



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID**

Escuela de Posgrado

“Análisis de viabilidad de un proyecto inmobiliario de vivienda en el distrito de Pueblo Libre “

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

Garay Gutierrez, Jesús Manuel Enrique

Asesor:

Hoyos Vertiz, Carlos Raul

Lima, 2022

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad la de analizar la viabilidad de un proyecto inmobiliario en el distrito de Pueblo Libre, ubicado en la avenida Paseo de los Andes 1117.

Se propone realizar un proyecto de quince pisos con azotea y la construcción de dos sótanos, un semisótano y una cisterna. El área del terreno es de forma irregular, el cual tiene un frente de 12.02m hacia la avenida y un fondo de 27.32m, lo que da un total de 338.76 metros cuadrado.

El edificio tendrá un total de 3,302.91m² de área construida y contará con 30 departamentos de 7 tipologías diferentes que van desde 53m² hasta los 94m², los cuales cuentan en su gran mayoría con 3 dormitorios.

Tenemos como mercado objetivo al cual esta dirigido el proyecto es a un sector de nivel socioeconómico B, que sean económicamente activos y cuenten con un ingreso mensual promedio como mínimo de S/.6,250.0 nuevos soles.

Se pretende tener una velocidad de ventas de una unidad por mes. Con ello, tenemos como plazos 6 meses para la preventa, 14 meses de construcción y 21 meses de ventas luego de la preventa.

Con ello, se espera que el proyecto tenga un VAN de \$ 191,185.37 y una TIR anual de 25.42%, para una tasa de descuento del 15%. El proyecto tendrá una duración de 35 meses.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE SITUACIÓN	3
1.1 MACROENTORNO.....	3
1.1.1 ENTORNO MACROECONÓMICO.....	3
1.1.2 ENTORNO POLÍTICO.....	16
1.1.3 ENTORNO SALUD	19
1.1.4 ENTORNO SOCIAL	22
1.2 MICROENTORNO	25
1.2.1 OFERTA INMOBILIARIA.....	25
1.2.2.1 DEMANDA DE VIVIENDAS	29
1.2.2 SECTOR CONSTRUCCIÓN	33
1.3 CONCLUSIONES	34
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	36
2.1 OFERTA INMOBILIARIA.....	36
2.2 OFERTA SEGÚN NSE.....	37
2.3 AREA DE INFLUENCIA	39
2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	40
2.5 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA.....	41
2.6 COMPETENCIA DIRECTRA	43
2.7 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA.....	49
2.8 ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO DE LA COMPETENCIA	50
2.9 CONCLUSIONES	51
CAPÍTULO III: CABIDA Y PERFIL PRELIMINAR	52
3.1 PARÁMETROS URBANISTICOS	52
3.2 UNIDADES INMOBILIARIAS.....	53
3.3 FUNCIONALIDAD DEL PRODUCTO	53
3.4 CONCLUSIONES	55
CAPÍTULO IV: DISEÑO DEL PRODUCTO Y ANTEPROYECTO	56
4.1 DISEÑO DEL PROYECTO	56
4.1.1 RESUMEN DEL PROYECTO.....	56
4.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO.....	57
4.1.3 EQUIPAMIENTO Y AREAS COMUNES	58
4.2 PLANTAS DEL PROYECTO.....	60

