister of Business Administration (MBA) de IAE Business School realizado en Argentina.
- Jefatura de proyectos
Arquitecta de profesión con experiencia en el rubro de inmobiliaria y construcción. Cuenta con las siguientes especializaciones: Diplomado de la ESAN en gestión de la construcción, diplomado de la UPC en gestión de proyectos inmobiliarios y Maestría en gestión y dirección de empresas constructoras e inmobiliarias (MDI) de la PUCP.
- Jefatura Comercial:
Arquitecta de Interiores de profesión cuenta con más de 8 años en el rubro comercial inmobiliario. Diplomado en dirección comercial de la PUCP.
- Jefatura de Marketing:
Administradora de profesión. Programa de especialización en gestión de marketing de la UPC, Magister en dirección de marketing y gestión comercial de la Universidad de Barcelona.
- Supervisor de obra:
Ingeniero civil de profesión con más de 30 años de experiencia en el área de construcción de edificios multifamiliares. Maestría en gestión y dirección de empresas constructoras e inmobiliarias (MDI) de la PUCP.
- Coordinadora de logística:
Administradora de profesión con más de cinco años de experiencia en el rubro de construcción, cuenta con un diplomado en finanzas y una especialización en gestión de proyectos de construcción, ambas por la universidad Peruana de ciencias aplicadas.

4.4.2 Capacidad económica y financiera

La empresa cuenta con solvencia económica por parte de los accionistas de la inmobiliaria lo suficiente para no depender de apoyo financiero para el inicio de las obras, de esta manera poder cumplir con los tiempos prometidos de entrega de las unidades inmobiliarias.

La capacidad financiera que cuenta la inmobiliaria principalmente es a través del banco. El banco es visto como socio dentro de los proyectos inmobiliarios; en otras palabras, el banco financia los proyectos (no la compra de los terrenos) ya que es considerando como un alto costo de oportunidad del capital propio versus el bajo costo de la tasa de interés. De esta manera, les permite usar sus recursos propios para la compra de varios terrenos en simultáneo.

Este esquema también es de gran apoyo para el financiamiento de la venta (Compradores o propietarios finales de las unidades en ventas por el promotor). Teniendo el banco como socio abre las puertas para el desembolso de los créditos hipotecarios de los clientes finales.

Otro punto importante de financiamiento son los inversionistas externos como fuentes de liquidez.

4.4.3 Capacidad tecnológica

La inmobiliaria trabaja con diferentes sistemas de información con el objetivo de poder administrar, recolectar, procesar, almacenar y distribuir información relevante a todos los involucrados. Los sistemas que se emplean son los siguientes:

- Dropbox
Es una aplicación multiplataforma de almacenamiento en la nube permite almacenar, compartir y sincronizar diferentes tipos de archivos y carpetas de forma online, desde cualquier dispositivo
- Hubspot - CRM (Customer Relationship Management)
Es una aplicación que permite centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes. Esta herramienta se encuentra orientada a gestionar tres áreas: la gestión comercial, marketing y el servicio postventa.
- Odoo - ERP (Enterprise Resource Planning)
Es una aplicación que permite enlazar múltiples procesos empresariales y facilitan el flujo de datos entre ellos. Recopilan los datos de las transacciones compartidos por las diversas fuentes de la organización, eliminan los datos duplicados y proporcionan integridad de datos mediante una única fuente de confianza. Está herramienta se encuentra orientada a las áreas de administración, contabilidad y logística.
- Revit - BIM (Building Information Modeling)
A partir del año 2021 ha implementado la metodología BIM como una herramienta metodología de trabajo colaborativa para la creación y gestión de los proyectos de construcción.
Su objetivo es centralizar toda la información del proyecto en un modelo de información digital creado por todos sus agentes. Es por ello, que se inicia desde la etapa del diseño del proyecto hasta la ejecución de la obra.

4.5 Estrategia del negocio

4.5.1 Objetivos estratégicos

La empresa cuenta con un plan estratégico elaborado a inicios del año 2022 en el cual se proyecta el cumplimiento de 04 objetivos a corto plazo (un año) y el cumplimiento de 05 objetivos a largo plazo (05 años).

Los objetivos trazados comprenden áreas de gestión de proyectos, marketing, comercial, administración, logística y finanzas que se visualiza en la siguiente tabla adjunta.

Ilustración 36 Objetivos estratégicos

| | | |
|---|----|---|
| 2 0 2 2 | 1 | • Gestionar un portafolio de tres proyectos en simultáneo para el año 2022 |
| | 2 | • Fortalecer la imagen de la marca, posicionándonos en el distrito de Surco |
| | 3 | • Lograr una rotación de ventas de 1.2 ventas al mes para los proyectos en cartera |
| | 4 | • Lograr mantener un costo de construcción, de terreno y de desarrollo de proyecto no mayor de 85% del total de egresos para los proyectos desarrollados. |
| 2 0 2 3 - 2 0 2 8 | 5 | • Generar alianzas con inversionistas y/o fondos de inversión que permitan financiar más proyectos en simultáneo |
| | 6 | • Cumplir con los tiempos de entrega de proyectos en por lo menos 90% de estimación versus lo real |
| | 7 | • Mantener los gastos indirectos en menos de 10% de total de las ventas para los proyectos en cartera |
| | 8 | • Incorporar una nueva tecnología en el proceso constructivo así como en la propuesta de valor al cliente que permita reducir tiempos y mejorar el producto |
| | 9 | • Abrir una nueva línea de negocio relacionada al rubro que complemente a la empresa principal |
| | 10 | • Ver la posibilidad de nuevos mercados en diferentes distritos, dada la creciente demanda por departamentos de menor metraje en Lima Top |

Nota: Elaboración propia con datos extraídos de la empresa AyD

4.5.2 Fuente generadora de ventaja competitiva

La empresa ha logrado el reconocimiento del mercado por permitir a los clientes tener la opción de personalizar los departamentos en función a sus necesidades y preferencias de la mano de sus arquitectos. De esta manera, logra que los clientes puedan sentirse identificados en su esencia y personalidad con el departamento.

Este beneficio se inicia desde la parte de proyectos, donde los arquitectos de dicha área se reúnen con los propietarios para poder entender y comprender sus deseos y problemas para plasmarlo en diferentes propuestas de distribución y/o acabados. Para ello, la empresa cuenta con equipo de arquitectos que acompañan desde la compra de la unidad inmobiliaria hasta la entrega de los departamentos brindando un servicio de atención personalizado para cada cliente.

4.6 Conclusiones

En base al análisis de la empresa desarrollado en este capítulo se realizó un estudio de FODA para poder identificar sus principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la inmobiliaria.

Ilustración 37 FODA de la empresa



Nota: Elaboración propia

5. OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING

5.1 Segmentación

El filósofo Wendell R. Smith en su artículo seminal Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies define la segmentación con la siguiente frase:

“Implica examinar un mercado heterogéneo, como un cierto número de mercados homogéneos más pequeños, respondiendo a preferencias diferenciadas, atribuibles a los deseos de los consumidores de obtener una satisfacción más precisa de sus variantes necesidades”. (Wendell R. Smith, 1956, Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies, página 8)

En este sentido la adecuada segmentación permite, en términos generales, conocer y comprender las necesidades y preferencias de los consumidores con la finalidad de desarrollar un producto idóneo para la venta que resulte rentable.

Según las principales teorías del economista Philip Kotler las variables o criterios a tener en cuenta para la segmentación del mercado son:

- Variables geográficas, por la ubicación geográfica
- Variables demográficas, por sus características cuantitativas
- Variables psicográficas, por su estilo de vida

5.1.1 Segmentación Geográfica

Como se ha comentado en los capítulos anteriores la zona geográfica elegida para el desarrollo del proyecto Inmobiliario es el distrito de Miraflores. Miraflores es un distrito urbano que cuenta con una extensión de 9.62 kilómetros cuadrados aproximadamente, limita con cuatro diferentes distritos San Isidro, Surquillo, Surco y Barranco. Es uno de los distritos que cuenta con un gran número de áreas verdes dentro de estos, cuenta con 75 parques, 9 plazuelas, 9 óvalos, entre otros como se puede apreciar en el siguiente plano adjunto.

Ilustración 38 Litoral de Miraflores.



Nota: Municipalidad de Miraflores, 2023, <https://www.miraflores.gob.pe/>

Miraflores es uno de los seis distritos calificados dentro de los distritos de lima top, privilegiado con la cercanía del océano pacífico (Cuenta con una franja litoral de 5 kilómetros aproximadamente) y que la Municipalidad distrital ha sabido potenciar para la atracción del turismo y crecimiento inmobiliario. Uno de sus proyectos más reconocidos es la recuperación de los acantilados mediante la plantación de arbustivas que intentan instalarlo dentro de todo el litoral dentro de su distrito e integración con sus grandes parques recreaciones como se puede ver en las siguientes fotografías

Ilustración 39 Litoral de Miraflores



Nota: Gettyimages,2023, <https://www.gettyimages.es/fotos/miraflores-peru?assettype=image&page=3&phrase=miraflores%20peru&sort=mostpopular&license=rf%2Crm>, Página 11

Ilustración 40 Litoral de Miraflores.



Nota: Gettyimages,2023, <https://www.gettyimages.es/fotos/miraflores-peru?assettype=image&page=3&phrase=miraflores%20peru&sort=mostpopular&license=rf%2Crm>, Página 3

Miraflores se compone de 14 sectores en total como se puede observar en los siguientes planos. La zona elegida para el proyecto inmobiliario es el Sector No. 3 al límite del No.4, la cual se encuentra en cercanía de los parques recreacionales más conocidos por el distrito como es el caso del parque Kennedy, la bajada del malecón Balta y el Malecón de Miraflores anexo al océano pacífico. El proyecto inmobiliario se encuentra ubicado frente a la Alameda de la Av. Pardo en cercanía al Ovalo Julio Ramón Rivero, exactamente en la Av. José Pardo con la calle general Varela.

Ilustración 41 Plano de los sectores de Miraflores



Nota: Municipalidad de Miraflores, 2019, https://www.miraflores.gob.pe/wp-content/uploads/pdf/plano_todos_sectores.pdf

Ilustración 42 Plano de la ubicación del proyecto inmobiliario



Nota: Google Maps, 2023, <https://mapstyle.withgoogle.com/>

Por estas razones, se considera indispensable considerar al distrito de Miraflores como una zona potencial de clientes objetivos. Puesto que, se considera clientes que desean permanecer en el distrito y/o mudarse a una zona más aledaña a los principales atractivos del distrito.

5.1.2 Segmentación Demográfica

En el año 2017 el instituto nacional de estadística e informática (INEI) realizó un censo nacional de población y de vivienda en el distrito de análisis, Miraflores cuenta con una superficie de 9.62km² (representa un 0.34% con relación a Lima Metropolitana) con una población de 99,337 habitantes (1.04% en relación a Lima metropolitana) como se puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 12 Población del distrito de Miraflores 2017

PERÚ, LIMA METROPOLITANA Y DISTRITO DE MIRAFLORES : SUPERFICIE Y POBLACIÓN, 2017

| AMBITO | SUPERFICIE * Km ² | POBLACION Hab. | DENSIDAD Hab/ km ² |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------|----------------------------------|
| PERÚ | 1,285,342.19 | **/31,237,385 | 24.30 |
| LIMA METROPOLITANA 1/ | 2,811.65 | 9,569,468 | 3403.51 |
| DISTRITO DE MIRAFLORES | 9.62 | 99,337 | 10,326 |

Nota: Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

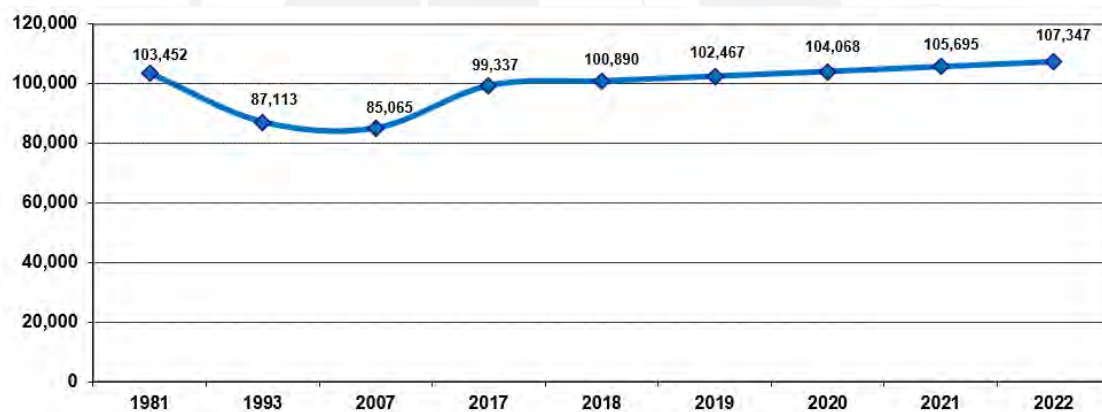
Miraflores es un distrito urbanizado en su mayoría, como se puede ver los siguientes gráficos adjuntos. Según los estudios de la INEI se proyecta un crecimiento gradual de 2% aproximadamente cada año, por lo que supone un distrito atractivo para la inversión privada.

Ilustración 43 Fotografía panorámica de Miraflores



Nota: Gettyimages,2023, <https://www.gettyimages.es/fotos/miraflores-peru?assettype=image&page=3&phrase=miraflores%20peru&sort=mostpopular&license=rf%2Crm>, Página 11

Tabla 13 Miraflores según censos nacionales desde 1981 a 2017 y proyectados desde 2018 al 2022

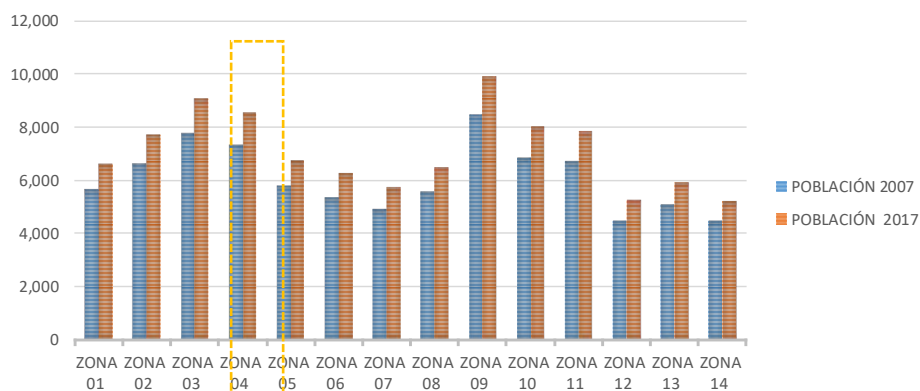


Nota: Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

La zona N°4 elegida para el desarrollo del proyecto inmobiliario esta es una de las zonas con mayor incremento poblacional en el periodo del 2007 al 2017 como se ilustra en la siguiente tabla. Por lo cual, se puede suponer que dentro de las 14 zonas es una de las más destacas o elegidas por las personas para la compra y/o renta de inmuebles.

Tabla 14 Población por zonas

| ZONAS | VIVIENDAS SEGÚN | POBLACIÓN 2007 | POBLACIÓN 2017 | INCREMENTO |
|--------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|
| TOTAL | 34,340 | 85,065 | 99,337 | 14,272 |
| ZONA 01 | 1,923 | 5,662 | 6,612 | 950 |
| ZONA 02 | 2,773 | 6,602 | 7,710 | 1,108 |
| ZONA 03 | 3,391 | 7,783 | 9,089 | 1,306 |
| ZONA 04 | 3,455 | 7,306 | 8,532 | 1,226 |
| ZONA 05 | 2,235 | 5,773 | 6,742 | 969 |
| ZONA 06 | 2,113 | 5,363 | 6,263 | 900 |
| ZONA 07 | 1,646 | 4,933 | 5,761 | 828 |
| ZONA 08 | 2,495 | 5,548 | 6,479 | 931 |
| ZONA 09 | 4,009 | 8,475 | 9,897 | 1,422 |
| ZONA 10 | 3,230 | 6,857 | 8,007 | 1,150 |
| ZONA 11 | 2,366 | 6,724 | 7,852 | 1,128 |
| ZONA 12 | 1,502 | 4,491 | 5,244 | 753 |
| ZONA 13 | 1,685 | 5,079 | 5,931 | 852 |
| ZONA 14 | 1,517 | 4,469 | 5,219 | 750 |



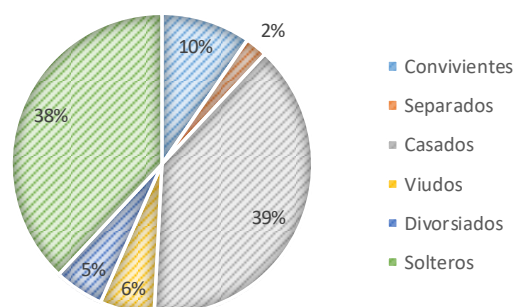
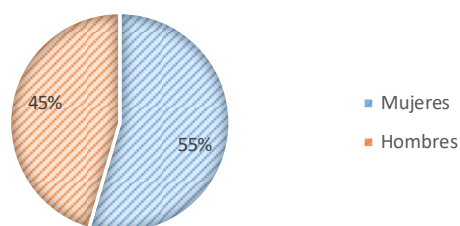
Nota: Elaboración propia con datos extraído de: Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

5.1.2.1 Características principales

Dentro de las características cuantitativas de la población del distrito se identificó que Miraflores cuenta con un 55% de población femenina y un 45% masculina, con un estado civil en su mayoría de 35% casados y 34% solteros como se puede ver en la siguiente tabla elaborada.

Tabla 15 Población censada

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|------------------|-------------|
| Población | 99,337.00 | 100% |
| Mujeres | 54,185.00 | 55% |
| Hombres | 45,152.00 | 45% |
| Convivientes | 8,485.00 | 9% |
| Separados | 2,091.00 | 2% |
| Casados | 34,362.00 | 35% |
| Viudos | 5,151.00 | 5% |
| Divorciados | 4,705.00 | 5% |
| Solteros | 33,609.00 | 34% |
| Promedio de habitantes por vivienda | 2.00 | |

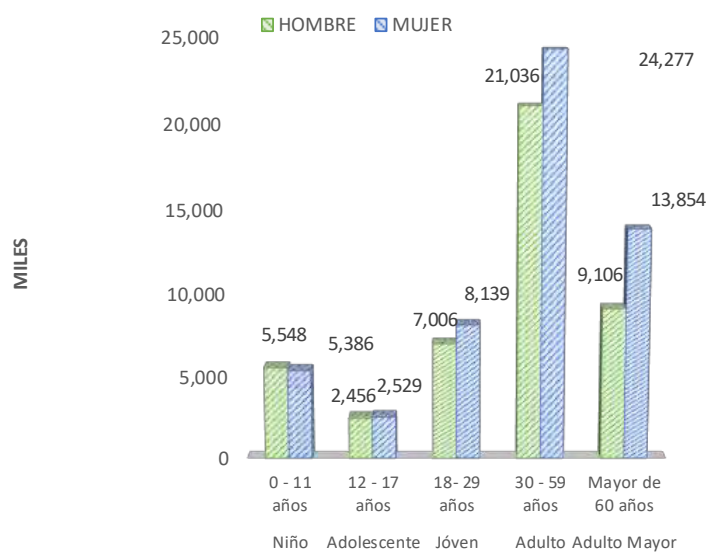


Nota: Elaboración propia con datos extraído de: Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

En cuanto a la composición etaria destaca los adultos de 30 a 59 años en un 46% seguido de los adultos mayores de 60 años en un 23%, un poco por debajo se encuentran los jóvenes de 18 a 29 años en un 15% como se puede ver en los siguientes gráficos.

Tabla 16 Grupos etarios

| ETAPAS DE VIDA | GRUPO DE EDAD | TOTAL | PORCENTAJE | HOMBRE | MUJER |
|---------------------|------------------|---------------|-------------|---------------|---------------|
| TOTAL | | 99,337 | 100% | 45,152 | 54,185 |
| Niño | 0 - 11 años | 10,934 | 11% | 5,548 | 5,386 |
| Adolescente | 12 - 17 años | 4,985 | 5% | 2,456 | 2,529 |
| Jóven | 18- 29 años | 15,145 | 15% | 7,006 | 8,139 |
| Adulto | 30 - 59 años | 45,313 | 46% | 21,036 | 24,277 |
| Adulto Mayor | Mayor de 60 años | 22,960 | 23% | 9,106 | 13,854 |



Nota: Elaboración propia con datos extraído de: Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

Para determinar los niveles socioeconómicos de la población de Miraflores se utilizó como base dos informes realizados por IPSOS Y la INEI

El informe de NSE Perú 2021 elaborado de IPSOS describió las principales características de los niveles socio económicos (NSE) que cuenta el Perú utilizando el perfilamiento de cada uno de los niveles a través de temas del hogar, vivienda y tendencia de bienes y servicios.