4.3 DISEÑO DEL PRODUCTO	69
4.3.1 DISEÑO DEL DEPARTAMENTO.....	69
4.3.2 EQUIPAMIENTO Y ACABADOS DE DEPARTAMENTOS	72
4.4 ANTEPROYECTO Y PREFACTIBILIDAD	73
4.5 CONCLUSIONES	74
CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING.....	75
5.1 SEGMENTACIÓN	75
5.2 MERCADO OBJETIVO	81
5.3 POSICIONAMIENTO.....	83
5.4 PROPUESTA DE VALOR	84
5.5 MARKETING MIX.....	85
5.5.1 PRODUCTO	85
5.5.2 PRECIO.....	88
5.5.3 PLAZA	92
5.5.4 PROMOCIÓN.....	93
5.6 CONCLUSIONES	95
CAPÍTULO VI: ANÁLISIS ECONOMICO FINANCIERO	96
6.1 CRONOGRAMA DEL PROYECTO.....	96
6.2 ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	96
6.3 INDICADORES FINANCIEROS	98
6.4 ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	98
6.5 FLUJO DE CAJA	99
6.6 CONCLUSIONES	101
CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	102
7.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD	102
7.2 CONCLUSIONES	104
CAPÍTULO VIII: ANALISIS DE ESCENARIOS	105
8.1 ANÁLISIS DE ESCENARIOS	105
8.2 CONCLUSIONES	105
CAPÍTULO IX: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
BIBLIOGRAFÍA.....	109
ANEXO.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Proyección del crecimiento económico mundial 2021 - 2022.....	4
Tabla 2 : Variación trimestral del PBI con respecto al periodo 2019	5
Tabla 3 : PBI por sectores económicos.....	12
Tabla 4 : Puestos de trabajo formales en el sector privado.....	23
Tabla 5 : Tabla de demanda de viviendas por sectores de Lima	29
Tabla 6 : Intención de compra por niveles socioeconómicos	30
Tabla 7 : Oferta inmobiliaria por etapa.....	37
Tabla 8 : Análisis de la competencia	41
Tabla 9 : Características de la competencia	42
Tabla 10: Análisis de precios de venta de la competencia	42
Tabla 11: Resumen de la competencia directa.	48
Tabla 12: Características de la competencia	49
Tabla 13: Ponderación de atributos de la competencia y de proyecto	50
Tabla 14: Parámetros Urbanísticos del proyecto.....	52
Tabla 15: Parámetros de áreas del proyecto	52
Tabla 16: Calculo de áreas.	53
Tabla 17: Calculo de área vendible	53
Tabla 18: Unidades de departamentos y estacionamientos del proyecto	54
Tabla 19: Análisis de la Incidencia del terreno sobre las ventas	54
Tabla 20: Distribución por pisos del proyecto	56
Tabla 21: Características de los ambientes.....	59
Tabla 22: Análisis de pre-factibilidad.	73
Tabla 23: Distribución de zonas APEIM por NSE 2021.....	76
Tabla 24: Ingresos y Gastos por NSE.....	77
Tabla 25: Cantidad de Hogares en Lima (miles).....	78
Tabla 26: Análisis de ahorro mensual por NSE	79
Tabla 27: Cantidad de hogares por distrito.....	82
Tabla 28: Target primario y secundario	82
Tabla 29: Análisis FODA.....	83
Tabla 30: Información del proyecto	85
Tabla 31: Tipologías de departamento	88
Tabla 32: Calculo de precio de venta para tipología Tipo 1.....	88
Tabla 33: Calculo de precio de venta para tipología Tipo 2.....	89
Tabla 34: Calculo de precio de venta para tipología Tipo 3.....	90

Tabla 35: Precio de venta del proyecto	91
Tabla 36: Precio de departamentos distribuido por altura.....	91
Tabla 37: Presupuesto para la plaza	93
Tabla 38: Presupuesto para la publicidad.....	95
Tabla 39: Plazo de tiempo de proyecto	96
Tabla 40: Ingresos totales del proyecto	97
Tabla 41: Egresos totales del proyecto	97
Tabla 42: Indicadores financieros	98
Tabla 43: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	98
Tabla 44: Estructura de financiamiento.....	99
Tabla 45: Análisis de variación de las variables críticas.....	102
Tabla 46: Análisis del punto de equilibrio	103
Tabla 47: Tabla de sensibilidad de las variables críticas.....	103
Tabla 48: Análisis de escenarios	105



ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Índice de actividad en la región	6
Gráfico 2: Crecimiento del PBI en la región	6
Gráfico 3: Precio Internacional del Cobre	7
Gráfico 4: Reservas Internacionales a través de los años	8
Gráfico 5: PBI por sectores económicos	9
Gráfico 6: Consumo Interno de Cemento	9
Gráfico 7: Recaudación de IGV interno y externo	10
Gráfico 8: Variación de la Inversión Pública	11
Gráfico 9: Expectativas empresariales acerca de la economía	11
Gráfico 10: Proyección inversión privada	13
Gráfico 11: Proyección inversión Pública	13
Gráfico 12: Tasa de interés de política monetaria	14
Gráfico 13: Tipo de cambio.....	14
Gráfico 14: Proyección de Inflación 2021 - 2023	15
Gráfico 15: Indicador de tensiones políticas y confianza empresarial.....	16
Gráfico 16: Pruebas diarias y avance de vacunación	20
Gráfico 17: Cantidad de hospitalizados y fallecidos diarios	20
Gráfico 18: Cantidad de vacunas contratadas e índice de actividades afectadas por el covid-19	21
Gráfico 19: Puestos de trabajo según planillas electrónicas.....	22
Gráfico 20: Evolución de la incidencia de la pobreza monetaria 1986-2020	24
Gráfico 21: Evolución de la oferta inmobiliaria en Lima Metropolitana.....	25
Gráfico 22: Evolución de la oferta inmobiliaria 2020 - 2021	26
Gráfico 23: Oferta inmobiliaria por sectores de Lima	27
Gráfico 24: Precios de venta por metro cuadrado en Lima	27
Gráfico 25: Precio promedio de venta en Lima Metropolitana	28
Gráfico 26: Precio por metro cuadrado por distrito	28
Gráfico 27: Evolución de ventas 2020 - 2021	31
Gráfico 28: Porcentaje de ventas por sectores de Lima	31
Gráfico 29: Participación de ventas por NSE.	32
Gráfico 30: Evolución del PBI construcción	33
Gráfico 31: Evolución PBI construcción y del PBI	33
Gráfico 32: Evolución mensual de materiales de construcción	34
Gráfico 33: Oferta inmobiliaria por distritos	36

Gráfico 34: Unidades inmobiliarias por NSE	38
Gráfico 35: Gráfico Radial de atributos	50
Gráfico 36: Selección del público objetivo	81
Gráfico 37: Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1	89
Gráfico 38: Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1	89
Gráfico 39: Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1	90
Gráfico 40: Flujo económico del proyecto	100



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Área de Influencia del proyecto.....	39
Figura 2 : Competencia en el área de influencia	40
Figura 3 : Planta Cisterna	60
Figura 4 : Planta sótano 2	61
Figura 5 : Planta sótano 1	62
Figura 6 : Planta semisótano	63
Figura 7 : Planta primer piso	64
Figura 8 : Planta piso 2 al piso 7	65
Figura 9 : Planta piso 8	66
Figura 10: Planta piso 9 al 15	67
Figura 11: Planta azotea	68
Figura 12: Departamento Tipo F	69
Figura 13: Departamento Tipo G	70
Figura 14: Departamento Tipo E	70
Figura 15: Departamento Tipo C	71
Figura 16: Mapa de Pueblo Libre	75
Figura 17: Estilos de vida	80
Figura 18: Distribución típica en planta	86
Figura 19: Distribución por pisos	87
Figura 20: Imágenes de la plaza	93
Figura 21: Publicidad por Redes Sociales	94

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende desarrollar el análisis de viabilidad de un proyecto inmobiliario ubicado en el distrito de Pueblo Libre, el cual consta de un área de terreno de 338.76 m².

El proyecto inmobiliario está conformado por 2 sótanos que serán usados para estacionamientos, depósitos y un ambiente para los residuos sólidos, un semisótano para estacionamientos y depósitos, 15 pisos destinados a dos departamentos por piso y una azotea para las áreas comunes. El proyecto tiene un total de 30 unidades inmobiliarias, 23 estacionamientos y 12 depósitos.

Se realizará el análisis a partir de la evaluación del macro y micro entorno, pasando por el estudio de mercado, la cabida preliminar y el análisis de prefactibilidad, diseño de producto y anteproyecto, plan de marketing y finalmente el análisis económico financiero.

Para realizar los puntos anteriormente mencionados, se empezará realizando un análisis de la situación mundial y el impacto que tendría en el país. Luego de ello, se pasará a analizar la situación actual que atraviesa el país y como estos podrían impactar en el desarrollo de nuestro proyecto. Se evaluará el sector inmobiliario y el sector construcción, así como la situación económica, política y social que atraviesa el país.

Posteriormente, se realizará el estudio de mercado en el cual analizaremos a nuestra competencia en la zona de influencia en la que se encuentra nuestro proyecto. Se obtendrá las características principales de nuestra competencia, los precios de venta, velocidad de venta y se realizará una ponderación de sus atributos para compararlos con nuestro proyecto.

Luego, se realizará una cabida preliminar para determinar el área vendible neta y con los parámetros urbanísticos de la zona poder cuantificar las unidades inmobiliarias

que se tendrán a la venta. Con esta información, procederemos a calcular la incidencia del terreno sobre las ventas para verificar si nuestro proyecto es rentable o no.

Se realizará el diseño y la conceptualización del producto donde detallaremos el área construida final que tendrá cada unidad inmobiliaria y el diseño se basará en el estudio de mercado realizado en la zona de influencia. Con ello, procederemos a realizar el análisis de prefactibilidad para calcular la utilidad antes de impuestos y la utilidad neta.