En una muestra de 34,490 hogares recogidas por el INEI se terminó que los ingresos promedios y gastos mensuales que se tienen a lo largo de todo el país, el cual se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Ilustración 44 Ingreso Familiar promedio declarado y gasto mensual

INGRESO FAMILIAR PROMEDIO DECLARADO Y GASTO MENSUAL (% de sus ingresos)



| | NSE A | NSE B | NSE C | NSE D | NSE E |
|----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Ingresos | S/ 12,647 | S/ 6,135 | S/ 3,184 | S/ 2,038 | S/ 1,242 |
| Gastos | 57.9% | 69.5% | 81.7% | 85.5% | 89.8% |

Nota: IPSOS, 2020, Perfiles socioeconómicos del Perú 2021. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>

Los ingresos van desde el segmento A con un promedio de S/. 12,647 con gastos mensuales de 57.9% hasta el segmento E con ingresos de S/. 1,242 con gastos mensuales de 89.8%. Estos cinco grupos los caracterizaron de la siguiente manera:

Ilustración 45 Características Importantes por NSE

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES POR NSE



NSE A

- Junto con el NSE B, tendrían a los jefes del hogar con mayor edad (55 años).
- Los hogares tendrían la mayor tenencia de equipos y dispositivos electrónicos, y vivirían principalmente en departamentos.



NSE B

- Junto con el NSE A, serían los hogares más saludables ya que 7 de cada 10 no tuvo ninguna enfermedad, recaída o accidente.
- Son el segundo NSE con mayor tenencia de un auto propio y bicicleta.



NSE C

- En promedio, conviven con más miembros del hogar (3.8), así mismo, su población sería principalmente Millennial (38 años).
- Tienen la mayor tenencia de motocicletas.



NSE D

- Tienen el índice más alto de jefes del hogar mujeres de todos los NSE (34%).
- Uno de los NSE con la mayor cantidad de menores de edad en la vivienda.
- Es el segundo NSE con más viviendas alquiladas.



NSE E

- Junto con el NSE D, concentran en promedio a la población más joven.
- Son quienes menos servicios de cable y telefonía tienen, aunque mantienen una alta tenencia de teléfono celular (89%).

Nota: IPSOS, 2020, Perfiles socioeconómicos del Perú 2021. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>

Otro informe realizado por el INEI sobre la estratificación de Lima Metropolitana realizada en el año 2020 mostro cinco los diferentes cinco estratos de ingresos per cápita del hogar, en el cual la estratificación alta de Lima metropolitana se caracteriza por S/. 2,412.4 hasta el estrato más bajo de S/. 863.7 a menos como se puede ver en la siguiente tabla.

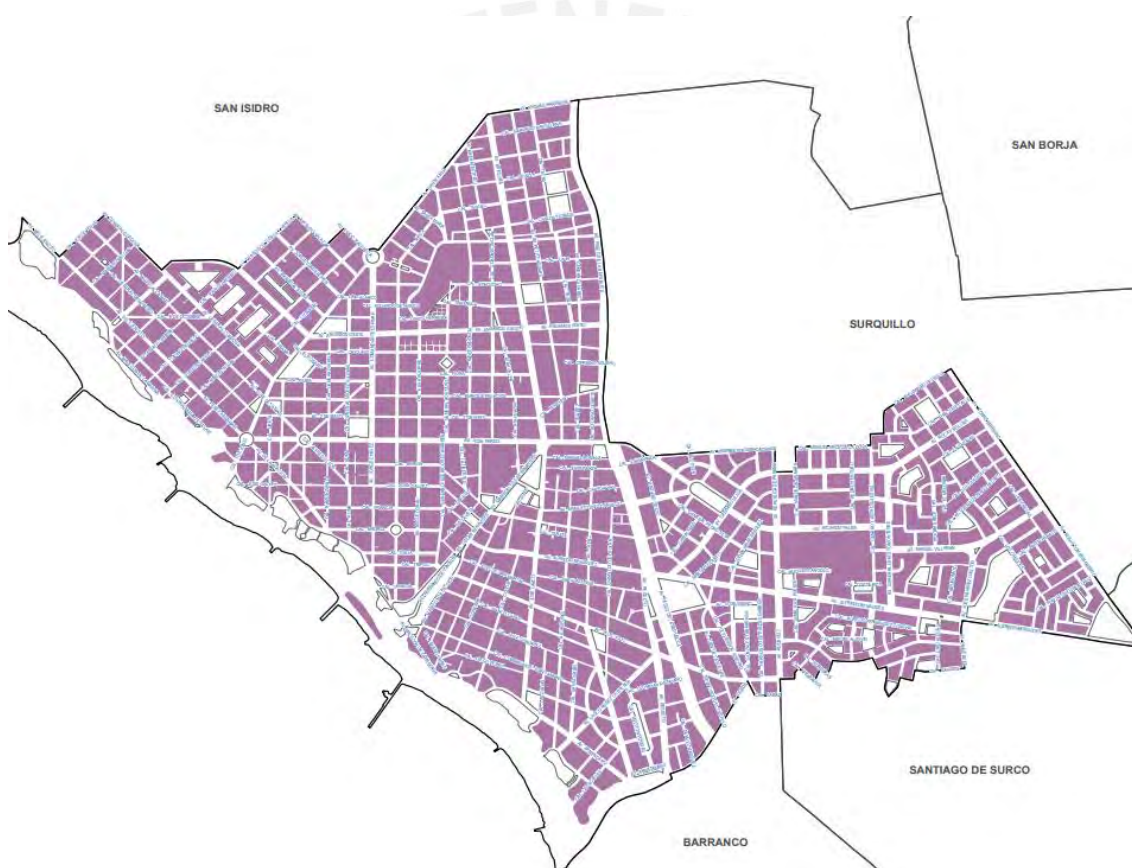
Tabla 17 Estratificación regional de ingresos per cápita del hogar

| Región | Rangos de Ingresos Per Cápita por Estrato (Soles) | | | | |
|------------------------|---|-----------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|
| | Alto | Medio Alto | Medio | Medio Bajo | Bajo |
| Prov .Const.del Callao | 1,436.726 a más | 1,133.363 - 1,436.726 | 905.840 - 1,133.363 | 754.158 - 905.840 | 754.158 a menos |
| Lima | 2,412.439 a más | 1,449.715 - 2,412.439 | 1,072.996 - 1,449.715 | 863.708 - 1,072.996 | 863.708 a menos |

Nota: Instituto Nacional de estadística e informática, 2020, Planos estratificado de Lima Metropolitana a nivel de manzana 2020, página 13

En el caso del distrito de Miraflores se pudo percibir un estrato alto a lo largo de todo su distrito como se puede ver en el siguiente plano.

Ilustración 46 Plano estratificado Miraflores



POBLACIÓN Y MANZANAS (UNIDADES)

| ESTRATO | INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Soles)* | PERSONAS | HOGARES | MANZANAS |
|--------------|---|---------------|---------------|------------|
| Alto | 2,412.45 a más | 95,719 | 37,536 | 685 |
| Medio alto | 1,449.72 - 2,412.44 | | | |
| Medio | 1,073.01 - 1,449.71 | | | |
| Medio bajo | 863.72 - 1,073.00 | | | |
| Bajo | 863.71 a menos | | | |
| TOTAL | | 95,719 | 37,536 | 685 |

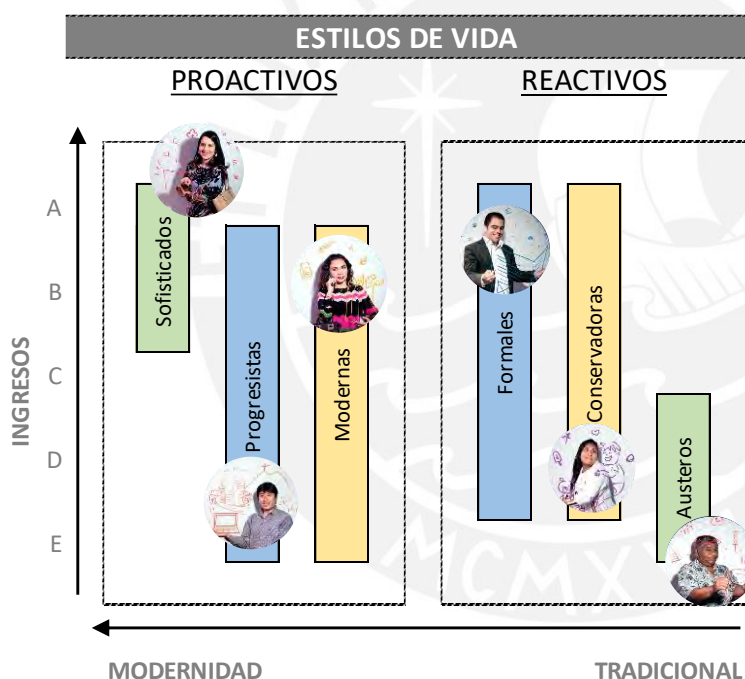
Nota: Instituto Nacional de estadística e informática, 2020, Planos estratificado de Lima Metropolitana a nivel de manzana 2020, página 37

5.1.3 Segmentación Psicográfica

Para poder entender la nueva fisionomía de la sociedad actual el doctor Rolando Arellano en el año 2017 realizó diferentes estudios que analizaban el comportamiento y el maneral integral de pensar del consumidor en América latina para poder agrupar a los consumidores más allá de los recursos económicos que posean. De esta manera, segmento en seis grupos según el estilo de vida de cada persona; es decir según su manera general de ser, la proyección que tienen del futuro, creencias y valores en aspectos generales.

Como se puede ver en el siguiente gráfico se segmento en dos subgrupos personas según su estilo de vida las proactivas compuestas por sofisticados, progresistas y modernas, y las personas con un estilo de vida reactivo compuesto por los formales, conservadoras y austeros.

Ilustración 47 Estilo de vida



Nota: Elaboración propia. Datos extraídos de Arellano Consultoría, 2017, <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

- **Sofisticados**
Segmento mixto (Hombre y mujeres), con un ingreso económico más alto del promedio. Se caracterizan por ser personas modernas, educadas, liberales, cosmopolitas, preocupados por su apariencia. Suelen ser líderes de opinión con un alto nivel de instrucción. Valoran diferenciación a través de las marcas reconocidas y la calidad asociada a los precios altos.
- **Progresistas**

Hombres emprendedores en su mayoría que buscan permanentemente el progreso personal o familiar. Son personas autocríticas y exigentes, confían en sus habilidades para poder tener un futuro mejor. Como consumidores buscan siempre las oportunidades, promociones y/o sentirse beneficiados.

- **Modernas**
Mujeres que buscan el equilibrio entre la familia y sus aspiraciones económicas y profesionales. Son personas que buscan el reconocimiento de la sociedad a través de apariencia, por lo que como consumidoras buscan las marcas reconocidas y con buena calidad.
- **Formales**
Hombres trabajadores, orientados a la familia y a la religión en su mayoría. Son personas que a diferencia de los progresistas son menos ambiciosos y cuentan con menos aspiraciones. Como consumidores buscan el ahorro, priorizando el precio sobre la calidad. Sin embargo, si sus posibilidades se lo permiten buscan la marca como garantía de calidad y durabilidad.
- **Conservadoras**
Mujeres de tendencia religiosa, tradicional, calmadas y pacíficas en su mayoría. Su mayor prioridad es la familia. Como consumidoras son ahorradoras, priorizan el precio sobre la calidad y son tradicionales en su consumo.
- **Austeros**
Segmento mixto (Hombre y mujeres), por lo general de raza mestiza o andina. Son personas pobres, poco educados, resignados, tradicionalistas y poco informados. Estas personas se encuentran dentro de los niveles socioeconómicos más bajos. Como consumidores no les dan importancia a las marcas ni a la calidad, ya que el dinero para ellos es el medio para subsistir y mantener a su familia. Gastan lo mínimo indispensable.

Para poder determinar el estilo de vida del distrito de Miraflores se realizó una búsqueda de la descripción y percepción que tiene este distrito de los principales portales inmobiliarios, periódicos y principales desarrolladores inmobiliarios.

El portal inmobiliario de Properati en su sección de Blog describe al distrito de Miraflores de la siguiente manera “... cosmopolita, aquí puedes encontrar una mezcla de zonas residenciales y comerciales (...) Es un distrito en constante movimiento debido a la gran cantidad de restaurantes y tiendas, pero que también goza de calles tranquilas y perfectas para vivir en familia. Además, es una de las zonas favoritas de los turistas (...)” (Properati, 2021, ¿Qué debo saber antes de comprar una vivienda en Miraflores? <https://blog.properati.com.pe/consejos-antes-de-comprar-vivienda-miraflores/>)

Abril Inmobiliaria destaca dentro de las cualidades del distrito de Miraflores “Siempre hay actividades para hacer, desde deportes acuáticos como el surf y el surf de remo, hasta vuelos en parapente (...) disfrutar de experiencias culturales en cualquier momento del año.” (Abril

inmobiliario, 2021, Conoce los beneficios de vivir en el distrito de Miraflores, <https://abril.pe/noticia/conoce-los-beneficios-de-vivir-en-el-distrito-de-miraflores/>)

Por su lado Business Empresarial los consumidores predominantes que optan por vivir en el distrito son "... aquellas personas independientes, inversionistas y jóvenes que inician su vida familiar, ya que ven este distrito una oportunidad para rentabilizar su patrimonio a un mediano y largo plazo." (Business empresarial,2021, Miraflores desde una ubicación privilegiada hasta un nuevo estilo de vida. <https://www.businessempresarial.com.pe/miraflores-desde-una-ubicacion-privilegiada-hasta-un-nuevo-estilo-de-vida/>)

Bajo este contexto, se puede suponer que las personas que residen o prefieren residir en el distrito de Miraflores son aquellas que se encuentran dentro de un estilo de vida proactivo; es decir sofisticados, progresistas y modernas.

5.1.4 Conclusiones relevantes de la segmentación

Debido a los grandes beneficios que cuenta Miraflores la segmentación de los clientes objetivos estará basada a personas que residen actualmente en el distrito y tienen el deseo de mantenerse en él y/o cuentan con la aspiración de poder estar en más cercanía del centro de Miraflores. Ya que, como se a podido identificar en el análisis es la zona que cuenta con mayores atractivos de sus equipamientos urbanos.

En este sentido la segmentación predominante que encontramos en el distrito de análisis es de nivel socioeconómico A (Estrato alto), con un grupo etario predominante de 30 a 59 años, casado y/o solteros.

Son personas que cuentan con un estilo de vida proactivo, buscando el reconociendo de la sociedad como personas que han alcanzado un éxito en su vida laboral y familiar. Buscan consumir productos que les ofrezcan calidad, alternativas de actividades que se adecuen a su estilo de vida sin dejar de priorizar el ambiente familiar.

Es por ello, que el proyecto inmobiliario estará enfocado en poder brindar un producto que cumpla con dichas expectativas, que cumplan con resolver sus problemas, necesidades y deseos como se puede ver en el siguiente cuadro resumen.

Ilustración 48 Resumen de la segmentación elegida

| ESTILO DE VIDA | | VALORACIONES | | |
|----------------|--------------|--|--|--|
| | | NECESIDAD | PROBLEMAS | DESEO |
| Proactivo | Sofisticados | <ul style="list-style-type: none"> Interés en la adquisición de bienes que redituen rentabilidad | <ul style="list-style-type: none"> Cercanía de centros de entretenimiento o recreacionales Networking | <ul style="list-style-type: none"> Buscan la calidad y el servicio Diferenciación La marca es un símbolo de calidad y diferenciación Interés en las tendencias |
| | Progresista | <ul style="list-style-type: none"> Buscan una mejora de su situación actual, upgrade Soluciones prácticas y modernas | <ul style="list-style-type: none"> Espacios para socializar con sus familiares y amistades Espacios para estudio | <ul style="list-style-type: none"> Buscan las promociones Desean sentir que cuentan con beneficios (Oportunidades) Buscan productos de última tecnología Poco interesados en la imagen |
| | Modernas | <ul style="list-style-type: none"> Buscan una mejora de su situación actual, upgrade Hogar para estar con su familia | <ul style="list-style-type: none"> Productos que ofrezcan reducir el tiempo y esfuerzo en los labores | <ul style="list-style-type: none"> Interés por lo estético Priorizan la calidad y la marca Buscan las innovaciones Buscan oportunidades de ahorro |

| NIVEL SOCIOECONÓMICO | CARACTERÍSTICAS | | | | |
|----------------------|-----------------|--------------|--------------|--|---|
| | INGRESOS | GASTOS | GRUPO ETARIO | PERTENENCIAS | |
| Estracto alto | NSE A | S/ 12,647.00 | 57.9% | <ul style="list-style-type: none"> Mayor de 60 años 30 a 59 años | <ul style="list-style-type: none"> Residen en el distrito de Miraflores Cuentan con tendencias de equipos y dispositivos electrónicos Personales saludables, con un estilo de vida saludable Universitaria completo Cuenta con auto y bicicleta propia |
| | NSE B | S/ 6,135.00 | 69.5% | | |

Nota: Elaboración propia

5.2 Targeting

En este capítulo se determinará la selección del mercado meta o objetivo, conociendo a fondo a los clientes potenciales para la elaboración del proyecto inmobiliario y de las estrategias de marketing, teniendo como punto de partida la segmentación realizada anteriormente.

5.1.1 Target Primario

Como se ha dejado en evidencia en el capítulo tres sobre el cambio del comportamiento de los consumidores sobre todo para el nivel socioeconómico B para la elección de su residencia producto de la pandemia COVID 19, las circunstancias políticas y la inflación del valor del suelo, debido a que en gran mayoría a afectado a la disminución de los ingresos percibidos y la incertidumbre sobre el futuro es un nicho de mercado por explorar.

Según la revista gestión indica que la generación Millennial se han posicionado cada vez con más fuerza en el sector de bienes raíces, este perfil que está en potencial crecimiento "... son jóvenes profesionales o independientes que están iniciando su vida laboral con un poder

adquisitivo interesante y que buscan su independencia...” (Gestión, 2023, Millennials impulsan el mercado inmobiliario. <https://gestion.pe/economia/millennials-impulsan-el-mercado-inmobiliario-lideran-la-demanda-en-lima-top-y-lima-moderna-noticia/>)

Una de los factores importantes a considerar es que en su mayoría para poder llegar a adquirir o rentar una unidad inmobiliaria optan por la copropiedad entre parejas o amigos. Por lo cual, es una muy buena opción departamentos que ofrezcan una o dos habitaciones con áreas compartidas.

En una entrevista realizada a Fernando Ibárcena, directo de ADI Perú, para la revista construyendo resaltó la siguiente valoración que tienen los Millennials en la búsqueda de adquisición o renta de unidades inmobiliarias “... valoran la movilidad, los hobbies y la realización de distintas actividades durante sus tiempos libres; por ello, priorizan la fácil conectividad con espacios de interés, como lo es el entretenimiento.” (Revista Construyendo, 2022, Compra de inmuebles: ¿Qué buscan los Millennials en su primera vivienda?, <https://www.construyendo.pe/noticias/construccion/compra-de-inmuebles-que-buscan-los-millennials-en-su-primera-vivienda/>)

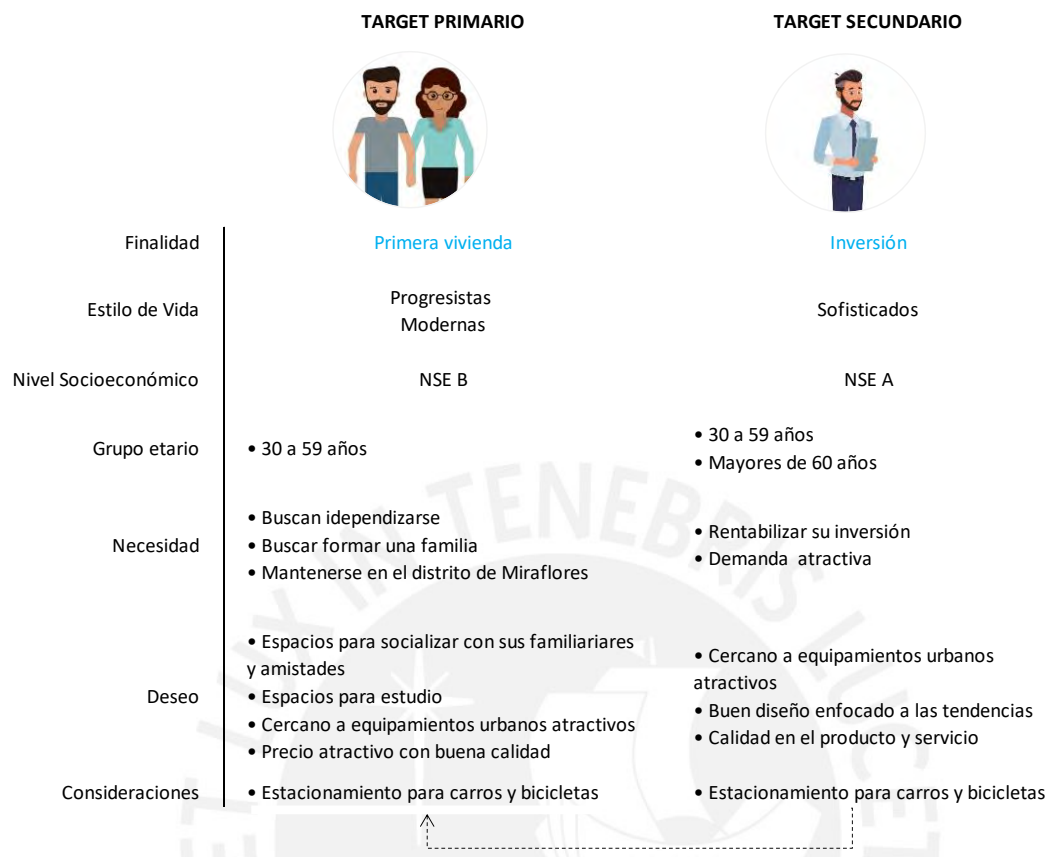
5.1.2 Target Secundario

Personas con un estrato económico alto o medio alto que no se han visto afectados por la situación anteriormente comentado y cuentan con las posibilidades de poder adquirir para inversión en una unidad inmobiliaria (Por recursos propios o financiamiento bancario).

5.2.3 Conclusiones relevantes del targeting

En este sentido el perfil de los dos targets que estaríamos enfocados serían los siguientes

Ilustración 49 Perfiles de Target elegido



Nota: Elaboración propia

5.3. Posicionamiento

5.3.1. FODA de Marketing

La empresa al contar con 10 años de trayectoria es reconocida en el mercado inmobiliario por la venta de proyecto multifamiliares de densidad media en las mejores urbanizaciones del distrito de Surco, trabajando de la mano con empresas reconocidas por su calidad y prestigio.

La empresa ha logrado la fidelidad de sus clientes a través de su filosofía de asesoramiento y apoyo continuo, generando que personas allegadas a sus clientes recomienden la marca (Nuevos clientes, propietarios de unidades inmobiliarias).

El proyecto multifamiliar propuesto a desarrollar con la empresa por el análisis de los capítulos anteriores, estaría ubicado en el distrito de Miraflores con una media o alta densidad.

Producto que anteriormente la empresa no se ha aventurado a desarrollar esto puede tener una serie de amenazas y debilidades. Sin embargo, también puede ser vista desde el punto de vista de oportunidades como una nueva línea de negocio con altos índices de rentabilidad esperada.

Tabla 18 FODA de Marketing del proyecto

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| <p>Puntos fuertes, capacidades, recursos y ventajas de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> La empresa es reconocida en el distrito de Surco y sus alrededores Recurso humano propio encargada del área de marketing para todos los proyectos de su portafolio La empresa trabaja con proveedores reconocidos en el mercado como <u>Unicon</u>, <u>Aceros Arequipa</u>, <u>Schindler</u>, <u>Decorcenter</u>, <u>Eccopisos</u>, <u>Rivelsa</u>, entre otros. La filosofía de la empresa que busca difundir entre sus clientes es asesoramiento y apoyo continuo. Cliente feliz se genera <u>Remarketing</u> orgánico Cuenta con un equipo de postventa especializado para poder atender los tickets que se generen en un plazo no mayor a 48 horas La empresa se encuentra asociada con ASEI (Asociación de empresas inmobiliarias) Personalización con asesoría de arquitectos en distribución y acabados. | <p>Puntos débiles y aspectos desfavorables de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> La empresa aún no está posicionada en el distrito de Miraflores La empresa cuenta con proyección de ingresar a nuevos distritos, sin embargo aún no han tomado la iniciativa de desarrollar un análisis de mercado del distrito de Miraflores para conocer al cliente objetivo. La empresa ha desarrollado y gestionado proyectos inmobiliarios de densidad media (No densidad alta) |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <p>Factores del entorno que son positivos y favorables para la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingresar a un mercado diferente y que es de gran posibilidad que se convierta en el futuro del negocio inmobiliario Generar un mayor reconocimiento de la marca Generación de mayores productos para ofrecer a los clientes que no calcen en gusto o presupuesto con los proyectos ubicados en Surco | <p>Factores del entorno que ponen en peligro al negocio de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> La diversidad de proyectos inmobiliarios que se encuentran por la zona elegida (Competencia) Incremento de las tasas hipotecarias en el mercado inmobiliario Incertidumbre en los precios de los principales materiales que se usarán dentro del proyecto que podría alzar los precios de nuestras unidades inmobiliarias |

Nota: Elaboración propia

En base a lo expuesto líneas arriba es importante trazar una estrategia de posicionamiento para el proyecto a desarrollar en base a las políticas y filosofías que desarrolla la empresa inmobiliaria y han funcionado para posicionarse ser reconocida en el mercado.

5.3.2. Posicionamiento para el proyecto

5.3.2.1. Descripción del posicionamiento

La imagen mental que el proyecto quiere referenciar en los clientes es la de un nuevo hogar dentro de uno de los distritos más céntricos y con mayor equipamiento urbano de la ciudad.

Como se ha expuesto a detalle en la segmentación y targeting el cliente objetivo se encuentran entre los 30 y 59 años de edad. Por un lado, buscan independencia, posibilidad de formar una familia, rápidos accesos a las principales avenidas, seguridad y cercanía a opciones de diversión y ocio. Por otro lado, contamos con personas que desean invertir en unidades inmobiliarias con alta rotación y rentabilidad. En base a ello el posicionamiento del proyecto que se desea es:

- Experiencia en la satisfacción del cliente mediante la personalización de determinados acabados como es el rastro y el génesis de la empresa.
- Ubicación en uno de los distritos más solicitados de Lima Top, en cercanía con diversidad de equipamientos urbanos.

- Departamentos con un diseño arquitectónico idóneo para la zona y la necesidad de la familia. Con acabados de alta calidad.

5.3.2.2. Influencia esperada sobre el target, gracias al posicionamiento elegido

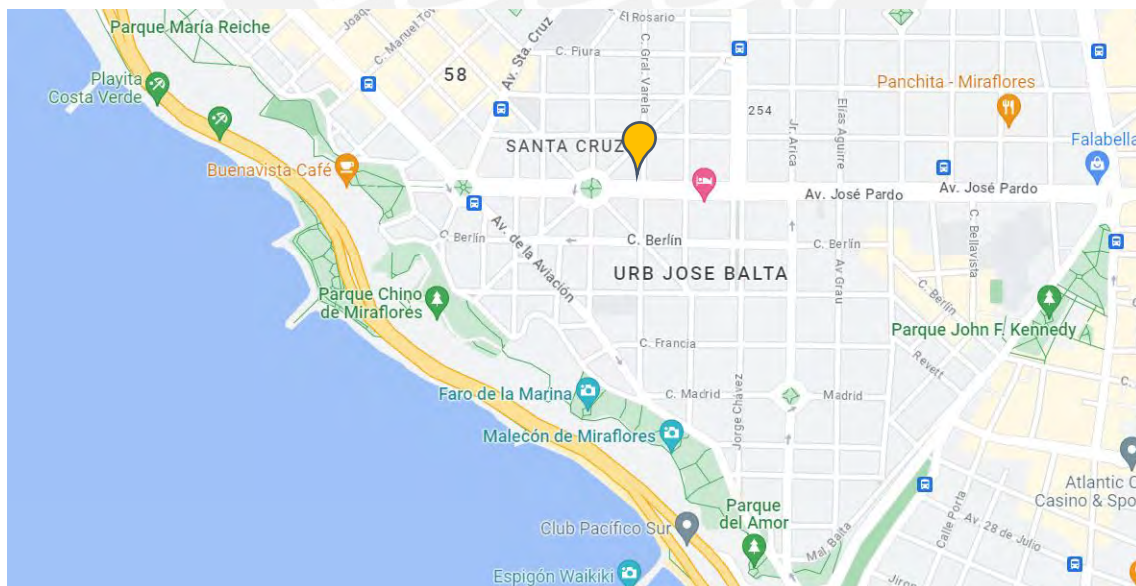
En base a lo expuesto líneas arriba la influencia esperada sobre el target en función al posicionamiento que se desea lograr se compone de tres puntos.

La primera se compone por el recurso humano que presenta la empresa para asesorar a los clientes con el servicio de personalización. El contacto directo con un arquitecto asignado para que pueda materializar sus gustos y estilo en un único departamento.

La segunda destaca la ubicación del proyecto inmobiliario es una de las mayores influencias en el posicionamiento sobre nuestro target, como se ha comentado en capítulos anteriores el proyecto se encuentra ubicado en el distrito de Miraflores en esquina con la Av. José Pardo y la calle General Varela. Distrito céntrico con una diversidad amplia de equipamiento urbano, destacando su cercanía con el océano pacífico y las amplias áreas verdes que posee. Como se puede ver en la siguiente imagen el proyecto destaca por la cercanía de:

- El malecón a 4 cuadras de distancia. Acceso a actividades de recreación y ocio como el Skatepark, mirador, circuitos de bicicletas, entre otros.
- Parque Kennedy a 9 cuadras de distancia. Acceso a actividades de recreación y ocio.
- Vía expresa a 13 cuadras de distancia. Conexión con diferentes distritos como Barranco, Centro de Lima, San Borja entre otros.

Ilustración 50 Plano de ubicación macro del proyecto inmobiliario



Nota: Google Maps (2023) (<https://www.google.com/maps/@-12.1195344,-77.0390989,15.75z?entry=ttu>)

Así mismo la ventaja de estar ubicada en la Avenida José Pardo, el proyecto contará con diversidad de equipamiento urbano como hoteles, bancos, restaurantes, entre otros a solo unos pasos de distancia como se puede ver en la siguiente imagen.

Ilustración 51 Ubicación con referencia a equipamientos urbanos



Nota: Google Maps (2023) (<https://www.google.com/maps/@-12.1195344,-77.0390989,15.75z?entry=ttu>)

El proyecto propondrá contar con áreas comunes que complemente y potencie la influencia de la diversidad de actividades a ofrecer para los clientes.

Finalmente, la experiencia que cuenta la empresa y los edificios ejecutados vistas como referencia en el planteamiento y diseño arquitectónico que se desea lograr. Arquitectura atemporal bajo principios de sostenibilidad y adaptación con el entorno inmediato, utilizando texturas, formas y materiales que resalten la fachada.

5.3.3. Reason Why e innovación

5.3.3.1. Concepto del Value para el Marketing plan

Dentro de los valores a considerar para la estrategia del Marketing plan se van a considerar los siguientes atributos del proyecto que desde la perspectiva del cliente objetivo son vistos como beneficios.

Una de las atracciones principales del proyecto radica en la inigualable ubicación que tiene el terreno, dentro de las características que se estiman como beneficios para el cliente objetivo se encuentran las siguientes:

- Áreas verdes y recreacionales

Como se ha visto a lo largo de este capítulo la cercanía del malecón de Miraflores es una gran ventaja que posee el proyecto, pero también la diversidad de actividades de ocio, recreación y deporte que poseen como el Skatepark, paracaidismo, running, cycling, entre otros.

Ilustración 52 Malecón de Miraflores



Nota: Casa del viajero, 2023, <https://hotel-elviajero.com/el-malecon-de-miraflores/>

Además, la calle donde se ubica el edificio contiene una infinidad de árboles frondosos que hacen del lugar un ambiente eco amigable y sostenible.

Cercanía al más concurrido parque de Miraflores, parque Kennedy, y a su céntrico comercio con infinidad de propuestas de entretenimiento, gastronómicas, adquisición y demás.

Ilustración 53 Parque Kennedy



Nota: Erasmusu, 2016, <https://erasmusu.com/es/erasmus-lima/que-ver/parque-kennedy-5782>

- Urbanismo

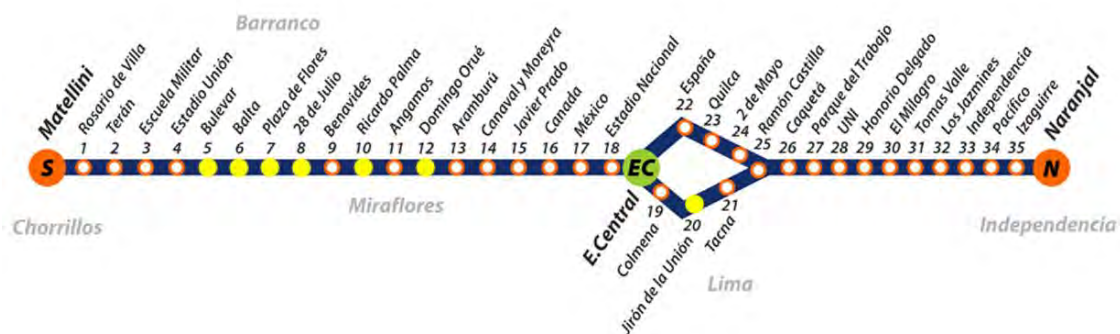
El proyecto se encuentra amparado dentro del decreto supremo N°002-2020-VIVIENDA en la cual en dicha avenida se posibilita a aumentar la altura y la densidad habitacional según el área de frente que se tenga y ancho de vía. Con esta política se pretende promover la inversión privada en viviendas de construcción de interés social, ya que el área por departamento tiene la posibilidad de ser reducida y brindar un menor costo por departamento, de esta manera la oportunidad de acceder a este tipo de departamentos a mayor cantidad de familias y se garantiza una mejor calidad de vida.

- Accesibilidad

La ubicación céntrica que tiene el proyecto brinda una accesibilidad múltiple con diferentes medios de transporte por las avenidas de Pardo, Arequipa, Paseo de la República, Benavides, comandante Espinar, Ejército, Santa cruz y demás vías principales del distrito de Miraflores, entre los principales tenemos los siguientes medios de transporte:

- Metropolitano: este medio de transporte se encuentra a escasas 7 cuadras del proyecto teniendo como ingreso la estación de Ricardo Palma.

Ilustración 54 Paraderos de metropolitano



Nota: Tu metropolitano, 2015, <https://tumetropolitanooperu.com/estaciones/ricardo-palma/>

- Corredor complementario: este servicio de buses tiene como ingreso y vía principal la Av. Arequipa la cual es una de las principales vías de la ciudad y conecta diferentes distritos.
- Ciclovías: la Av. Pardo cuenta con ciclovías las cuales están conectadas con diferentes arterias de la ciudad con esta misma infraestructura por lo que también es una opción idónea de transporte para nuestro proyecto.

Ilustración 55 Ciclovía en Miraflores



Nota: Mapio, 2023, <https://mapio.net/pic/p-4371643/>

- Buses: por la Av. Pardo transitan buses distritales con los que se puede contar para transportarse a diferentes puntos de la ciudad.

Otro punto importante a destacar es el servicio de personalización de los espacios y los acabados que la empresa inmobiliaria cuenta como valor diferenciador respecto a los proyectos que se encuentran por la zona, como se puede apreciar en su página web.

Ilustración 56 Servicio de personalización, Inmobiliaria AyD



PERSONALIZACIÓN

Participe en el diseño de su departamento

Personalice su departamento de la mano de nuestro equipo de arquitectos y adáptelo a su estilo de vida.

Contamos con arquitectos experimentados que nos permiten generar propuestas en base a sus requerimientos y expectativas.

Nota: Inmobiliaria AyD, 2023, Personalización. (<https://inmobiliariaayd.com/personalizacion/>)

Este concepto permite a los clientes la oportunidad de poder incorporar en sus departamentos sus gustos, preferencias y estilo siempre de la mano del asesoramiento de un arquitecto, entregando departamentos únicos contruidos a medida de acuerdo a la necesidad del cliente.

Los arquitectos se reúnen con los clientes que separan y/o comprar las unidades inmobiliarias para conocer las necesidades y expectativas que tiene para su nuevo departamento,

proporcionándoles una propuesta arquitectónica de una nueva de distribución o de acabados (Siempre y cuando no ocasione afectación en las diferentes especialidades que componen la estructuración del proyecto inmobiliario).

Los arquitectos se encuentran capacitados para poder proponer las mejores soluciones dentro de las limitaciones que abarca el proyecto. Así mismo participan en la creación de una buena experiencia del cliente que la empresa tiene como filosofía (Asesoramiento y apoyo continuo).

Finalmente, el proyecto inmobiliario contará con una Certificación sostenible que le permita al promotor inmobiliario optimizar el terreno para obtener beneficios de mayor densificación, logrando una mayor altura respecto al certificado de parámetros y la reducción de unidades inmobiliarias.

La certificación aporta un gran valor para los usuarios finales sobre todo con respecto al ahorro económico en el mantenimiento y uso de su nueva unidad inmobiliaria, que se logran a través de diferentes soluciones innovadoras. Como se puede ver en la siguiente imagen la certificación logra un mínimo de ahorro del 20% de energía, agua, energía incorporada a los materiales (utilizando en la fabricación, distribución y transporte en los materiales utilizados para la construcción).

Ilustración 57 Beneficios de la certificación EDGE



Nota: Bioconstrucción y energía alternativa (BEA), 2023, <https://bioconstruccion.com.mx/certificacion-edge/#:~:text=Menores%20costos%20de%20servicios%20p%C3%ABlicos,de%20poseer%20una%20propiedad%20ostenible.>

Para la obtención de la certificación el proyecto inmobiliario (requisitos indispensables) estará dotado de amplias áreas verdes que mejora el confort y bienestar de los ocupantes, brinda bienestar y conexión con el exterior (Miraflores es conocida por sus amplias áreas verdes). Así mismo contará con una dotación de estacionamientos de bicicleta creando una conexión con el concepto del distrito de una vida saludable a través del deporte.

Todos estos grandes beneficios que logra la certificación recaen en el aumento del valor de la propiedad final, dado que se traducen en ahorro monetario y un estilo de vida cada vez más verde.

5.3.3.2. Elementos innovadores

Las características del diseño arquitectónico, edificación sostenible, diversificación de los ambientes comunes, la posibilidad de adaptación de la arquitectura en función a las necesidades y gustos del cliente con la asesoría permanente de arquitectos que se han explicado líneas arriba resultan ser elementos innovadores y atractivos para los clientes objetivos, los cuales potencian la razón del por qué es un producto de mayor valor para ellos.

Las áreas comunes y la certificación sostenible que contará el proyecto fortalecerán conjuntamente con la ubicación la satisfacer las necesidades de los usuarios finales, de esta manera tener todo tipo de actividad en cercanía.





5.3.4. Marketing Mix

La importancia de identificar y organizar los elementos del Marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) radica en tomar decisiones rentables para el éxito del proyecto inmobiliario, desarrollando los puntos fuertes y limitando los puntos débiles.

- **Producto**
Bienes o servicios que ofrece la empresa inmobiliaria y el proyecto inmobiliario planteado. Su función principal es la satisfacción de las necesidades del cliente objetivo.
- **Precio**
Es la cantidad de dinero que está dispuesto a pagar los clientes objetivos para obtener el producto final. Es importante en este punto que el precio sea competitivo respecto a la competencia, sin afectar un margen de beneficio o utilidad.
En este punto es clave trazar una estrategia en función al valor percibido por los clientes.
- **Plaza**
Son los canales de distribución o puntos de venta que se utiliza para llegar a los clientes objetivos.
- **Promoción**
Se entiende como la forma mediante la fuerza de ventas y el área de marketing transmite la información necesaria al cliente objetivo para promocionar su producto y servicios. Es importante en este punto resaltar en las comunicaciones los atributos y beneficios que presenta la empresa y el proyecto inmobiliario.