Después de definir el producto y de realizar el análisis de prefactibilidad, se procederá a identificar a nuestro público objetivo en base a los datos obtenidos en el estudio de mercado y a las variables socioeconómicas y demográficas de la zona con el objetivo de calcular la cantidad de hogares potenciales para nuestro proyecto.

Realizaremos el plan de marketing definiendo el diseño de nuestro producto inmobiliario a través de la innovación y de mantener una buena relación de precio – calidad. Luego, se realizará el cálculo del precio final del producto a través de graficas de regresión lineal. Después, se realizarán las estrategias para la plaza y promoción del producto, con el objetivo de asegurar una velocidad de ventas adecuada.

Culminaremos nuestro estudio con el análisis económico financiero del proyecto, en el cual realizaremos el cálculo de diferentes indicadores financieros para determinar qué tan rentable es el proyecto. Además, se calculará la máxima inversión que tendrá y se realizará un flujo económico del proyecto donde podremos observar los meses en los que se estaría recuperando la inversión.

Finalmente, se desarrollará un análisis de sensibilidad y un análisis de escenarios donde podemos proyectar distintos resultados modificando nuestras variables más importantes que determinarán el éxito del proyecto.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE SITUACIÓN

1.1 MACROENTORNO

1.1.1 ENTORNO MACROECONÓMICO

1.1.1.1. SITUACIÓN ECONOMICA MUNDIAL

En el último trimestre del año 2021, la economía mundial se mantiene favorable para el desarrollo de la economía peruana. Sin embargo, en comparación con el trimestre anterior, la economía mundial mostro menores tasas de crecimiento. En septiembre la economía norte americana proyectaba un crecimiento de 6.5%, reduciéndose en este mes a un 5.5%; y en China vario de 8.5% a 8.0%. Estas dos economías son las más grandes del mundo y son las que impulsaran el crecimiento global, por lo que al tener una disminución en el crecimiento de su economía ocasiona un crecimiento más bajo de lo que se había proyectado a inicios de año, pasando de 5.8% a 5.7%. Además, esto sugiere un crecimiento más bajo para los años 2022 y 2023. En la economía europea se vio un aumento de 4.8% a 5.0% para el último trimestre 2021, mientras que en américa latina paso de 5.4% a 5.9%.

Debido al alto porcentaje de personas vacunadas y al levantamiento de las restricciones debido a la pandemia, se pronostica un crecimiento económico para el año 2022 de 4.3% y para el año 2023 un crecimiento de 3.4%. Este año se obtuvo un crecimiento mundial de 5.7% con respecto al año 2020.

Tabla 1 : Proyección del crecimiento económico mundial 2021 - 2022

Crecimiento mundial							
<i>(Variaciones porcentuales anuales)</i>							
	PPP*	2020	2021		2022		2023
			RI Set	RI Dic	RI Set	RI Dic	RI Dic
Economías desarrolladas	42,5	-4,7	5,4	4,9	4,1	4,0	2,2
<i>De las cuales</i>							
1. Estados Unidos	16,0	-3,5	6,5	5,5	4,4	4,0	2,2
2. Eurozona	12,0	-6,6	4,8	5,0	4,6	4,3	2,1
3. Japón	4,0	-4,8	3,0	2,2	2,7	3,0	1,4
4. Reino Unido	2,3	-9,9	6,6	6,9	5,2	5,0	1,4
5. Canadá	1,4	-5,4	6,1	5,1	4,2	4,1	2,7
6. Otros	6,8	-4,1	4,9	4,7	3,4	3,3	2,6
Economías en desarrollo	57,5	-2,2	6,1	6,2	4,5	4,6	4,3
<i>De las cuales</i>							
1. China	18,6	2,3	8,5	8,0	5,6	5,2	5,3
2. India	6,7	-8,0	9,5	9,5	6,5	6,9	6,3
3. Rusia	3,1	-3,1	3,5	4,2	2,7	2,6	2,1
4. América Latina y el Caribe	7,3	-7,0	5,4	5,9	2,7	2,3	2,4
5. Otros	17,9	-4,0	4,9	5,0	4,5	4,7	4,6
Economía Mundial	100,0	-3,3	5,8	5,7	4,4	4,3	3,4

* Base 2020

Fuente: FMI, Consensus Forecast.

3

Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

A nivel económico, el Perú fue uno de los países de la región que tuvo una rápida recuperación con respecto al año pasado, donde en el segundo trimestre registro una de las peores caídas económicas mundiales, registrando una caída del 29.9 debido al rígido confinamiento que tuvo el país por la pandemia del coronavirus. Sin embargo, para el presente año se ha tenido un crecimiento del 1.6% con respecto al año 2019, reafirmando así el buen presente económico que tiene el país.

Tabla 2 : Variación trimestral del PBI con respecto al periodo 2019

PBI real, 2020-2021
Variación % respecto al mismo periodo de 2019*

	2020				2021		
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T
Alemania	-1,9	-11,3	-3,7	-2,9	-4,7	-2,4	-1,3
Francia	-5,4	-18,6	-3,6	-4,3	-4,0	-3,3	-0,4
Italia	-5,8	-18,2	-5,2	-6,5	-6,5	-4,3	-1,5
España	-4,3	-21,5	-8,7	-8,8	-8,3	-7,8	-6,2
Holanda	-0,4	-8,9	-2,6	-3,1	-2,6	0,6	2,3
Reino Unido	-2,2	-21,4	-8,1	-7,1	-7,9	-2,9	-2,0
Estados Unidos	0,6	-9,1	-2,9	-2,3	1,1	2,0	1,9
Argentina**	-5,2	-19,0	-10,2	-4,3	-2,5	-4,5	0,8
Brasil	-0,1	-10,7	-3,7	-0,9	1,2	0,3	0,2
Chile	0,2	-14,2	-9,0	0,0	0,8	1,3	6,7
Colombia	0,6	-15,8	-8,4	-3,6	1,6	-1,0	3,7
México	-1,0	-18,7	-8,5	-4,4	-4,8	-2,5	-4,4
Perú	-3,9	-29,9	-8,8	-1,4	0,4	-0,5	1,6

*Las variaciones de 2021 respecto a 2019 son cálculos propios a partir de las variaciones interanuales a un decimal.

**Los datos del tercer trimestre de 2021 son estimados a partir de índices mensuales de actividad.

Fuente: institutos de estadística y bancos centrales de cada país.

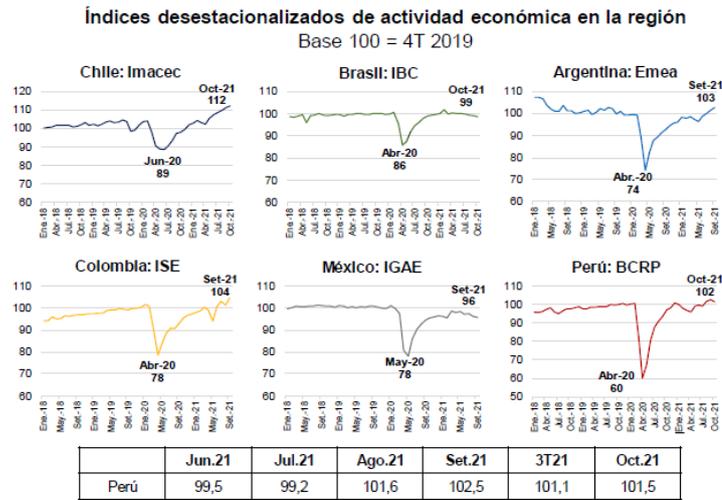
14

Fuente: Reporte de inflación - diciembre 2021 BCR

En el siguiente cuadro podemos visualizar que la económica peruana ha crecido económicamente con respecto al año 2019 por cuarto mes consecutivo.

Hasta octubre del presente año, se ha obtenido un crecimiento de 1.5% por encima del nivel pre-pandemia. Además, se posiciona como el tercer país de la región con mejor crecimiento económico.

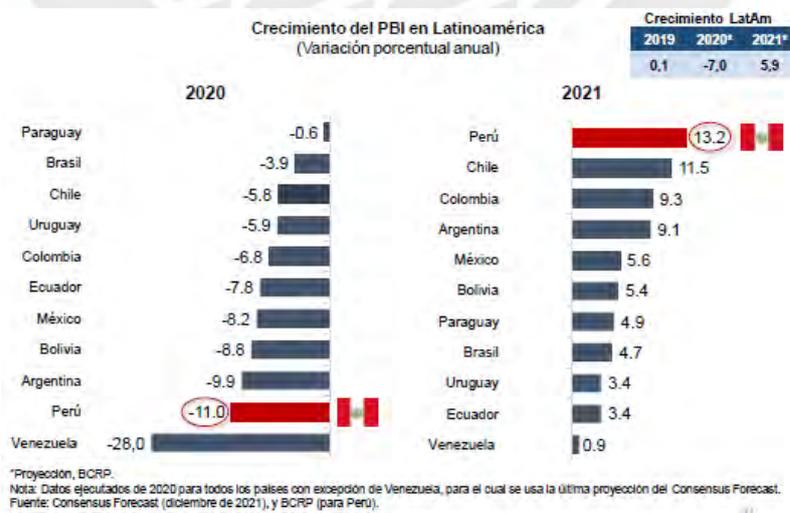
Gráfico 1: Índice de actividad en la región