En este sentido se ha analizado los cuatro puntos fundamentales del Marketing Mix en base a los análisis previos, para permitir configurar una estructura que posibilite el control de los aspectos que rodean el proyecto inmobiliario, con el objetivo de alcanzar la rentabilidad esperada.

Ilustración 58 Marketing mix

| PRODUCTO  | PRECIO  |
|--|--|
| <p>Los bienes y/o servicios ofrecidos por la empresa a sus clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto inmobiliario de densidad media alta, de 7 a 12 pisos de altura con un total estimado de 83 unidades inmobiliarias • Departamentos de 1 a 3 dormitorios desde 60m² hasta 107m² con vista externa e interna. • Áreas comunes en el último nivel con vista panorámica. Contará con espacios como Sala de estar con amplias terrazas para BBQ, Zona de Coworking y gimnasio. • Proyecto con certificación sostenible EDGE • Áreas verdes con dotación de estacionamientos de bicicleta • Estacionamientos para uno o dos carros con o sin depósito • Servicio de personalización, adaptación de la arquitectura y acabados en función a las necesidades y gustos del usuario | <p>Cantidad de dinero pagado por los clientes para la obtención del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos en el mercado • Estructura de pago a través de financiamiento bancario (banco promotor o el banco de su preferencia) o mediante recursos propios. • Inicial diferida hasta el inicio de la ejecución del proyecto • Posibilidad de financiar directamente los estacionamientos y/o depósitos • Precios de lanzamiento (preventa), ahorro de un estimado de 7% a 10% • Regalo de línea blanca (encimera, horno y campana) para los clientes que compren en preventa. Inversión estimada de \$5,000 por cliente. • Separación con \$5,000 con devolución íntegra del dinero en caso desistan de la compra |
| PLAZA  | PROMOCIÓN  |
| <p>Las actividades que ponen el producto a disposición de los consumidores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal Web • Portales inmobiliarios: Nexo, Adondevivir • Redes sociales: LinkedIn, Facebook, Instagram, Youtube • Portal del banco promotor • Ferias inmobiliarias • Caseta de venta | <p>Actividades que comunican las características y beneficios del producto y persuaden a los clientes para la compra del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporación del nuevo proyecto inmobiliario en la página web, redes sociales de la empresa inmobiliaria, publicidad orgánica • Mailing a la base de datos de leads de la empresa inmobiliaria • Campañas pagadas en redes sociales • Participación en las diferentes ferias inmobiliarias • Realización una caseta de venta con los acabados a utilizar en el proyecto • Cartel comercial en el terreno |

Nota: Elaboración propia

5.3.5. Conclusiones relevantes del posicionamiento

La empresa inmobiliaria cuenta con un reconocimiento en el mercado inmobiliario por la venta de proyecto multifamiliares de densidad media en las mejores urbanizaciones del distrito de Surco, trabajando de la mano con empresas reconocidas por su calidad y prestigio. Sin embargo, es importante destacar que Miraflores es un mercado nuevo que aún la empresa no se ha aventurado a ingresar, por lo que no está aún posicionada en la mente de los clientes objetivos que tendrían en el proyecto inmobiliario planteado.

A pesar de esto como se ha podido analizar en el FODA de Marketing de la empresa inmobiliaria cuenta con varias fortalezas y oportunidades a potenciar para la estrategia de marketing del proyecto inmobiliario propuesto. Uno de sus puntos más fuertes es el servicio de asesoría de personalización, permitiendo a los clientes formar parte del diseño de sus departamentos en base a sus necesidades y preferencias. Sin dejar de lado, el diseño arquitectónico global del proyecto (Característica importante de la marca, de lograr obtener una arquitectura rica en detalles arquitectónicos a través de texturas, materiales, dinamismo, entre otros.)

Así mismo, el proyecto planteado se encuentra ubicado estratégicamente en un área con variedad de equipamiento urbano que dota al proyecto de una diversidad de actividades que pueden realizar al alcance inmediato.

Es por estas razones que la estrategia de marketing se basa en potenciar estos atributos del proyecto para dar a conocer el producto como una oportunidad de compra a sus clientes objetivos. Siempre enfocados en dar una comunicación resaltando sus atributos y beneficios, vistos como valores para el cliente objetivo.

6. ANALISIS DE FACTIBILIDAD

El proyecto a desarrollar se encuentra ubicado en esquina con la Av. José Pardo con Ca. General Varela Distrito de Miraflores, ubicado en un terreno de 730.80m², con las siguientes características:

- Área: 730.80m²
- Lindero frontal por Av. José Pardo: 20.29ml
- Lindero frontal por Ca. General Varela: 36ml
- Lindero lateral izquierdo: 36ml
- Lindero posterior: 20.29ml

Ilustración 59 Ubicación del terreno elegido



Nota: Google Maps, 2023, <https://www.google.com/maps>

6.1. Normativa vigente

Según el certificado de parámetros (Ver Anexo 01) el terreno se encuentra en dos zonificaciones, frente a la Av. José Pardo cuenta con un residencial de densidad muy alta (RDMA) con una altura de edificación de 12 pisos mientras que frente a la Ca. General Varela cuenta con residencial de densidad media (RDM) con una altura de edificación de 7 pisos.

Según la Ordenanza 520 artículo 06 establece lo siguiente "Las alturas de edificación están establecidas en pisos y en metros lineales, por ejes viales y sectores urbanos frente al lote.", para este caso se podría edificar hasta 20 pisos frente a la Avenida. Así mismo según la ordenanza 342 artículo 6 inciso c) establece lo siguiente "En los lotes en esquina, con frentes a ejes viales o sectores urbanos con alturas normativas distintas, se podrá adoptar la mayor altura ... de menor altura normativa"; es decir que frente a la Calle podemos optar por 7 pisos.

Las áreas de los departamentos según el certificado de parámetros corresponden 130m² para el caso de tres dormitorios, 110m² para el caso de 02 dormitorios y 80m² para el caso de un dormitorio, siendo este último edificable solo el 50% de unidades de vivienda como máximo.

Sin embargo, la ordenanza 510 elaborado en el año 2019 establece los siguientes beneficios para edificaciones sostenibles.

Ilustración 60 Cuadro de beneficios para edificaciones sostenibles

| TIPO DE INCENTIVO | REQUERIMIENTOS MÍNIMOS | BENEFICIOS | | | |
|-------------------|---|--|---|--|---|
| | | Incremento de área techada por construcción sostenible (1) | Incremento de área techada por uso público (2) | Reducción de área mínima por unidad de vivienda (3) | Reducción del número mínimo de estacionamientos (3) |
| CEPRES Tipo A | Certificado BREEAM ó Certificado LEED | 25% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área de retiros frontales de 3 ml y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 25 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | 25% del número mínimo de estac. según zonificación, que serán reemplazados por igual número de estac. para bicicletas. En caso de vivienda, el número de estac. resultante no debe ser menor a 1 estacionamiento por vivienda NO EXIGIBLE ESTACION. DE VISITA |
| | Código Técnico de Construcción Sostenible | | | | |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| | Techo verde | | | | |
| CEPRES Tipo B | Certificado EDGE | 15% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área de retiros frontales de 3 ml y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 15 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | --- |
| | Código Técnico de Construcción Sostenible | | | | |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| | Techo verde | | | | |
| CEPRES Tipo C | Código Técnico de Construcción Sostenible | 10% del área techada total de la edificación sostenible | Equivalente al área del retiro mínimo normativo de 3 y 5 ml (en caso de retiros normativos menores será determinada por la GDUMA) | 10 % del área mínima por unidad de vivienda según zonificación | --- |
| | Cercos transparentes | | | | |
| | Segregación de Residuos diferenciados | | | | |
| | Jardines arborizados en retiros | | | | |
| | Estacionamientos para bicicletas | | | | |
| Techo verde | | | | | |

(1) De aplicación opcional para edificaciones sostenibles ubicadas en los ejes viales y Sectores Urbanos establecidos en el Plano N° 01 del Anexo 01

(2) De aplicación obligatoria y solo para edificaciones sostenibles ubicadas en los sectores urbanos establecidos en el Plano N° 02 del Anexo 01

(3) De aplicación opcional para edificaciones sostenibles ubicadas en los sectores urbanos establecidos en el Plano N° 03 del Anexo 01

Nota: Municipalidad de Miraflores, 2019, Ordenanza 510. Página 9

En este sentido el proyecto inmobiliario se estaría acogiendo al incentivo Cepres Tipo A, a través de la certificación LEED, obteniendo las siguientes reducciones:

- Reducción en un 25% de áreas mínima por unidad de vivienda según la zonificación
- Reducción de un 25% de estacionamientos mínimos según la zonificación, que serán reemplazados por igual número de estacionamientos para bicicleta
- Incremento en un 25% de área techada total de edificación sostenible

En resumen, se estará considerando las siguientes consideraciones para la elaboración de la cabida arquitectónica

Ilustración 61 Consideraciones para la cabida arquitectónica**CERTIFICADO DE PARAMETROS:**

| | | | |
|--------------------|----------|------------|----------|
| Vigencia : | 36 Meses | 27-Ene-25 | |
| | Pisos | Pisos Máx. | A. libre |
| Av. Jose Pardo | 12 | 20* | 40% |
| Ca. General Varela | 7 | 12 | 35% |

* Altura normativa máxima según sector urbano (20 pisos)

CONSIDERACIONES

| | |
|-------------------------|---|
| ORD 520 Art 6 | "Las alturas de edificación están establecidas en pisos y en metros lineales, por ejes viales y sectores urbanos al que tienen frente el |
| ORD 520 Art 6 inciso a) | "...En las zonas residenciales los pisos tendrán un máximo de 3.00m |
| ORD 520 Art 6 inciso a) | " Sobre las alturas máximas resultantes de la aplicación de lo regulado en el presente literal podrá edificarse una altura adicional |
| ORD 342 Art 6 inciso c) | "En los lotes en esquina, con frentes a ejes viales o sectores urbanos con alturas normativas distintas, se podrá adoptar la mayor altura ... |
| ORD 342 Art 9 inciso 3 | "Se permitirá techar hasta el 40% del área utilizable de la azotea descontando el área de uso y dominio común.." |

TIPOS DE DEPARTAMENTOS NORMATIVA

| Certificado de parametros | | | ORD 510 | | |
|---------------------------|-----------|--------|---------------|--------|------------|
| Dorm. | Area Min. | Estac. | Reducción 25% | Estac. | Bicicletas |
| 3dorm. | 130.00 | 1.50 | 97.50 | 1.00 | 2 |
| 2dorm. | 110.00 | 1.50 | 82.50 | 1.00 | 1 |
| 1dorm. | 80.00 | 1.00 | 60.00 | 1.00 | 1 |

* 50% de las unidades como máximo de 1 dormitorio

Nota: Elaboración propia

6.2 Cabida arquitectónica

Se ha proyectado la construcción de un edificio multifamiliar de 9,926.89m² (Ver Anexo 02) de área construida desarrollados en 20 y 13 pisos con azotea, 4 sótanos y cisterna, con un total de 83 departamentos y una capacidad para 83 estacionamiento vehiculares y 106 para bicicleta.

Se pudo obtener un área vendible de 6,6155.81m² equivalente al 67% del área total construida como se puede ver en el siguiente cuadro resumen.

Ilustración 62 Cabida arquitectónica

| | | |
|--------------------------------------|--------------------|-------------|
| TERRENO | 730.80 m2 | 100% |
| Av. Jose Pardo | 20.30 ml | |
| Ca. General Varela | 36.00 ml | |
| Area construida | 475.02 m2 | 65% |
| Area libre | 255.78 m2 | 35% |
| PISOS | | |
| Pisos Av. Jose Pardo | 20.00 und | ;+ Azotea |
| Pisos Ca. General Varela | 12.00 und | ;+ Azotea |
| AREA LIBRE | 255.78 m2 | 100% |
| Retiro en Avenida | 101.50 m2 | 40% |
| Retiro en Calle | 108.00 m2 | 42% |
| Ducto, pozos | 46.28 m2 | 18% |
| AREA CONSTRUIDA TOTAL | 9,926.89 m2 | 100% |
| TORRE | 7,003.69 m2 | 71% |
| Dptos 1er nivel (1 piso) | 380.02 m2 | |
| Dptos 2do al 12avo nivel (11 pisos) | 4,441.44 m2 | |
| Dptos 13avo al 20avo nivel (8 pisos) | 1,748.07 m2 | |
| Circulaciones (1er al 21avo nivel) | 185.26 m2 | |
| Azotea (Area común) | 248.91 m2 | |
| SOTANOS | 2,923.20 m2 | 29% |
| S1 | 730.80 m2 | |
| S2 | 730.80 m2 | |
| S3 | 730.80 m2 | |
| S4 Incluye cisterna) | 730.80 m2 | |
| RESUMEN | | |
| Area construida | 9,926.89 m2 | 100% |
| Area vendible | 6,615.81 m2 | 67% |
| A. no vendible | 3,311.09 m2 | 33% |

Nota: Elaboración propia

El proyecto contará con dos tipologías de departamentos de tres dormitorios desde 97.50m2 hasta 106.58m2, dos tipologías de dos dormitorios desde 91.27m2 hasta 95.00m2 y finalmente con dos tipologías de un dormitorio desde 60.00m2 hasta 61.01m2 como se puede ver en la siguiente tabla. Se cumple con el requerimiento del 50% como máximo edificable para dptos. de 60m2, el proyecto cuenta con 46%.

Tabla 19 Tipologías

| Proyecto | | | | | | |
|--------------|-----------|-------------|--------------------|--------|-----------|------------|
| | Dorm. | | Tipologías (áreas) | | Estac. | Bicicletas |
| 3dorm. | 23 | 28% | 97.50 | 106.58 | 23 | 46 |
| 2dorm. | 22 | 27% | 95.00 | 91.27 | 22 | 22 |
| 1dorm. | 38 | 46% | 60.00 | 61.01 | 38 | 38 |
| TOTAL | 83 | 100% | | | 83 | 106 |

Nota: Elaboración propia

El proyecto inmobiliario estará distribuido de la siguiente manera (como se puede apreciar en el siguiente gráfico) el primer piso solo contará con 4 departamentos de 106.58m2 cada uno, dado que se considera el espacio para el ingreso peatonal y vehicular. Al igual que un área de recibo o de Lobby. Del 2do al 12avo piso contará con cinco departamentos por nivel de diferentes tipologías y del 13avo al 20avo piso con tres departamentos. En el caso de la azotea

(21avo nivel) se dejará para espacios de áreas comunes tales como sala de estar, coworking, área de parrilla y un gimnasio.

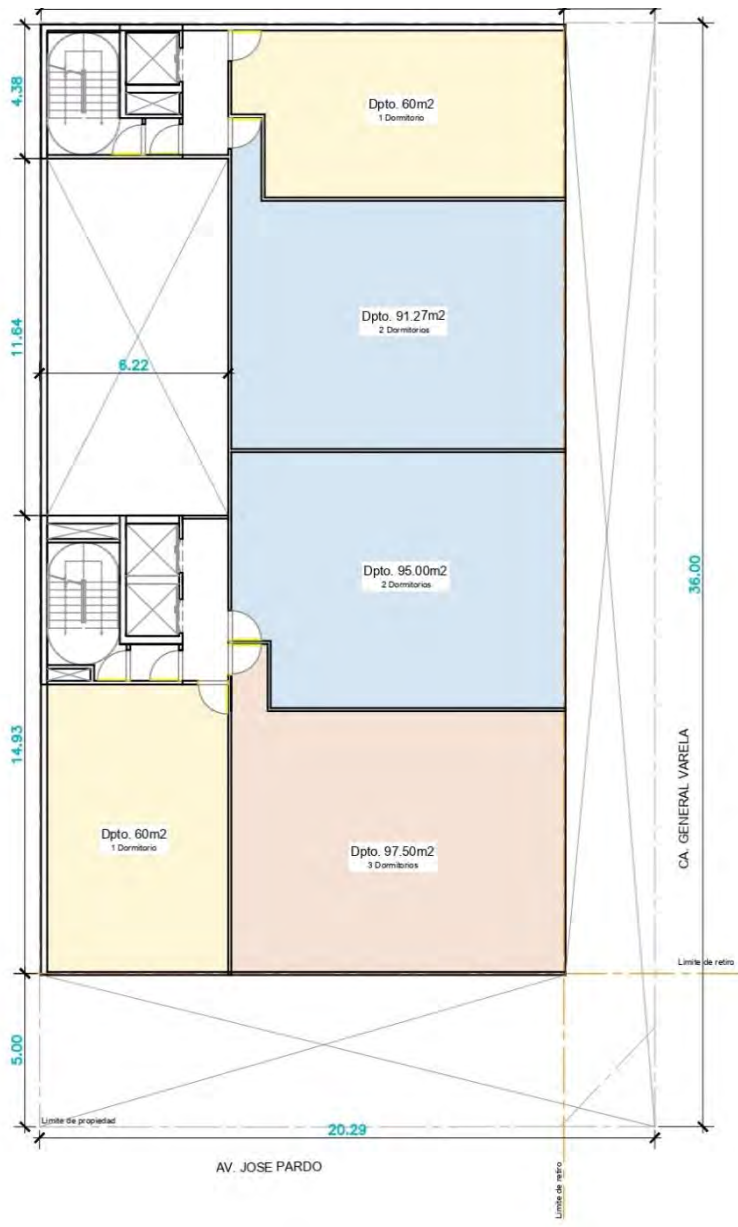
Ilustración 63 Distribución de departamentos

| DISTRIBUCIÓN DE DEPARTAMENTOS POR AREAS | | | | | | |
|---|---------------|--------|--------|--------|-------|------------|
| Pisos | Departamentos | | | | | Area Común |
| 21 (Az) | - | - | - | - | - | 248.91 |
| 20 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 19 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 18 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 17 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 16 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 15 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 14 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 13 | - | 61.01 | 97.50 | 60.00 | - | 19.00 |
| 12 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 11 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 10 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 9 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 8 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 7 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 6 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 5 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 4 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 3 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 2 | 91.27 | 95.00 | 97.50 | 60.00 | 60.00 | 71.25 |
| 1 | 106.57 | 106.58 | 106.58 | 106.58 | - | 95.00 |
| s1 | 730.8 | | | | | |
| s2 | 730.8 | | | | | |
| s3 | 730.8 | | | | | |
| s4 | 730.8 | | | | | |

Nota: Elaboración propia

Todos los departamentos se prevé que cuenten con vista externa (como se puede apreciar en el siguiente esquema de distribución de planta típica), beneficios del terreno al contar con dos frentes. El departamento de mayor metraje se desarrollaría en la esquina del terreno para darle de mayores beneficios, al ser el departamento que tendría un mayor costo adquisitivo.

Ilustración 64 Distribución esquemática del proyecto, planta del 2do piso al 12avo



Nota: Elaboración propia

La iluminación y ventilación de todos los departamentos estarán resueltas por ambos frentes principales (Av. José Pardo y Calle General Varela) y un gran pozo de ventilación en la parte posterior. La profundidad y ancho del pozo respeta la proporción mínima requerida. En el caso de los estacionamientos al ser subterráneos contarán con extracción mecánica del monóxido articulado desde el ducto de extracción de monóxido.

Así mismo, el sistema de Bombeo de agua para el edificio se hará mediante un equipo de bombas de presión constante ubicado en el último sótano al costado de la cisterna para Agua de Consumo, por tanto, no se necesitará un tanque elevado. Así mismo, el edificio al contar con tres sótanos considerará una cisterna de agua contra incendios conectada a los gabinetes por la envergadura del proyecto.

6.3 Certificación sostenible Leed

De acuerdo a la Ordenanza 510 artículo 22 el proyecto deberá de cumplir los requisitos para CEPRES Tipo A (Ver anexo 03) a fin de obtener la certificación sostenible, como se mencionó líneas arriba, considerando los siguientes criterios técnicos de diseño y construcción:

- a) Certificación internacional sostenible LEED (Leadership in Energy & Environmental Design)
- b) Código técnico de construcción sostenible
Según el artículo 32 de la ordenanza en mención se detalla los criterios técnicos de diseño y construcción, el cual abarca:
 - Eficiencia energética
 - ✓ Confort térmico y lumínico con eficiencia energética, establecida en la norma técnica EM. 110 del RNE
 - Reducción del consumo de electricidad
 - ✓ Lámparas de tecnología eficiente, cumpliendo NTP 370.101-2
 - ✓ Aparatos refrigeradores con eficiencia energética, cumpliendo NTP 399,483, en unidad de vivienda
 - ✓ Sistema de calentamiento de agua con energía solar
 - ✓ Instalaciones para agua caliente y agua fría por unidad de vivienda
 - Ahorro de agua y reúso de aguas residuales domésticas tratadas
 - ✓ Aparatos sanitarios que incluyen tecnología de ahorro de agua, según consumos máximos indicados en el código
 - ✓ Grifería de aparatos sanitarios deben ser ahorradores, según reducción de consumo indicados en el código
 - ✓ Instalaciones sanitarias para aguas residuales domésticas tratadas
 - ✓ Tratamiento de aguas residuales domésticas de lavatorios, lavaderos, duchas y tratadas para su reúso
 - ✓ Plantas xerófilas o nativas utilizadas en jardines privados y de uso común
- c) Cercos frontales transparentes
Deberán ser como mínimo en el 50% de la longitud de cada cerco frontal, lateral o posterior que colinden con vías vehiculares o peatonales
- d) Segregación de residuos diferenciados
Deberá de contar con una zona destinada a la segregación de residuos diferenciados por colores, que como mínimo cuenta con un set de contenedores diferenciados para: residuos orgánicos, vidrio, plástico, papel o cartón
- e) Jardines arborizados en el retiro frontal

Como mínimo el 50% del área del retiro deberá de ser destinado a jardines y árboles y plantas xerófilas y nativas. En el área del retiro deberá de contar con un mínimo de un árbol.

f) Estacionamiento para bicicletas

Los estacionamientos de bicicletas deberán de ubicarse dentro del lote. Su ubicación deberá de ser de fácil acceso para los usuarios y dotados de rampas.

Deberá de contar con el número mínimo requerido, en este caso específico de nuestro proyecto es de 106 unidades.

Tabla 20 Número mínimo de estacionamientos para bicicleta

| USOS | CANTIDAD |
|------------------------------------|--|
| Residencial | 1 estacionamiento por cada unidad de vivienda de 1 y 2 dormitorios 2 estacionamiento por cada unidad de vivienda de 3 dormitorios |
| Otros usos no residenciales | 20% del número total de estacionamientos de autos exigidos (no se consideran los estacionamientos para carga y descarga ni de visitas). Mínimo 5 estacionamientos |

Nota: Municipalidad de Miraflores, 2019, Ordenanza 510. Página 27

g) Techo verde (50% del área utilizable de la azotea)

Estará compuesto por un sistema de capas para facilitar el desarrollo de la vegetación, debe considerar la membrana de protección, el drenaje, el medio de cultivo y la vegetación. Deberá de garantizar el 100% de impermeabilidad, drenaje fluido hasta el desagüe, fácil mantenimiento, poco peso y condiciones apropiadas para el desarrollo de especies vegetales (Plantas de cobertura, arbustos, macizos florales, palmeras, árboles, entre otros)

En base a lo expuesto líneas arriba el proyecto contará con los siguientes criterios técnicos de diseño y construcción para el cumplimiento de los requerimientos de la certificación.

Tabla 21 Características del proyecto inmobiliario para obtención de la certificación LEED

| CERTIFICACIÓN SOSTENIBLE (CEPRES TIPO A) | | |
|--|---|--|
| ITEM | REQUERIMIENTO | PROYECTO INMOBILIARIO |
| a) | Certificación internacional sostenible LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) | El proyecto contará con la contratación de asesores especialistas en la certificación LEED (externos a la empresa), que apoyen en el diseño, ejecución y termino del proyecto inmobiliario. Su acompañamiento será de manera continua en todas las etapa que abarca el proyecto, garantizando la obtención de la certificación elegida. |
| b) | Código técnico de construcción sostenible | <u>Categoría de Energía</u> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la proporción de vidrio en la fachada exterior • Pintura reflectiva/ tejas para el techo: Reflectividad solar • Voladizos que garanticen sombra en las áreas vidriadas • Luminarias ahorradoras de energía (LED) en todas las áreas comunes y externas con sistema de sensor de movimiento <u>Categoría de Agua</u> <ul style="list-style-type: none"> • Grifos de bajo flujo para duchas, cocinas, baños con los caudales requeridos. En caso no se encuentre en el mercado contarán con reductores de agua • Inodoros de doble descarga con los litros por descarga solicitados por la normativa |
| c) | Cercos frontales transparentes | No contará con cerramiento antes del límite de terreno a su perímetro frente a la Av. Jose Pardo ni frente a la Ca. General Varela. Se dejará el retiro frontal libre con área verde (5ml de retiro para la Avenida y 3ml frente a la Calle) |
| d) | Segregación de residuos diferenciados | Contará con un cuarto de basura (área común) destinado unicamente a los 04 contenedores solicitados. |
| e) | Jardines arborizados en el retiro frontal | El 50% del área del retiro se considerará para áreas verdes y contará con la plantación de un árbol como manda la normativa. Las áreas de ingreso no se considerará como área verde (Ingreso peatonal, ingreso vehicular), será mediante pavimento. |
| f) | Estacionamiento para bicicletas | Según los cálculo realizados en función al cabida arquitectónico el proyecto contará con 106 unidades de estacionamientos de bicicleta. Un porcentaje de estas se encontraran en el retiro frontal, el resto estará ubicado en los sótanos cercano a las áreas de circulación peatonal. Por tal motivo el ingreso peatonal hacia el proyecto inmobiliario será a través de rampas, no escaleras ni elevador de minusválidos. |
| g) | Techo verde | El 50% del área de la azotea será destinado para área verde considerando el siguiente detalle arquitectónico.  <ol style="list-style-type: none"> 1. Vegetación, arbustos y/o plantas herbáceas. 2. Sustrato o tierra vegetal. Altura 30cm o 50cm. 3. Lámina Geotextil, procura que las raíces no alcancen las estructuras de la losa. 4. Celda de drenaje, esta capa ayuda a que pase el agua, más no la tierra. 5. Esta celda debe tener una inclinación para llevar el agua a la fuente de drenaje o sumidero. 6. Geomembrana, se adhiere a la losa para impermeabilizarla. Espesor mínimo 0,75mm. 7. Losa. |

Nota: Elaboración propia

6.4 Análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario considerando venta

Se analizó un primer escenario considerando únicamente la venta de todas las unidades inmobiliaria, en este caso hemos optado por mantener el precio del m2 competitivo en el mercado. Como se pudo apreciar en el análisis de la competencia de proyecto inmobiliarios de densidad alta (mismas características que nuestro proyecto propuesto) contaban con un precio por m2 promedio de \$2,532.61 (área ocupada).

Como se puede observar en el cuadro de ventas estimamos un precio de área techada de \$2,100 y área libre de \$800 para los departamentos en el caso de los estacionamientos simples consideramos un costo de \$14,000. En este sentido contaremos con departamentos desde \$126,000 de 60m2 hasta \$208,766.50 para dptos. de 106.58m2.

Tabla 22 Cuadro de ventas

| CUADRO DE VENTAS | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|------|---------------|------|--------|---------|------------|--------|--------------|------------|-----------------------|--------------|
| PRECIO POR M2 | | | | | | | | | | | |
| A. TECHADA A. LIBRE ESTAC. SIMPLE | | | | | | | | | | | |
| V.E | | 800 | | 14,000 | | | | M2 promedio: | | 2,090.91 | |
| V.I | | 1,900 | | 700 | | | | | | | |
| DPTO | TIPO | NIVEL | CANT | VISTA | AREAS | | | PRECIOS | | PRECIO VTA (INC. IGV) | TOTAL \$ |
| | | | | | TECHADA | NO TECHADA | TOTAL | TECHADO | NO TECHADO | | |
| | | | | | M2 | M2 | M2 | | | US\$ | |
| 101 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 |
| 102 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 |
| 103 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 |
| 104 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 |
| 201-1201 | Flat | 2do - 12avo | 11 | Ext. | 91.27 | 0.00 | 91.27 | 191,660.70 | - | 191,660.70 | 2,108,267.70 |
| 202-1202 | Flat | 2do - 12avo | 11 | Ext. | 95.00 | 0.00 | 95.00 | 199,500.00 | - | 199,500.00 | 2,194,500.00 |
| 203-1203 | Flat | 2do - 10cimo | 11 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 204,750.00 | - | 204,750.00 | 2,252,250.00 |
| 204-1204 | Flat | 2do - 10cimo | 11 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 1,386,000.00 |
| 205-1205 | Flat | 2do - 10cimo | 11 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 1,386,000.00 |
| 1301-2001 | Flat | 13avo - 20avo | 8 | Ext. | 61.01 | 0.00 | 61.01 | 128,119.32 | - | 128,119.32 | 1,024,954.56 |
| 1302-2002 | Flat | 13avo - 20avo | 8 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 204,750.00 | - | 204,750.00 | 1,638,000.00 |
| 1303-2003 | Flat | 13avo - 20avo | 8 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 1,008,000.00 |
| | | | | | 83.00 | 6,569.53 | 46.28 | 6,615.81 | | 2,141,846 | 13,833,038 |

| | PRECIO VENTA | IGV VENTA | SIN IGV | CANT | TOTAL RECAUDACIÓN CON IGV \$ |
|------------------------|--------------|-------------|--------------|------|------------------------------|
| Estacionamiento Simple | \$ 14,000.00 | \$ 2,520.00 | \$ 11,480.00 | 83 | \$ 1,162,000.00 |
| | \$ 14,000.00 | | \$ 11,480.00 | | 1,162,000 |

TOTAL VENTAS \$ **14,995,038**

Nota: Elaboración propia

En suma, se generará una recaudación por venta de departamentos de \$13,833,038 y de \$1,162,000 por venta de estacionamiento, lo que hace un total de ventas de \$14,995,038.

Se proyecta el diseño, construcción y administración del proyecto en un periodo de 33 meses (Ver Anexo 04) con el inicio de los preoperativos y el termino con la venta y postventa de las unidades inmobiliarias. Se calcula la duración del desarrollo del diseño del anteproyecto, proyecto hasta la obtención de la licencia de edificación un total de 04 meses, para la ejecución de la obra se estima un periodo de 20 meses con 02 meses de postventa como se puede ver en la siguiente tabla resumen.

Tabla 23 Línea de tiempo del proyecto inmobiliario, venta

| Línea de tiempo del Proyecto | | | | | | | | | | |
|--|------------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| GANTT | CANT MESES | INICIO | FIN | Mes 0 | Mes 6 | Mes 12 | Mes 18 | Mes 24 | Mes 30 | Mes 36 |
| PREOPERATIVOS | | | | | | | | | | |
| Compra de Terreno | 1.00 | Mes 00 | - | | | | | | | |
| FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | | | | | | | | | | |
| Aprobación de líneas de banco | 3.00 | Mes 02 | Mes 04 | | | | | | | |
| Activación de líneas crediticias | 2.00 | Mes 11 | Mes 12 | | | | | | | |
| DESARROLLO DE ANTEPROYECTO Y PROYECTO | | | | | | | | | | |
| Desarrollo del anteproyecto | 2.00 | Mes 01 | Mes 02 | | | | | | | |
| Desarrollo del proyecto | 3.00 | Mes 03 | Mes 04 | | | | | | | |
| Licencias y permisos | 4.00 | Mes 01 | Mes 04 | | | | | | | |
| EJECUCIÓN DE LA OBRA | | | | | | | | | | |
| Construcción Superficie (Torre) | 16.00 | Mes 17 | Mes 32 | | | | | | | |
| Construcción Sótanos | 4.00 | Mes 13 | Mes 16 | | | | | | | |
| Servicios Públicos | 5.00 | Mes 28 | Mes 32 | | | | | | | |
| Postventa | 2.00 | Mes 32 | Mes 33 | | | | | | | |
| MARKETING VENTAS | | | | | | | | | | |
| Preparación para lanzamiento | 1.00 | Mes 05 | Mes 05 | | | | | | | |
| Preventa | 7.00 | Mes 05 | Mes 11 | | | | | | | |
| Venta | 22.00 | Mes 12 | Mes 33 | | | | | | | |
| GERENCIAMIENTO DEL PROYECTO | | | | | | | | | | |
| Estructuración del Proyecto | 4.00 | Mes 13 | Mes 16 | | | | | | | |
| Gerenciamiento del Proyecto | 28.00 | Mes 05 | Mes 32 | | | | | | | |

Nota: Elaboración propia

El proyecto contará con el financiamiento bancario en dos oportunidades para la compra del terreno en la etapa de preoperativos y para la ejecución del proyecto inmobiliario, el tiempo de exacto de duración (inicio y termino) se verá reflejado en el estudio financiero.

En función a estas variantes y la cabida arquitectónica antes expuesto se realizó un estudio de factibilidad del proyecto inmobiliario (Anexo 05) considerando las siguientes premisas básicas como se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 24 Cuadro de costos de construcción

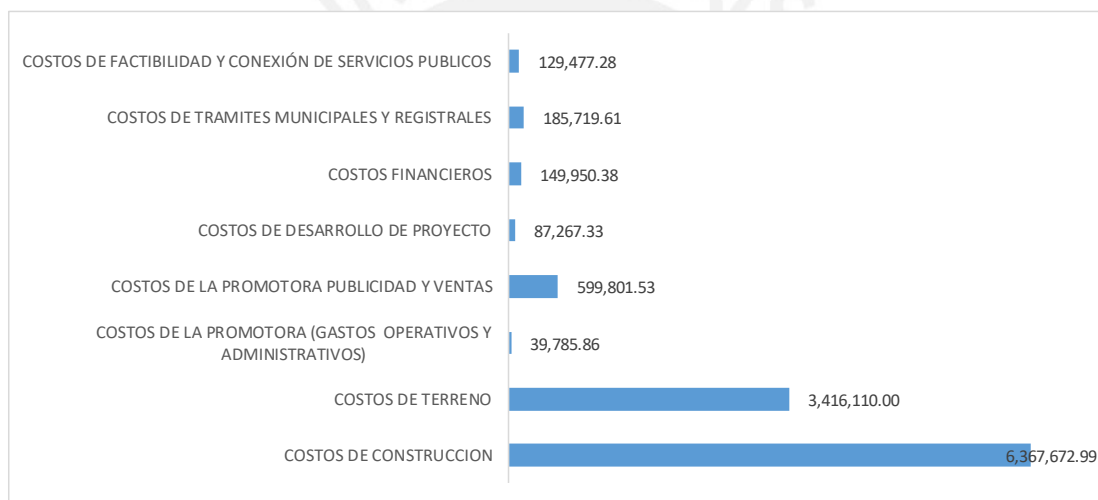
| PREMISAS BASICAS | | | |
|--|-------------|-----------------|--------------------------|
| Terreno | | | |
| Área Total del Terreno | m2 | 730.80 | |
| Precio Total | USD | 3,289,000.00 | |
| Precio Unitario | USD x m2 | 4,500.55 | |
| Alcabala | % | 3.00% SAT | |
| CONSTRUCCION | | | |
| Área útil total construir superficie | m2 | 7,003.69 | |
| Área x Estacionamiento requerido | m2 | 35.00 | ratio experiencia, RNE |
| Área útil total construir sótanos | m2 | 2,923.20 | |
| N° sótanos | | 4.00 | 6% |
| Total área construir | m2 | 9,926.89 | |
| PRECIO DE VENTA CON IGV | | | |
| Precio Venta Dpto | USD x m2 | 2,090.91 | Estudio de Mercado, se e |
| Precio Venta Promedio x Dpto | USD | 166,663.11 | |
| Precio Venta Estacionamiento simple | USD x Unid | 14,000.00 | 83 und |
| COSTOS DEL PROYECTO SIN IGV | | | |
| Honorarios del Proyecto | SD x m2 con | 7.45 | |
| Licencias y permisos | SD x m2 con | 18.71 | |
| Construcción Superficie | SD x m2 con | 550.00 | Estudio Técnico (ratios) |
| Construcción Sótanos | SD x m2 con | 500.00 | |
| Otros construccion | USD | 82,700.86 | |
| Servicios Públicos | Construcció | 3.50% | |
| Marketing, Ventas, Post Venta | % Ingresos | 5.00% | |
| Estructuración del Proyecto | Construcció | 0.50% | |
| Gerenciamiento del Proyecto | % Ingresos | 5.00% | |
| Supervisión Técnica | % Ingresos | 2.00% | |
| Independización y Titulación | % Ingresos | 1.00% | |
| Otros Gastos | % Ingresos | 3.00% | |
| RATIOS TRIBUTARIOS | | | |
| Impuesto a la Renta | % | 29.50% | TC |
| IGV Venta | % | 9.00% | |
| IGV Compra | % | 18.00% | |
| Detracción | % | 4.00% | |
| Reserva para independización | % Ingresos | 2.50% | |
| Tope Reserva para independización | USD | 100,000.00 | |

Nota: Elaboración propia

En función a estas premisas se pudo determinar el costo del proyecto inmobiliario (Ver Anexo 05), en donde los costos directo correspondientes al costo de la construcción y del terreno equivalen 89.1% del costo total. En el caso de los costos indirecto como son el costo de la promotora, publicidad y ventas, desarrollo del proyecto, financieros, trámites municipales y registrales, factibilidades y servicios públicos corresponden a un 10.9% del costo total.

Tabla 25 Resumen de los costos del proyecto inmobiliario, venta

| RESUMEN | | | |
|---|----------------------|-------------------|-------------------|
| | USD | % SOBRE COSTOS | % SOBRE VENTAS |
| COSTOS DE CONSTRUCCION | 6,367,672.99 | 58.0% | 42.5% |
| COSTOS DE TERRENO | 3,416,110.00 | 31.1% | 22.8% |
| COSTOS DE LA PROMOTORA (GASTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS) | 39,785.86 | 0.4% | 0.3% |
| COSTOS DE LA PROMOTORA PUBLICIDAD Y VENTAS | 599,801.53 | 5.5% | 4.0% |
| COSTOS DE DESARROLLO DE PROYECTO | 87,267.33 | 0.8% | 0.6% |
| COSTOS FINANCIEROS | 149,950.38 | 0.0% | 0.0% |
| COSTOS DE TRAMITES MUNICIPALES Y REGISTRALES | 185,719.61 | 1.7% | 1.2% |
| COSTOS DE FACTIBILIDAD Y CONEXIÓN DE SERVICIOS PUBLICOS | 129,477.28 | 1.2% | 0.9% |
| TOTAL DE EGRESOS (CON IGV) | 10,975,784.98 | | |
| CREDITO FISCAL (IGV) | 1,064,158.50 | | |
| COSTOS DIRECTOS | 9,783,782.99 | | 89.1% |
| COSTOS INDIRECTOS | 1,192,001.99 | | 10.9% |
| TOTAL COSTOS | 10,975,784.98 | | 100.0% |



Nota: Elaboración propia

La utilidad esperada para este proyecto sería de un 18.1% correspondiente a \$2,710,929 como se puede ver en el siguiente cuadro de ganancias y pérdidas. La empresa inmobiliaria considera a partir de un 15% como un proyecto rentable, por lo cual estaríamos superando su mínimo indispensable.

Tabla 26 Ganancias y pérdidas

| PROYECTO JOSE PARDO CON GENERAL VARELA | | |
|---|--------------|-------------------|
| Ganancias y pérdidas | | |
| | | US\$ |
| Total ventas brutas | | 14,995,038 |
| <i>igv</i> | | 1,238,122 |
| <i>Venta neta de IGV</i> | | 13,756,916 |
| Costo total del proyecto | | 10,975,785 |
| <i>Crédito fiscal</i> | | 1,064,158 |
| <i>Costo total sin Igv</i> | | 9,911,626 |
| Resultado neto | 25.6% | 3,845,289 |
| Impto a la Renta | 0.295 | 1,134,360 |
| Utilidad neta | 18.1% | 2,710,929 |

Nota: Elaboración propia

6.5 Análisis de factibilidad del proyecto inmobiliario considerando venta y renta

En este segundo escenario se consideró el 49% de las unidades inmobiliarias para renta correspondiente (41 unidades) del total, y el 51% destinadas para venta (42 unidades). De esta manera poder tener un ingreso inmediato (liquidez) con la venta de los departamentos y poder garantizar al banco el cumplimiento de la preventa del 30% de unidades inmobiliarias que equivalen a 25 unidades (Acceder al crédito hipotecario).