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

A nivel de la región, la economía peruana ha tenido una rápida recuperación, situándose en primer lugar en cuanto a crecimiento del PBI. En el año 2020 la economía peruana fue golpeada duramente por las restricciones debido a la pandemia, teniendo una disminución de su PBI en un 11,0%, y para el presente año se ha tenido un crecimiento del 13,2 % con respecto al año anterior.

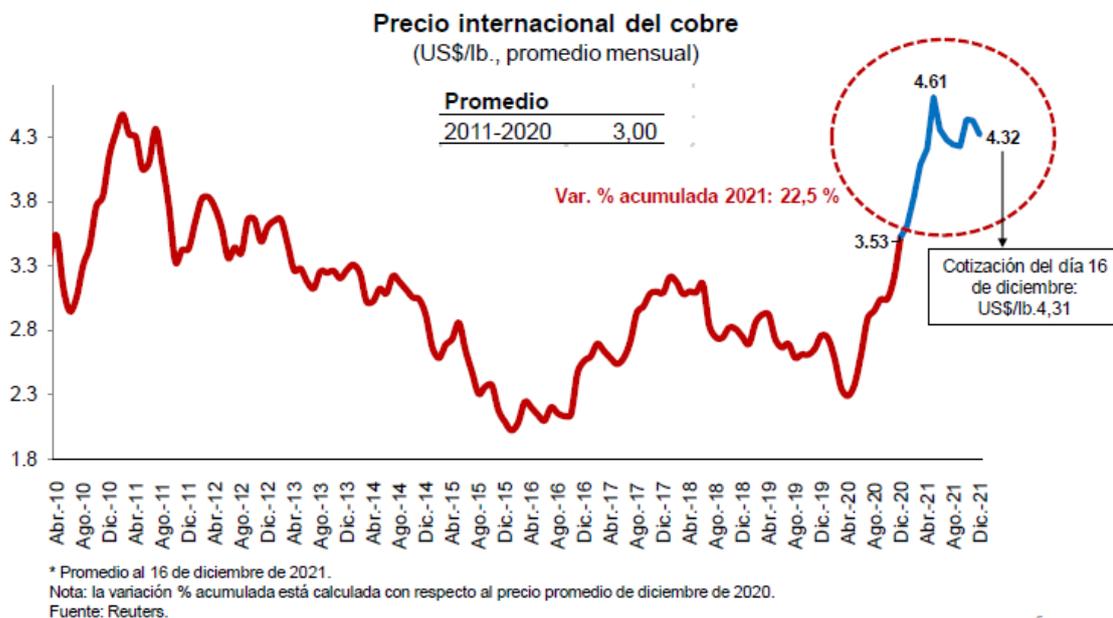
Gráfico 2 : Crecimiento del PBI en la región



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

El precio del cobre ha tenido un incremento debido a inventarios más ajustados y a los elevados precios de energía, acompañado de una menor producción de cobre reciclado. Además de ello, debido a la crisis inmobiliaria en china se ha observado temor sobre la demanda futura del cobre, perjudicando su valor y reduciéndolo a 4,32.