Para el caso de las unidades inmobiliarias consideradas en renta, estarían solo por un periodo de 05 años para pasar a venta. La idea de negocio para estas unidades inmobiliarias es brindar una opción a los clientes que aún no cuentan con poder adquisitivo para la compra de un inmueble, sin embargo, cuentan con una necesidad de vivienda. En este panorama pasado los 05 años los arrendatarios tienen la opción compra de las unidades inmobiliarias o caso contrario pasa al mercado inmobiliario de venta con una depreciación del 9% del valor inicial.

Los precios de venta de las unidades inmobiliarias (departamentos que inician la venta directamente sin arrendamiento) se mantienen como el 1er escenario con \$2,100 para el área techada y \$800 para el área libre para los departamentos, los estacionamientos simples con un costo de \$14,000 (Todos son para venta). En este caso considerando las 42 unidades se tendría un costo de recaudación por venta de \$8,176,974 como se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 27 Cuadro de ventas de 42 unidades inmobiliarias con 83 estacionamientos

| CUADRO DE VENTAS | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|---------------|--------|-------|---------|------------|--------|------------|------------|--------------------------|--------------|--------------|----------|
| PRECIO POR M2 | | | | | | | | | | | | | |
| A. TECHADA A. LIBRE ESTAC. SIMPLE | | | | | | | | | | | | | |
| V.E | 2,100 | 800 | 14,000 | | | | | | | | | M2 promedio: | 2,091.03 |
| V.I | 1,900 | 700 | | | | | | | | | | | |
| DPTO | TIPO | NIVEL | CANT | VISTA | AREAS | | | PRECIOS | | PRECIO VTA (INC. IGV) | TOTAL | | |
| | | | | | TECHADA | NO TECHADA | TOTAL | TECHADO | NO TECHADO | | | | |
| | | | | | M2 | M2 | M2 | US\$ | | | | | |
| 101 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | | | - | | |
| 102 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | | | - | | |
| 103 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 | | |
| 104 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 199,510.50 | 9,256.00 | 208,766.50 | 208,766.50 | | |
| 201-1201 | Flat | 2do - 12avo | 6 | Ext. | 91.27 | 0.00 | 91.27 | 191,660.70 | - | 191,660.70 | 1,149,964.20 | | |
| 202-1202 | Flat | 2do - 12avo | 5 | Ext. | 95.00 | 0.00 | 95.00 | 199,500.00 | - | 199,500.00 | 997,500.00 | | |
| 203-1203 | Flat | 2do - 10cimo | 6 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 204,750.00 | - | 204,750.00 | 1,228,500.00 | | |
| 204-1204 | Flat | 2do - 10cimo | 6 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 756,000.00 | | |
| 205-1205 | Flat | 2do - 10cimo | 5 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 630,000.00 | | |
| 1301-2001 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 61.01 | 0.00 | 61.01 | 128,119.32 | - | 128,119.32 | 512,477.28 | | |
| 1302-2002 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 204,750.00 | - | 204,750.00 | 819,000.00 | | |
| 1303-2003 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 126,000.00 | - | 126,000.00 | 504,000.00 | | |
| | | | | | 42.00 | 3,308.51 | 46.28 | 3,354.79 | | 1,724,313 | 7,014,974 | | |

| | PRECIO VENTA | IGV VENTA | SIN IGV | CANT | TOTAL RECAUDACIÓN CON IGV |
|------------------------|--------------|-------------|--------------|------|---------------------------|
| Estacionamiento Simple | \$ 14,000.00 | \$ 2,520.00 | \$ 11,480.00 | 83 | \$ 1,162,000.00 |
| | \$ 14,000.00 | | \$ 11,480.00 | | 1,162,000 |

TOTAL VENTAS 8,176,974

Nota: Elaboración propia

En el caso de los departamentos para renta se trabajó con el mismo concepto de mantener el proyecto competitivo con el mercado, según el estudio de mercado el precio de renta promedio es de \$ 11.42 por m2 mensual, por lo que el proyecto contará con departamentos en renta en \$10.50 por m2 considerando un porcentaje de ocupación de 70%.

En el caso de los departamentos que tienen la modalidad inicial de renta que posteriormente se vuelven venta, como se mencionó líneas arriba, se considera una depreciación del 9% del valor inicial de venta, es decir se considera un costo de venta de área techada en \$1,890 y área libre en \$720.

Tabla 28 Cuadro de renta de las 41 unidades inmobiliarias y posterior venta

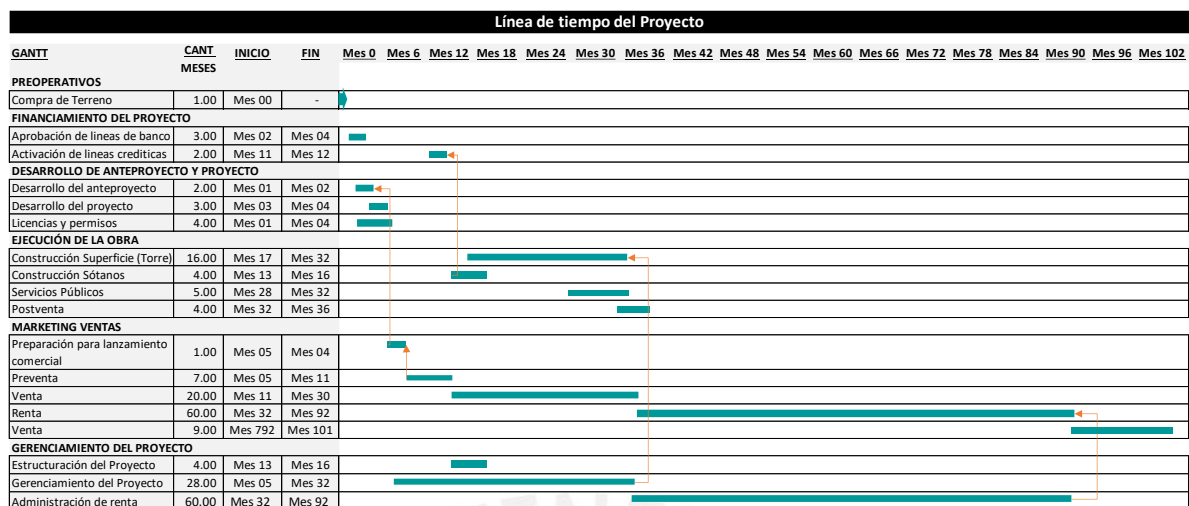
| CUADRO DE RENTA | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------|----------------|-------------------|-------|---------|------------|--------|---------------------------|-------------------------|----------|--|
| RENTA MENSUAL POR M2 | | | | | | | | | | | |
| A. OCUPADA | | % de ocupación | Tiempo en renta | | | | | Renta promedio por m2: | | | |
| V.E | 10.50 | 70% | 60 Meses (5 años) | | | | | Renta promedio por m2: | | 10.50 | |
| V.I | 9.50 | | | | | | | Renta promedio por dpto.: | | 877.20 | |
| DPTO | TIPO | NIVEL | CANT | VISTA | AREAS | | | RENTA MENSUAL | PRECIO RENTA (INC. IGV) | TOTAL | |
| | | | | | TECHADA | NO TECHADA | TOTAL | | | | |
| | | | | | M2 | M2 | M2 | US\$ | | | |
| 101 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 1,119.04 | 1,119.04 | 1,119.04 | |
| 102 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 1,119.04 | 1,119.04 | 1,119.04 | |
| 103 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | - | - | |
| 104 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | - | - | |
| 201-1201 | Flat | 2do - 12avo | 5 | Ext. | 91.27 | 0.00 | 91.27 | 958.30 | 958.30 | 4,791.52 | |
| 202-1202 | Flat | 2do - 12avo | 6 | Ext. | 95.00 | 0.00 | 95.00 | 997.50 | 997.50 | 5,985.00 | |
| 203-1203 | Flat | 2do - 10cimo | 5 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 1,023.75 | 1,023.75 | 5,118.75 | |
| 204-1204 | Flat | 2do - 10cimo | 5 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 630.00 | 630.00 | 3,150.00 | |
| 205-1205 | Flat | 2do - 10cimo | 6 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 630.00 | 630.00 | 3,780.00 | |
| 1301-2001 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 61.01 | 0.00 | 61.01 | 640.60 | 640.60 | 2,562.39 | |
| 1302-2002 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 1,023.75 | 1,023.75 | 4,095.00 | |
| 1303-2003 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 630.00 | 630.00 | 2,520.00 | |
| | | | | | 41.00 | 3,214.74 | 46.28 | 3,261.02 | 8,772 | 34,241 | |

| CUADRO DE VENTAS DESPUÉS DE 60 MESES | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-------|---------------|---------------------|-------|---------|------------|--------|--------------|------------|-----------------------|--------------|
| PRECIO POR M2 | | | | | | | | | | | |
| A. TECHADA | | A. LIBRE | Depreciación del 9% | | | | | M2 promedio: | | | |
| V.E | 1,890 | 720.00 | 0.90 | | | | | M2 promedio: | | 1,881.70 | |
| DPTO | TIPO | NIVEL | CANT | VISTA | AREAS | | | PRECIOS | | PRECIO VTA (INC. IGV) | TOTAL |
| | | | | | TECHADA | NO TECHADA | TOTAL | TECHADO | NO TECHADO | | |
| | | | | | M2 | M2 | M2 | US\$ | | | |
| 101 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 179,559.45 | 8,330.40 | 187,889.85 | 187,889.85 |
| 102 | Flat | 1er piso | 1 | Ext. | 95.01 | 11.57 | 106.58 | 179,559.45 | 8,330.40 | 187,889.85 | 187,889.85 |
| 103 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | | | |
| 104 | Flat | 1er piso | 0 | Ext. | 95.01 | 11.57 | | | | | |
| 201-1201 | Flat | 2do - 12avo | 5 | Ext. | 91.27 | 0.00 | 91.27 | 172,494.63 | - | 172,494.63 | 862,473.15 |
| 202-1202 | Flat | 2do - 12avo | 6 | Ext. | 95.00 | 0.00 | 95.00 | 179,550.00 | - | 179,550.00 | 1,077,300.00 |
| 203-1203 | Flat | 2do - 10cimo | 5 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 184,275.00 | - | 184,275.00 | 921,375.00 |
| 204-1204 | Flat | 2do - 10cimo | 5 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 113,400.00 | - | 113,400.00 | 567,000.00 |
| 205-1205 | Flat | 2do - 10cimo | 6 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 113,400.00 | - | 113,400.00 | 680,400.00 |
| 1301-2001 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 61.01 | 0.00 | 61.01 | 115,307.39 | - | 115,307.39 | 461,229.55 |
| 1302-2002 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 97.50 | 0.00 | 97.50 | 184,275.00 | - | 184,275.00 | 737,100.00 |
| 1303-2003 | Flat | 13avo - 20avo | 4 | Ext. | 60.00 | 0.00 | 60.00 | 113,400.00 | - | 113,400.00 | 453,600.00 |
| | | | | | 41.00 | 3,214.74 | 46.28 | 3,261.02 | 1,551,882 | 6,136,257 | |

Nota: Elaboración propia

El proyecto en este escenario estaría proyectado el diseño, construcción y administración del proyecto en un periodo de 101 meses (Ver Anexo 06) con el inicio de los preoperativos y el termino con la venta de las últimas 41 unidades inmobiliarias (se prevé 05 meses para su venta) que iniciaron como renta. Los tiempos en el primer escenario se mantienen solo se agrega la renta que tomaría un promedio de 60 meses (05 años) una vez culminada la construcción del proyecto, así como la administración de estas unidades como se puede ver en el siguiente gráfico.

Tabla 29 Línea de tiempo del proyecto inmobiliario considerando venta y renta



Nota: Elaboración propia

Para este escenario el proyecto contará con el financiamiento bancario en dos oportunidades para la compra del terreno en la etapa de preoperativos y para la ejecución del proyecto inmobiliario, el tiempo de exacto de duración (inicio y termino) se verá reflejado en el estudio financiero.

En función a estas variantes y la cabida arquitectónica antes expuesto se realizó un estudio de factibilidad del proyecto inmobiliario (Anexo 07) considerando las siguientes premisas básicas como se puede ver en el siguiente cuadro.

Tabla 30 Cuadro de costos de construcción

| PREMISAS BASICAS | | | |
|--|----------------|-------------------|---|
| Terreno | | | |
| Área Total del Terreno | m2 | 730.80 | |
| Precio Total | USD | 3,289,000.00 | |
| Precio Unitario | USD x m2 | 4,500.55 | |
| Alcabala | % | 3.00% | SAT |
| PRECIO DE VENTA CON IGV | | | |
| Precio Venta Dpto | USD x m2 | 2,091.03 | Estudio de Mercado |
| Precio Venta Promedio x Dpto | USD | 166,673.14 | |
| Precio Venta Estacionamiento simple | USD x Unid | 14,000.00 | 83 und |
| PRECIO DE RENTA CON IGV | | | |
| Precio Renta Dpto | USD x m2 | 10.50 | Estudio de Mercado |
| % de ocupacion | % | 70% | |
| Tiempo de renta | mes | 60.00 | |
| Precio Renta Promedio x Dpto | USD | 877.20 | |
| Precio Venta Dpto (después de renta) | USD x m2 | 1,881.70 | |
| COSTOS DEL PROYECTO SIN IGV | | | |
| Honorarios del Proyecto | USD x m2 const | 7.45 | |
| Licencias y permisos | USD x m2 const | 11.84 | |
| Construcción Superficie | USD x m2 const | 550.00 | Estudio Técnico (ratios) |
| Construcción Sótanos | USD x m2 const | 500.00 | |
| Otros construccion | USD | 82,700.86 | |
| Servicios Públicos | % Construcción | 3.50% | |
| Marketing, Ventas, Post Venta | % Ingresos | 5.00% | |
| Estructuración del Proyecto | % Construcción | 0.50% | |
| Gerenciamiento del Proyecto | % Ingresos | 5.00% | |
| Supervisión Técnica | % Ingresos | 2.00% | |
| Independización y Titulación | % Ingresos | 1.00% | |
| Otros Gastos | % Ingresos | 3.00% | |
| RATIOS TRIBUTARIOS | | | |
| Impuesto a la Renta | % | 29.50% | TC |
| IGV Venta | % | 9.00% | 50% del IGV aplicable a la construcción |
| IGV Compra | % | 18.00% | |
| Detracción | % | 4.00% | |
| Reserva para independización | % Ingresos | 2.50% | |
| Tope Reserva para independización | USD | 100,000.00 | |

Nota: Elaboración propia

En función a estas premisas se pudo determinar el costo del proyecto inmobiliario (Ver Anexo 07), en donde los costos directo correspondientes al costo de la construcción, del terreno y la administración de los departamentos en renta equivalen 92.7% del costo total. En el caso de los costos indirecto corresponden a un 7.3% del costo total como se puede apreciar en el cuadro resumen líneas abajo.

Tabla 31 Resumen de los costos del proyecto inmobiliario, venta y renta

| RESUMEN | | | |
|--|----------------------|----------------|----------------|
| | USD | % SOBRE COSTOS | % SOBRE VENTAS |
| COSTOS DE CONSTRUCCION | 6,367,672.99 | 60.3% | 40.4% |
| COSTOS DE TERRENO | 3,416,110.00 | 32.3% | 21.7% |
| COSTO DE ADMINISTRACIÓN DE LOS DPTOS. EN RENTA | 230,880.34 | 2.2% | 1.5% |
| COSTOS DE LA PROMOTORA (GASTOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS) | 39,785.86 | 0.4% | 0.3% |
| COSTOS DE LA PROMOTORA PUBLICIDAD Y VENTAS | 327,078.98 | 3.1% | 2.1% |
| COSTOS DE DESARROLLO DE PROYECTO | 87,267.33 | 0.8% | 0.6% |
| COSTOS FINANCIEROS | 81,769.74 | 0.0% | 0.0% |
| COSTOS DE TRAMITES MUNICIPALES Y REGISTRALES | 117,538.97 | 1.1% | 0.7% |
| COSTOS DE FACTIBILIDAD Y CONEXIÓN DE SERVICIOS PUBLICOS | 129,477.28 | 1.2% | 0.8% |
| TOTAL DE EGRESOS (CON IGV) | 10,797,581.50 | | |
| CREDITO FISCAL (IGV) | 1,038,157.41 | | |
| COSTOS DIRECTOS | 10,014,663.34 | | 92.7% |
| COSTOS INDIRECTOS | 782,918.16 | | 7.3% |
| TOTAL COSTOS | 10,797,581.50 | | 100.0% |



Nota: Elaboración propia

La utilidad esperada para este proyecto sería de un 28.1% correspondiente a \$4,419,087 como se puede ver en el siguiente cuadro de ganancias y pérdidas. La empresa inmobiliaria considera a partir de un 15% como un proyecto rentable, por lo cual estaríamos superando su mínimo indispensable, sin embargo, a diferencia del 1er escenario analizado la recaudación total estaría tomando 101 meses desde el inicio de los trabajos preoperativos.

Tabla 32 Ganancias y perdidas

| PROYECTO JOSE PARDO CON GENERAL VARELA | | | |
|---|--------------|--|-------------------|
| Ganancias y perdidas | | | |
| | | | US\$ |
| Total ventas brutas | | | 15,751,342 |
| <i>igv</i> | | | 1,401,199 |
| <i>Venta neta de IGV</i> | | | 14,350,143 |
| Costo total del proyecto | | | 10,797,581 |
| <i>Crédito fiscal</i> | | | 1,073,376 |
| <i>Costo total sin Igv</i> | | | 9,724,205 |
| Resultado neto | 29.4% | | 4,625,938 |
| Impto a la Renta | 0.295 | | 206,851 |
| Utilidad neta | 28.1% | | 4,419,087 |

Nota: Elaboración propia

La primera recaudación de un total de \$8,176,974 (equivale al 54%) se estaría realizando al finalizar las ventas que están proyectadas en el mes 30 (Inicia la preventa en el mes 05) de acuerdo a nuestra línea de tiempo, en el caso de los departamentos que son renta se estaría realizando la recaudación entre el periodo del mes 12 al mes 77 de \$6,136,257 (equivale al 39%) y posteriormente a la venta de estas unidades inmobiliarias se realizaría la recaudación de \$1,162,000 (equivale al 7%) se realizaría en el periodo del mes 92 al mes 101.

6.6 Conclusiones de las factibilidades

Como se ha podido ver a lo largo del capítulo se ha planteado dos escenarios en función a las necesidades que cuenta nuestro target objetivo, de esta manera puedan acceder económicamente a nuestro proyecto inmobiliario propuesto.

Los dos escenarios cuentan con una buena utilidad neta que sobrepasa el mínimo esperado de la empresa inmobiliaria del 15%, sin embargo, en el 1er escenario que contempla la venta de todas las unidades inmobiliarias la recaudación de las ventas se vería reflejada un mes después del término de la ejecución del proyecto inmobiliario con un porcentaje de utilidad de 18.1% (equivale a \$2,710,929). De esta manera la empresa inmobiliaria contaría con liquidez para poder volver a invertir en otros proyectos.

Si se considera el segundo escenario la utilidad neta sería de 28.1% (equivale a \$4,419,087) pero la recaudación de las ventas estaría dada en tres periodos de tiempos:

- \$8,176,974 (equivale al 54%) al finalizar las ventas que están proyectadas en el mes 30 (Inicia la preventa del mes 05)
- \$6,136,257 (equivale al 39%) se realizaría entre el periodo del mes 12 al 77 al concluir con los contratos de renta para convertirse en venta
- \$1,162,000 (equivale al 7%) del mes 92 al mes 101, cuando finaliza la renta y se vuelve venta.

La diferencia monetaria de un escenario y el otro es de \$1,708,158 (equivale a un aumento del 63% sobre la base del 1er escenario).

7 FLUJO DE CAJA Y ANALISIS DE SENSIBILIDAD

7.1 Análisis Financiero para la venta total

Se realizó el análisis financiero para evaluar la rentabilidad en el caso que la totalidad de unidades inmobiliarias sean vendidas tomando en cuenta los datos antes analizados de la competencia, mercado y situación actual de la industria.

7.1.1 Presupuesto

En la tabla 26 se muestra el estado de pérdidas y ganancias que se calculó inicialmente con la propuesta de venta total del proyecto en los cuales se observa que la utilidad neta es del 18.1% con referencia a las ventas totales, posterior a ello se generó el análisis financiero tomando en cuenta los egresos, ingresos e impuestos, para posterior a ello proyectar un cronograma y obtener la rentabilidad del proyecto.

7.1.1.1 Egresos

En la siguiente tabla se muestra los egresos considerados para el Flujo de caja del proyecto para la venta total, en el anexo 8 se podrá observar el flujo de caja completo de los Egresos.

Tabla 33 Egresos de la totalidad de venta

| | <u>Unid</u> | <u>Precio x Unid</u> | <u>Valor de Venta</u> | <u>IGV</u> | <u>Total</u> |
|---------------------------------------|-------------|----------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| II. Egresos | | | | | |
| Terreno | | | | | |
| Costo Terreno | 731 m2 | 4,500.55 | 3,289,000 | - | 3,289,000 |
| Alcabala | | 3.0% | 98,670 | - | 98,670 |
| Gastos Notariales/Registrales | | | 4,800 | - | 4,800 |
| ESTUDIO DE SUELOS Y TOPOGRAFICOS | | | 12,407 | 2,233 | 14,640 |
| OTROS PAGOS Y/O IMPREVISTOS (ABOGADO) | | | 9,000 | | 9,000 |
| Total Costo Terreno | | | 3,413,877 | 2,233 | 3,416,110 |
| Costos Directos | | | | | |
| Costo Construcción Superficie | 7,004 m2 | 550.00 | 3,852,032 | 693,366 | 4,545,398 |
| Costo Construcción Sótanos | 2,923 m2 | 500.00 | 1,461,600 | 263,088 | 1,724,688 |
| Otros construcion | | 82,700.86 | 82,701 | 14,886 | 97,587 |
| Total Costos Directos | | | 5,396,333 | 971,340 | 6,367,673 |
| Costos Indirectos | | | | | |
| Costos Factibilidad | | 109,726.50 | 109,727 | 19,751 | 129,477 |
| Honorarios del Proyecto | 9,927 m2 | 7.45 | 73,955 | 13,312 | 87,267 |
| Licencias y permisos | 9,927 m2 | 18.71 | 185,720 | - | 185,720 |
| Marketing, Ventas, Post Venta | | | 542,617 | 57,184 | 599,802 |
| Financieros | | | 149,950 | - | 149,950 |
| Administrativos | | | 39,448 | 338 | 39,786 |
| Total Costos Indirectos | | | 1,101,417 | 90,585 | 1,192,002 |
| Total Egresos | | | 9,911,626 | 1,064,158 | 10,975,785 |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 28 se observa que la cantidad de egresos total es de 10'975,785.00 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado.

7.1.1.2 Ingresos

En la siguiente tabla se muestra los ingresos producto de la ejecución del proyecto y la venta total de las unidades inmobiliarias, en el anexo 8 se podrá observar el flujo de caja completo de los ingresos.

Tabla 34 Ingresos de la totalidad de venta

| | <u>Unid</u> | <u>Precio x Unid</u> | <u>Valor de Venta</u> | <u>IGV</u> | <u>Total</u> |
|-----------------------|-------------|----------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| I. Ingresos | | | | | |
| Departamentos | 6,616 m2 | 2,090.91 | 12,690,861 | 1,142,177 | 13,833,038 |
| Estacionamientos | 83 unid | 14,000.00 | 1,066,055 | 95,945 | 1,162,000 |
| Depositos | 0 unid | - | - | - | - |
| Total Ingresos | | | 13,756,916 | 1,238,122 | 14,995,038 |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 29 se observa que la cantidad de ingresos totales de 14'995,038.00 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado.

7.1.1.3 Impuestos

Se tomaron en cuenta los impuestos de IGV y de renta para el cálculo del análisis financiero realizado, en las tablas 28 y 29 se observa que se tomó en cuenta el IGV de los ingresos y egresos y en la siguiente tabla se podrá observar el cálculo de los impuestos de renta según la utilidad antes de impuestos que desarrollamos con los ingresos y egresos, en el anexo 8 se podrá observar el flujo de caja completo de cada uno de los impuestos.

Tabla 35 Cálculo del impuesto de la renta

| | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Utilidad antes de Impuestos | 3,845,289 | 173,964 | 4,019,253 |
| Impuesto a la Renta | 29,5% | 1,134,360 | |
| Utilidad Neta del Proyecto | | 2,710,929 | |
| Utilidad Neta del Proyecto Ajustada | | 2,710,929 | |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 30 se observa que la cantidad de impuesto a la renta del proyecto calculada con el 29.5% de la utilidad, haciendo un total de impuesto a la renta de 1'134,360.00 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado.

7.1.1.4 Cronograma proyectado

El Cronograma Proyectado de la propuesta de negocio se desarrolló para la referencia de tiempos para los flujos de caja de los ingresos, egresos e impuestos que se pudieron obtener,

tomando en cuenta los tiempos del proyecto desde su concepción hasta las últimas participaciones del final del negocio, estos están detallados en el anexo 4 de la presente tesis y están referenciados en el anexo 8 para el flujo de caja correspondiente.

El cronograma proyectado analiza los 34 meses de participación dentro del proyecto tomando en cuenta mes a mes de cada una de las variables para el flujo de caja, logrando así obtener los valores proyectados durante el tiempo del proyecto.

7.1.1.5 Rentabilidad del proyecto

El análisis financiero realizado presenta múltiples rentabilidades con respecto a diferentes puntos, esto también se muestran en el anexo 9 con cada uno de los flujos de caja, uno de los más referenciales es la rentabilidad del flujo de caja económico propio de proyecto, el cual se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 36 Rentabilidad del proyecto

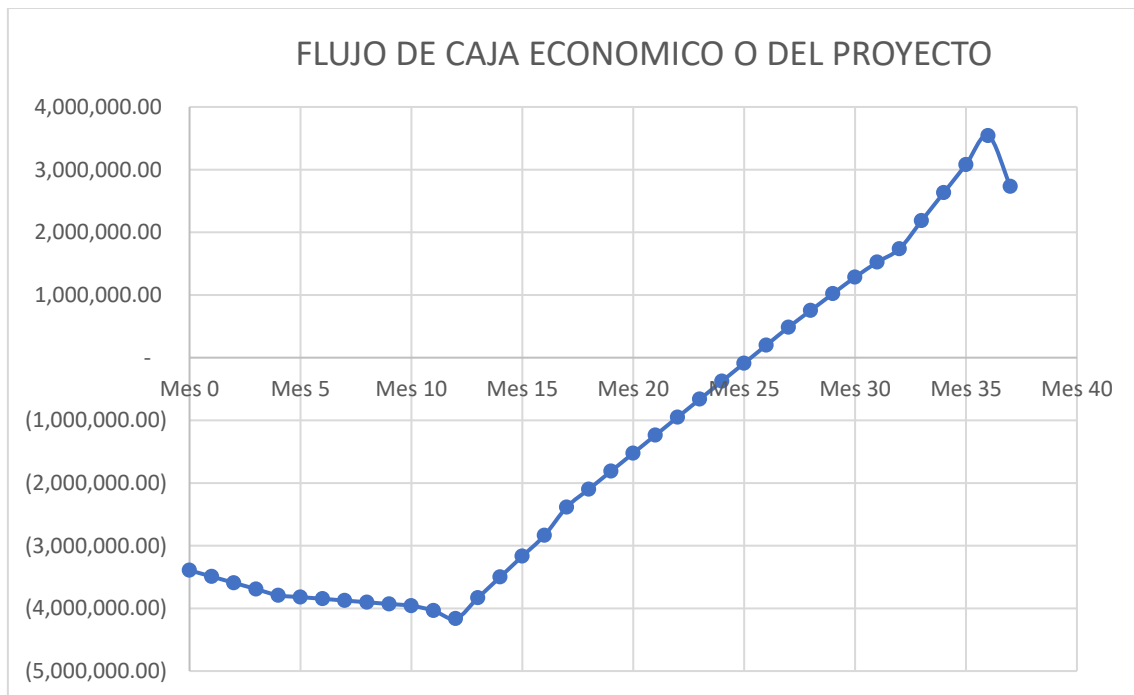
| | <u>Anual</u> | <u>Mensual</u> |
|--------------------------|------------------------|----------------|
| Tasa de Descuento | 12.00% | 0.95% |
| Aporte de capital | \$ 4,163,823.98 | |
| VAN del Proyecto | \$ 1,418,019.60 | |
| TIR del Proyecto | 31.86% | 2.33% |
| TIR Modificada | 17.67% | 1.37% |
| Tasa de Financiamiento | 8.0% | 0.6% |
| Tasa de Reinversión | 12.0% | 0.9% |

Nota: Elaboración propia

7.1.2 Flujo de caja proyectado

Se realizaron los flujos de caja proyectados económico del proyecto, económico del proyecto ajustado, deuda a corto plazo, deuda de compra de terreno, financiero del accionista y financiero del accionista ajustado, para que con ello tomar en cuenta la totalidad de variables y los retornos para cada uno de estos casos, el desarrollo completo se encuentra en el anexo 9 de la presente tesis.

Ilustración 65 Flujo de caja económico del proyecto



Nota: Elaboración propia

En la Ilustración 64 se presenta la curva de variación del flujo de caja económico del proyecto, como se observa se inicia con los gastos del terreno y otros, pero cuando se comienza la venta el flujo de caja comienza a elevarse hasta que alcanza el pico más alto, para posterior a ello caer un porcentaje por el impuesto a la renta.

7.1.3 Análisis de sensibilidad

Las variables utilizadas para el análisis de sensibilidad de la presente tesis fueron elegidas debido al impacto que presentan su variación al TIR y VAN financiero, se eligieron las variables como el precio de venta, velocidad de venta, costo de construcción y costo del terreno, obteniendo las siguientes tablas:

Tabla 37 Análisis de sensibilización

Precio de Venta / Velocidad de Ventas

| | | | VELOCIDAD DE VENTAS (Var. %) | | | | |
|--------------------------|-------------|--------|------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| TIR Financiero | | | 2.40 unid | 2.70 unid | 3.00 unid | 3.30 unid | 3.60 unid |
| | | 28.44% | -20.0% | -10.0% | 0.0% | 10.0% | 20.0% |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ 1,986.36 | -5.0% | 21.08% | 22.94% | 24.38% | 26.00% | 26.89% |
| | \$ 2,038.63 | -2.5% | 22.85% | 24.88% | 26.44% | 28.22% | 29.19% |
| | \$ 2,090.91 | 0.0% | 24.56% | 26.75% | 28.44% | 30.36% | 31.42% |
| | \$ 2,111.82 | 1.0% | 25.22% | 27.48% | 29.22% | 31.20% | 32.29% |
| | \$ 2,143.18 | 2.5% | 26.21% | 28.56% | 30.38% | 32.44% | 33.58% |

Precio de Venta / Velocidad de Ventas

| | | | VELOCIDAD DE VENTAS (Var. %) | | | | |
|--------------------------|-------------|-----------------|------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| VAN Financiero | | | 2.40 unid | 2.70 unid | 3.00 unid | 3.30 unid | 3.60 unid |
| | | \$ 1,160,594.67 | -20.0% | -10.0% | 0.0% | 10.0% | 20.0% |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ 1,986.36 | -5.0% | 695,895.36 | 783,086.85 | 842,684.11 | 903,100.86 | 934,037.88 |
| | \$ 2,038.63 | -2.5% | 848,089.92 | 939,379.86 | 1,001,661.06 | 1,065,159.71 | 1,097,452.97 |
| | \$ 2,090.91 | 0.0% | 999,974.82 | 1,095,333.17 | 1,160,594.67 | 1,226,884.26 | 1,260,665.05 |
| | \$ 2,143.18 | 2.5% | 1,151,505.44 | 1,251,144.85 | 1,319,179.48 | 1,388,536.92 | 1,423,877.14 |
| | \$ 2,195.45 | 5.0% | 1,302,814.38 | 1,406,719.69 | 1,477,764.29 | 1,550,189.57 | 1,587,026.05 |

Precio de Venta / Costo de construcción

| | | | COSTO DE CONSTRUCCIÓN (Var. %) | | | | |
|--------------------------|-------------|-----------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| VAN Financiero | | | \$ 544.50 | \$ 547.25 | \$ 550.00 | \$ 563.75 | \$ 632.50 |
| | | \$ 1,160,594.67 | -1.0% | -0.5% | 0.0% | 2.5% | 15.0% |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ 1,986.36 | -5.0% | 862,061.46 | 852,372.78 | 842,684.11 | 794,202.56 | 529,649.15 |
| | \$ 2,038.63 | -2.5% | 1,021,038.40 | 1,011,349.73 | 1,001,661.06 | 953,217.68 | 707,665.97 |
| | \$ 2,090.91 | 0.0% | 1,179,927.22 | 1,170,260.94 | 1,160,594.67 | 1,112,194.63 | 869,977.76 |
| | \$ 2,143.18 | 2.5% | 1,338,512.03 | 1,328,845.75 | 1,319,179.48 | 1,270,848.10 | 1,028,954.71 |
| | \$ 2,195.45 | 5.0% | 1,497,096.84 | 1,487,430.56 | 1,477,764.29 | 1,429,432.91 | 1,187,776.04 |

Precio de Venta / Velocidad de Ventas

| | | | COSTO DE TERRENO (Var. %) | | | | |
|--------------------------|-------------|--------|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| TIR Financiero | | | \$ 4,455.54 | \$ 4,478.04 | \$ 4,500.55 | \$ 4,725.57 | \$ 4,950.60 |
| | | 28.44% | -1.0% | -0.5% | 0.0% | 5.0% | 10.0% |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ 1,986.36 | -5.0% | 24.77% | 24.57% | 24.38% | 22.45% | 20.61% |
| | \$ 2,038.63 | -2.5% | 26.84% | 26.64% | 26.44% | 24.51% | 22.66% |
| | \$ 2,090.91 | 0.0% | 28.84% | 28.64% | 28.44% | 26.50% | 24.64% |
| | \$ 2,143.18 | 2.5% | 30.78% | 30.58% | 30.38% | 28.42% | 26.55% |
| | \$ 2,195.45 | 5.0% | 32.66% | 32.45% | 32.25% | 30.28% | 28.40% |

Nota: Elaboración propia

En las tablas del análisis de sensibilización se observa que tanto el costo de la construcción como la velocidad de ventas tienen un impacto significativo dentro del VAN del proyecto, siendo este último el que más afecta su variación de estas dos variables. Por otro lado, el precio de ventas impacta directamente al TIR y al VAN, siendo el que mayor impacto significa y con una mínima variación. El TIR se muestra ligeramente estable con las variaciones de las diferentes variables, siendo esto típico en proyecto inmobiliario.

7.2 Análisis Financiero para la venta y renta

Se realizó el análisis financiero para evaluar la rentabilidad en el caso se opte por vender aproximadamente el 50% de las unidades inmobiliarias y el 50% restante alquilarlas por un lapso de 5 años tomando en cuenta los datos antes analizados de la competencia, mercado y situación actual de la industria.

7.2.1 Presupuesto

En la tabla 27 se muestra el estado de pérdidas y ganancias que se calculó inicialmente con la propuesta de venta y alquiler, en proporciones similares, del proyecto en los cuales se observa que la utilidad neta es del 28.1% con referencia a los ingresos totales, posterior a ello se generó el análisis financiero tomando en cuenta los egresos, ingresos e impuestos, para posterior a ello proyectar un cronograma y obtener la rentabilidad del proyecto.

7.2.1.1 Egresos

En la siguiente tabla se muestra los egresos considerados para el Flujo de caja del proyecto para la venta y alquiler, en proporciones similares, en el anexo 10 se podrá observar el flujo de caja completo de los Egresos.

Tabla 38 Egresos de la venta y alquiler en proporciones similares

| | <u>Unid</u> | <u>Precio x Unid</u> | <u>Valor de Venta</u> | <u>IGV</u> | <u>Total</u> |
|---------------------------------------|-------------|----------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| <u>II. Egresos</u> | | | | | |
| <u>Terreno</u> | | | | | |
| Costo Terreno | 731 m2 | 4,500.55 | 3,289,000 | - | 3,289,000 |
| Alcabala | | 3.0% | 98,670 | - | 98,670 |
| Gastos Notariales/Registrales | | | 4,800 | - | 4,800 |
| ESTUDIO DE SUELOS Y TOPOGRAFICOS | | | 12,407 | 2,233 | 14,640 |
| OTROS PAGOS Y/O IMPREVISTOS (ABOGADO) | | | 9,000 | | 9,000 |
| Total Costo Terreno | | | 3,413,877 | 2,233 | 3,416,110 |
| <u>Costos Directos</u> | | | | | |
| Costo Construcción Superficie | 7,004 m2 | 550.00 | 3,852,032 | 693,366 | 4,545,398 |
| Costo Construcción Sótanos | 2,923 m2 | 500.00 | 1,461,600 | 263,088 | 1,724,688 |
| Costos de administracion | 3,261 m2 | 60.00 | 195,661 | 35,219 | 230,880 |
| Otros construccion | | 82,700.86 | 82,701 | 14,886 | 97,587 |
| Total Costos Directos | | | 5,591,994 | 1,006,559 | 6,598,553 |
| <u>Costos Indirectos</u> | | | | | |
| Costos Factibilidad | | 109,726.50 | 109,727 | 19,751 | 129,477 |
| Honorarios del Proyecto | 9,927 m2 | 7.45 | 73,955 | 13,312 | 87,267 |
| Licencias y permisos | 9,927 m2 | 11.84 | 117,539 | - | 117,539 |
| Marketing, Ventas, Post Venta | | | 295,896 | 31,183 | 327,079 |
| Financieros | | | 81,770 | - | 81,770 |
| Administrativos | | | 39,448 | 338 | 39,786 |
| Total Costos Indirectos | | | 718,334 | 64,584 | 782,918 |
| Total Egresos | | | 9,724,205 | 1,073,376 | 10,797,581 |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 33 se observa que la cantidad de egresos total es de 10'797,581.00 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado.

7.2.1.2 Ingresos

En la siguiente tabla se muestra los ingresos producto de la ejecución del proyecto con la venta y alquiler en proporciones similares de las unidades inmobiliarias, en el anexo 10 se podrá observar el flujo de caja completo de los ingresos.

Tabla 39 Ingresos de la venta y alquiler en proporciones similares

| | <u>Unid</u> | <u>Precio x Unid</u> | <u>Valor de Venta</u> | <u>IGV</u> | <u>Total</u> |
|---|-------------|----------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| I. Ingresos | | | | | |
| Departamentos VENTA | 3,355 m2 | 2,091.03 | 6,435,756 | 579,218 | 7,014,974 |
| Departamentos RENTA | 3,261 m2 | 441.00 | 1,218,738 | 219,373 | 1,438,111 |
| Departamentos VENTA DESPUES DE ALQUILER | 3,261 m2 | 1,881.70 | 5,629,594 | 506,663 | 6,136,257 |
| Estacionamientos | 83 unid | 14,000.00 | 1,066,055 | 95,945 | 1,162,000 |
| Depositos | 0 unid | - | - | - | - |
| Total Ingresos | | | 14,350,143 | 1,401,199 | 15,751,342 |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 34 se observa que la cantidad de ingresos totales de 15'751,342.00 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado.

7.2.1.3 Impuestos

Se tomaron en cuenta los impuestos de IGV y de renta para el cálculo del análisis financiero realizado, en las tablas 32 y 33 se observa que se tomó en cuenta el IGV de los ingresos y egresos y en la siguiente tabla se podrá observar el cálculo de los impuestos de renta según la utilidad antes de impuestos que desarrollamos con los ingresos y egresos, en el anexo 10 se podrá observar el flujo de caja completo de cada uno de los impuestos.