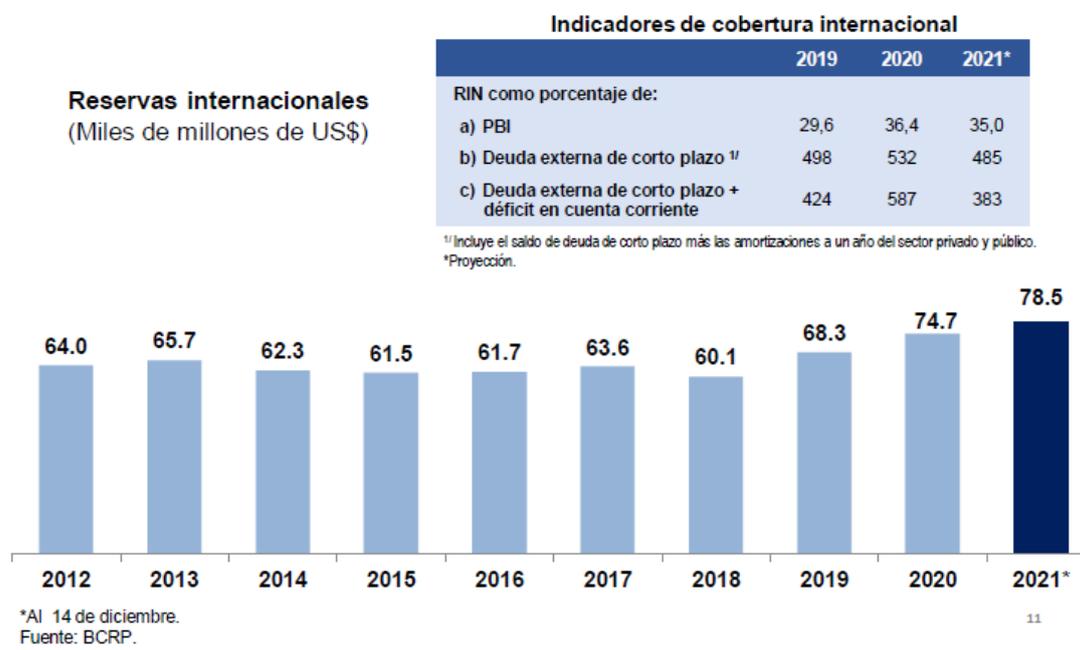
Gráfico 3: Precio Internacional del Cobre



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

El país tiene un alto nivel reservas internacionales, a la cual se suma la línea de crédito flexible por US\$ 11,20mil millones otorgados por el Fondo Monetario Internacional (FMI), reforzando la sólida posición financiera a nivel internacional que tiene el Perú.

Gráfico 4 : Reservas Internacionales a través de los años

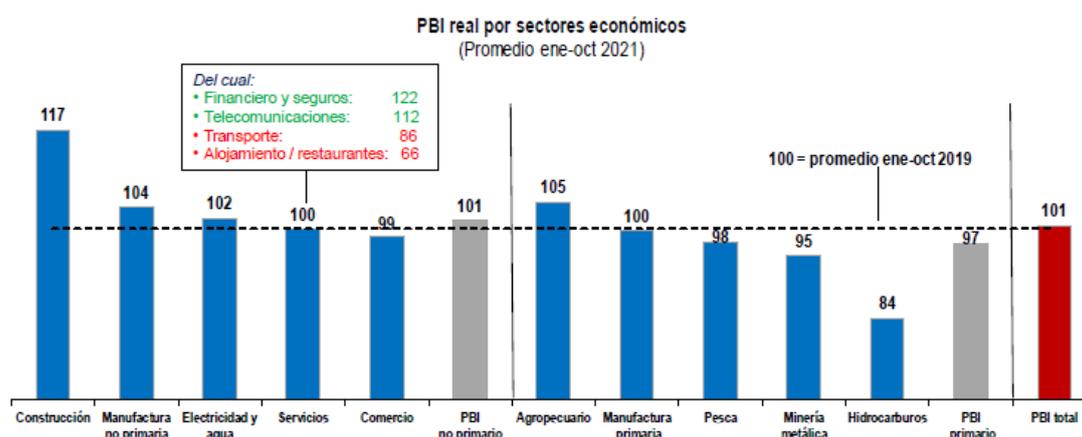


Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

1.1.1.2 SITUACIÓN ECONOMICA DEL PERÚ

Durante el año 2021 se han venido dando flexibilidad a las restricciones que se tuvieron debido a la pandemia del covid-19. Esta flexibilidad ha hecho que varios sectores económicos puedan recuperarse y aporten al crecimiento económico del país. Los sectores con mayor dinamismo fueron el de construcción, seguido por el agropecuario y el de manufacturas. Sin embargo, aún quedan sectores económicos que no se han recuperado, siendo principalmente aquellos sectores donde la interacción física es alta, tales como los sectores de transporte, alojamiento, restaurantes e hidrocarburos.

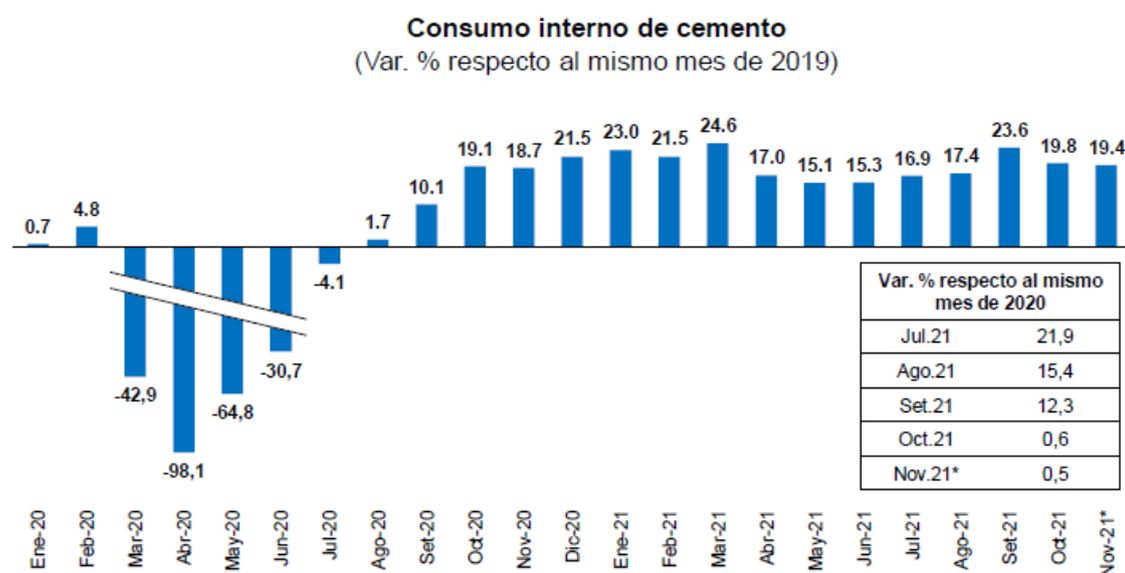
Gráfico 5 : PBI por sectores económicos



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Debido a la reactivación económica en el sector construcción, los reportes de consumo de cemento desde el mes de septiembre del 2020 ha ido creciendo y manteniéndose a un ritmo estable. Sin embargo, en los dos últimos meses este consumo sufrió una desaceleración, debido a un dinamismo menos pronunciado de la autoconstrucción.

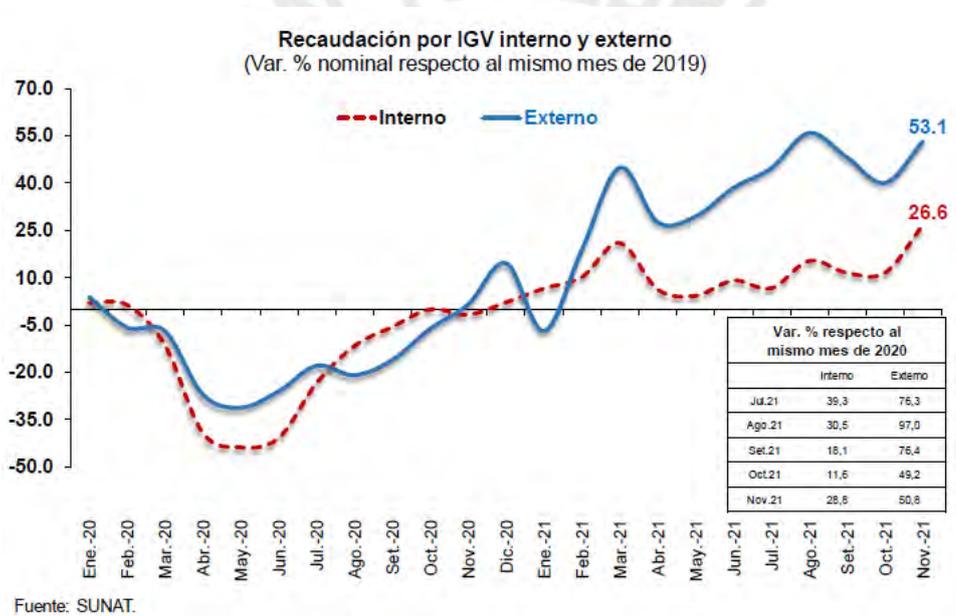
Gráfico 6 : Consumo Interno de Cemento



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Los indicadores fiscales de la recaudación del IGV continuaron registrando un crecimiento elevado, mostrando los indicadores niveles mayores a comparación del año 2019. Desde enero del presente año, en la recaudación externa se ha obtenido un crecimiento constante en la recaudación del último trimestre, de igual manera sucede con la recaudación interna. Esto refleja que el gasto privado se ha venido recuperando de manera constante durante el presente año, registrando niveles superiores al de pre pandemia.