Tabla 40 Cálculo del impuesto de la renta

| | | | | |
|-------------------------------------|-------|------------|---------|-----------|
| Utilidad antes de Impuestos | | 4,625,938 | 327,823 | 4,953,761 |
| Impuesto a la Renta | 29.5% | 206,850.84 | | |
| Utilidad Neta del Proyecto | | 4,419,087 | | |
| Utilidad Neta del Proyecto Ajustada | | 4,419,087 | | |

Nota: Elaboración propia

En la tabla 35 se observa que la cantidad de impuesto a la renta del proyecto calculada con el 29.5% de la utilidad, pero descontando los ingresos por alquileres y sumando solo el 5% de estos ingresos por alquileres, haciendo un total de impuesto a la renta de 206,850.84 dólares de acuerdo a la factibilidad y el análisis financiero realizado. Este monto es uno de los factores que mejora la propuesta.

7.2.1.4 Cronograma proyectado

El Cronograma Proyectado de la propuesta de negocio se desarrolló para la referencia de tiempos para los flujos de caja de los ingresos, egresos e impuestos que se pudieron obtener, tomando en cuenta los tiempos del proyecto desde su concepción hasta las últimas participaciones del final del negocio, estos están detallados en el anexo 6 de la presente tesis y están referenciados en el anexo 10 para el flujo de caja correspondiente.

El cronograma proyectado analiza los 102 meses de participación dentro del proyecto tomando en cuenta mes a mes de cada una de las variables para el flujo de caja, logrando así obtener los valores proyectados durante el tiempo del proyecto.

7.2.1.5 Rentabilidad del proyecto

El análisis financiero realizado presenta múltiples rentabilidades con respecto a diferentes puntos, esto también se muestran en el anexo 11 con cada uno de los flujos de caja, uno de los más referenciales es la rentabilidad del flujo de caja económico propio de proyecto, el cual se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 41 Rentabilidad del proyecto para venta y alquiler

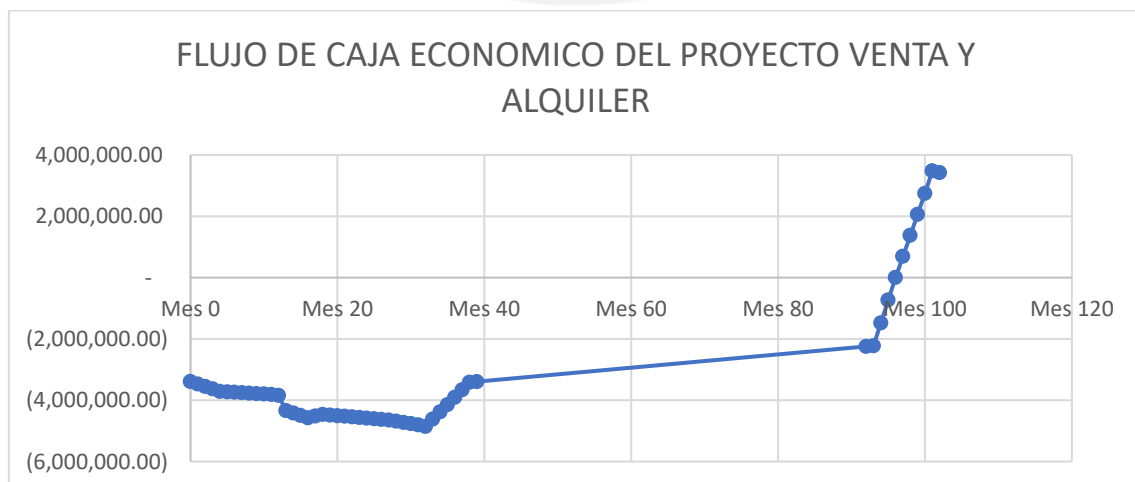
| | <u>Anual</u> | <u>Mensual</u> |
|-------------------------------|-----------------|----------------|
| Tasa de Descuento | 5.00% | 0.41% |
| Aporte de capital | \$ 4,857,236.82 | |
| VAN del Proyecto | \$ 1,182,239.48 | |
| TIR del Proyecto | 8.80% | 0.71% |
| TIR Modificada | 6.06% | 0.49% |
| Tasa de Financiamiento | 8.0% | 0.6% |
| Tasa de Reinversión | 5.0% | 0.4% |

Nota: Elaboración propia

7.2.2 Flujo de caja proyectado

Se realizaron los flujos de caja proyectados económico del proyecto, económico del proyecto ajustado, deuda a corto plazo, deuda de compra de terreno, financiero del accionista y financiero del accionista ajustado, para que con ello tomar en cuenta la totalidad de variables y los retornos para cada uno de estos casos, el desarrollo completo se encuentra en el anexo 11 de la presente tesis.

Ilustración 66 Flujo de caja económico del proyecto para venta y renta



Nota: Elaboración propia

En la Ilustración 65 se presenta la curva de variación del flujo de caja económico del proyecto, como se observa se inicia con los gastos del terreno y otros, pero cuando se comienza la venta el flujo de caja comienza a elevarse considerablemente, pero no lo suficiente para pasar la barrera del cero. Luego de ello, sigue ascendiendo, pero con una velocidad menor, esto debido a que el alquiler tiene una menor velocidad de retorno. Después, vuelve a crecer en mejor magnitud, esto debido a la venta de los departamentos que estuvieron en alquiler hasta que alcanza el pico más alto, para posterior a ello caer ligeramente por el impuesto a la renta.

7.2.3 Análisis de sensibilidad

Las variables utilizadas para el análisis de sensibilidad de la presente tesis fueron elegidas debido al impacto que presentan su variación al TIR y VAN financiero, se eligieron las variables como el precio de venta, velocidad de venta, tasa de descuento y ocupabilidad de alquiler, obteniendo las siguientes tablas:



Tabla 42 Análisis de sensibilización para venta y alquiler

Precio de Venta / Velocidad de Ventas

| VAN Financiero | | | VELOCIDAD DE VENTAS (Var. %) | | | | | |
|--------------------------|----|--------------|------------------------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | 1.20 unid | 1.35 unid | 1.50 unid | 1.65 unid | 1.80 unid | |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ | 1,986.48 | -5.0% | 300,550.85 | 649,692.85 | 985,823.16 | 996,324.87 | 1,005,112.20 |
| | \$ | 2,038.76 | -2.5% | 384,467.15 | 742,705.22 | 1,087,408.31 | 1,098,186.87 | 1,107,205.94 |
| | \$ | 2,091.03 | 0.0% | 468,124.82 | 835,655.64 | 1,188,993.45 | 1,200,048.87 | 1,209,299.69 |
| | \$ | 2,111.94 | 1.0% | 501,538.02 | 872,695.37 | 1,229,627.51 | 1,240,753.45 | 1,250,058.73 |
| | \$ | 2,143.31 | 2.5% | 551,657.83 | 928,254.96 | 1,290,319.38 | 1,301,605.34 | 1,311,049.10 |
| | \$ | 1,188,993.45 | | | | | | |

Precio de Venta / Velocidad de Ventas

| VAN Financiero | | | TASA DE DESCUENTO (Var. %) | | | | | |
|--------------------------|----|--------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|
| | | | 3% | 4% | 5% | 6% | 7% | |
| PRECIO DE VENTA (Var. %) | \$ | 1,986.48 | -5.0% | 1,703,133.00 | 1,327,973.68 | 985,823.16 | 673,565.83 | 388,031.95 |
| | \$ | 2,038.76 | -2.5% | 1,809,171.85 | 1,431,760.36 | 1,087,408.31 | 773,000.26 | 485,739.93 |
| | \$ | 2,091.03 | 0.0% | 1,914,996.90 | 1,535,487.91 | 1,188,993.45 | 872,434.70 | 583,074.40 |
| | \$ | 2,143.31 | 2.5% | 1,957,300.01 | 1,576,857.15 | 1,229,627.51 | 912,208.47 | 622,008.19 |
| | \$ | 2,195.58 | 5.0% | 2,020,754.68 | 1,638,911.01 | 1,290,319.38 | 971,851.35 | 680,408.87 |
| | \$ | 1,188,993.45 | | | | | | |

Ocupabilidad de Renta / Tasa de Descuento

| VAN Financiero | | | TASA DE DESCUENTO (Var. %) | | | | |
|--------------------------------|-----|--------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| | | | 3% | 4% | 5% | 6% | 7% |
| OCUPABILIDAD DE RENTA (Var. %) | 60% | -10.0% | 1,671,904.10 | 1,308,203.17 | 976,367.52 | 673,392.35 | 396,580.87 |
| | 65% | -5.0% | 1,793,503.87 | 1,421,875.10 | 1,082,680.49 | 772,913.53 | 489,827.64 |
| | 70% | 0.0% | 1,914,996.90 | 1,535,487.91 | 1,188,993.45 | 872,434.70 | 583,074.40 |
| | 75% | 5.0% | 2,036,489.93 | 1,648,958.78 | 1,295,251.57 | 971,955.87 | 676,321.17 |
| | 80% | 10.0% | 2,157,982.96 | 1,762,429.64 | 1,401,327.87 | 1,071,437.77 | 769,567.94 |
| | \$ | 1,188,993.45 | | | | | |

Precio de Venta Post alquiler / Tasa de descuento

| VAN Financiero | | | TASA DE DESCUENTO (und. %) | | | | | |
|--|----|--------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|
| | | | 3% | 4% | 5% | 6% | 7% | |
| PRECIO DE VENTA POST ALQUILER (Var. %) | \$ | 1,787.61 | -5.0% | 1,760,170.42 | 1,392,865.74 | 1,057,444.46 | 751,056.01 | 470,995.07 |
| | \$ | 1,834.66 | -2.5% | 1,837,583.66 | 1,464,178.27 | 1,123,218.96 | 811,745.35 | 527,034.74 |
| | \$ | 1,881.70 | 0.0% | 1,914,996.90 | 1,535,487.91 | 1,188,993.45 | 872,434.70 | 583,074.40 |
| | \$ | 1,928.74 | 2.5% | 1,992,410.14 | 1,606,797.56 | 1,254,767.95 | 933,124.04 | 639,114.07 |
| | \$ | 1,975.78 | 5.0% | 2,069,823.38 | 1,678,107.20 | 1,320,542.45 | 993,813.39 | 695,153.73 |
| | \$ | 1,188,993.45 | | | | | | |

Nota: Elaboración propia

En las tablas del análisis de sensibilización se observa que tanto el precio de venta como la velocidad de ventas tienen un impacto significativo dentro del VAN del proyecto, siendo este último el que más afecta su variación de estas dos variables. Por otro lado, la tasa de descuento impacta directamente al VAN en gran magnitud, siendo el que mayor impacto significa y con una mínima variación. La ocupabilidad también tiene un impacto, pero es en menor magnitud, al igual que el precio de venta post alquiler que su impacto es mejor aún que el anterior.

7.3 Conclusiones

- El análisis financiero de ambas propuestas demuestra que la rentabilidad es positiva tanto con la venta total del proyecto como en la venta parcial con alquileres, teniendo VAN similares, pero con un retorno diferente, la venta total tiene un retorno con mayor rapidez que la otra propuesta.

- Para que la rentabilidad sea optima en la propuesta de alquileres se necesita tener una tasa de descuento menor, ya que es un proyecto a mayor plazo, pero con muchas opciones de mejora durante el tiempo según la respuesta del mercado y de menor riesgo, ya que cuenta con múltiples variables que pueden potenciar el negocio.
- La utilidad neta del proyecto de alquileres es mucho mayor que el de venta total, por lo que se puede considerar un mayor análisis de las variables para que el negocio sea más rentable y se pueda tener un mayor tiempo de inversión con rentabilidad asegurada por los alquileres.
- Debido a que el mercado está saturado de proyectos cortos con una venta dura dentro del sector la opción de alquileres es una propuesta razonable para generar rentabilidad a la inversión por un periodo mayor y sin sacrificar mucha rentabilidad.



8 CONCLUSIONES

- El Perú es uno de los países de Latino América que se encuentra en una situación creciente en el rubro inmobiliario por lo que es atractiva la inversión en proyectos en este rubro de la industria, la proyección de para el 2024 es de mejora y muy atractivo para el empresariado.
- La demanda de vivienda y el comportamiento de los usuarios finales fueron analizados como microentorno del proyecto, resultando que actualmente el alquiler de vivienda prevalece por encima de la venta por unos puntos porcentuales y este impacto es mucho más notorio en el distrito de Miraflores, ya que el sector de Lima Top y Lima moderna es donde mayor diferencia porcentual existe.
- La demanda de venta presenta una posibilidad de inversión con altos índices de rentabilidad por las condiciones que ofrece las normativas, que permiten la optimización del suelo urbano en términos de altura y reducción de las unidades inmobiliarias. Promoviendo la oferta y demanda del rubro inmobiliario.
- El mercado de renta el retorno bruto anual presenta un gran panorama por el incremento de la relación alquiler anual sobre precio de 4.89% con recuperación de 21.6 años. El análisis de los proyectos inmobiliarios en el distrito de Miraflores reflejó una gran oportunidad de inversión en aquellos proyectos inmobiliarios.
- Debido a los grandes beneficios que cuenta Miraflores la segmentación de los clientes objetivos estará basada a personas que residen actualmente en el distrito y tienen el deseo de mantenerse en él y/o cuentan con la aspiración de poder estar en más cercanía del centro de Miraflores.
- La empresa inmobiliaria promotora cuenta con un reconocimiento en el mercado inmobiliario por la venta de proyecto multifamiliares de densidad media en las mejores urbanizaciones del distrito de Surco, trabajando de la mano con empresas reconocidas por su calidad y prestigio.
- Los planteamientos de dos escenarios en función a las necesidades que cuenta nuestro target objetivo, pueden acceder económicamente a nuestro proyecto inmobiliario propuesto. Los dos escenarios cuentan con una buena utilidad neta que sobrepasa el mínimo esperado de la empresa inmobiliaria del 15%, sin embargo, en el 1er escenario que contempla la venta de todas las unidades inmobiliarias la recaudación de las ventas se vería reflejada un mes después del término de la ejecución del proyecto inmobiliario con un porcentaje de utilidad de 18.1% (equivale a \$2,710,929). De esta manera la empresa inmobiliaria contaría con liquidez para poder volver a invertir en otros proyectos. Si se considera el segundo escenario la utilidad neta sería de 28.1% (equivale a \$4,419,087) pero la recaudación de las ventas estaría dada en tres periodos de tiempo

- \$8,176,974 (equivale al 54%) al finalizar las ventas que están proyectadas en el mes 30 (Inicia la preventa del mes 05)
- \$6,136,257 (equivale al 39%) se realizaría entre el periodo del mes 12 al 77 al concluir con los contratos de renta para convertirse en venta
- \$1,162,000 (equivale al 7%) del mes 92 al mes 101, cuando finaliza la renta y se vuelve venta.

La diferencia monetaria de un escenario y el otro es de \$1,708,158 (equivale a un aumento del 63% sobre la base del 1er escenario).

- El análisis financiero de ambas propuestas demuestra que la rentabilidad es positiva tanto con la venta total del proyecto como en la venta parcial con alquileres, teniendo Van similares, pero con un retorno diferente, la venta total tiene un retorno con mayor rapidez que la otra propuesta.
- Para que la rentabilidad sea optima en la propuesta de alquileres se necesita tener una tasa de descuento menor, ya que es un proyecto a mayor plazo, pero con muchas opciones de mejora durante el tiempo según la respuesta del mercado y de menor riesgo, ya que cuenta con múltiples variables que pueden potenciar el negocio.
- La utilidad neta del proyecto de alquileres es mucho mayor que el de venta total, por lo que se puede considerar un mayor análisis de las variables para que el negocio sea más rentable y se pueda tener un mayor tiempo de inversión con rentabilidad asegurada por los alquileres.
- Debido a que el mercado está saturado de proyectos cortos con una venta dura dentro del sector la opción de alquileres es una propuesta razonable para generar rentabilidad a la inversión por un periodo mayor y sin sacrificar mucha rentabilidad.

9 REFERENCIAS

Abril inmobiliario, 2021, Conoce los beneficios de vivir en el distrito de Miraflores, <https://abril.pe/noticia/conoce-los-beneficios-de-vivir-en-el-distrito-de-miraflores/>

Arellano Consultoría, 2017, <https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

Banco central de la reserva del Perú (2023) Reporte de Inflación marzo 2023.

BBVA Research (2023). Situación Perú, octubre 2023.

BCRP (2022) Nota de estudios del BCRP

Business empresarial, 2021, Miraflores desde una ubicación privilegiada hasta un nuevo estilo de vida. <https://www.businessempresarial.com.pe/miraflores-desde-una-ubicacion-privilegiada-hasta-un-nuevo-estilo-de-vida/>

Capeco, 2023, El 2022 fue un año crítico. Mejorar la economía en 2023 dependerá de consolidación del nuevo gobierno.

El comercio (2023), ASEI: Sector inmobiliario creció 4% en 2022. (<https://elcomercio.pe/economia/asei-sector-inmobiliario-crecio-4-en-2022-noticia/>)

El Peruano, 2023, Sube precio de vivienda en Lima Metropolitana. (<https://www.elperuano.pe/noticia/206969-sube-precio-de-viviendas-en-lima-metropolitana#:~:text=El%20informe%20refiri%C3%B3%20que%2C%20en,6%2C796%20soles%20por%20metro%20cuadrado>)

J.P. Morgan, S&P Global Market Intelligence (2023). J.P. Morgan Global Manufacturing PMI.

Gestión (2023). BCR: Indicadores globales demuestran un repunte de las principales economías, (<https://gestion.pe/economia/bcr-indicadores-globales-demuestran-repunte-principales-economias-47656-noticia/>)

Gestión, 2021, Precio de vivienda afectará la demanda en el sector inmobiliario. (<https://gestion.pe/economia/precio-de-viviendas-subio-10-en-ultimo-ano-y-tendencia-al-alza-seguira-en-proximos-meses-noticia/?ref=gesr>)

Gestión, 2023, Se triplican ventas de departamentos menores a 60m2 en límite de Miraflores con Surquillo (<https://gestion.pe/economia/inmobiliario-miraflores-se-triplican-las-ventas-de-departamentos-menores-a-60-m2-noticia/?ref=gesr>)

Gestión, 2023, Millennials impulsan el mercado inmobiliario. <https://gestion.pe/economia/millennials-impulsan-el-mercado-inmobiliario-lideran-la-demanda-en-lima-top-y-lima-moderna-noticia/>

Instituto Nacional de estadística e informática, 2020, Planos estratificado de Lima Metropolitana a nivel de manzana 2020

IPSOS, 2020, Perfiles socioeconómicos del Perú 2021. <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-del-peru-2021>

La Cámara, 2023, Precios de vivienda en Lima continuarán al alza en el 2023. <https://lacamara.pe/precios-de-viviendas-en-lima-continuaran-al-alza-en-el-2023/>)

La Cámara (2020). Vivienda en alquiler: El 91% de la oferta en Lima es de departamentos

Ministerio de economía y finanzas (2021), Informe de actualización de proyecciones macroeconómicas 2021-2024.

Municipalidad de Miraflores, 2023, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/licencia-de-edificacion/parametros/>

Municipalidad de Miraflores, 2019, Ordenanza que establece, regula y promueve condiciones para edificaciones sostenibles en el distrito de Miraflores

Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

Municipalidad de Miraflores, 2017, Información estadística de la municipalidad de Miraflores, <https://www.miraflores.gob.pe/la-ciudad/informacion-general/>

Municipalidad de Miraflores, 2019, Ordenanza 510

Revista el Peruano, 2023, Sube precios de vivienda en Lima Metropolitana, <https://www.elperuano.pe/noticia/206969-subes-precios-de-viviendas-en-lima-metropolitana>).

Revista El Peruano, 24 de Abril de 2023, Digitalización en el sector inmobiliario: Los nuevos métodos para buscar vivienda. <https://elperuano.pe/noticia/210902-digitalizacion-en-el-sector-inmobiliario-los-nuevos-metodos-para-buscar-vivienda>

Revista Construyendo, 2022, Compra de inmuebles: ¿Qué buscan los Millennials en su primera vivienda?, <https://www.construyendo.pe/noticias/construccion/compra-de-inmuebles-que-buscan-los-millennials-en-su-primera-vivienda/>

Tinsa Peru (2021) Precios de viviendas suben 18% en dos años, aumento se aceleró por alza del dólar

Tinsa, 4to Trimestre del 2022, Informe de coyuntura inmobiliaria 2022, Lima Metropolitana y Callao

Urbania, Marzo de 2023, Informe de mercado Lima

Wendell R. Smith, 1956, Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies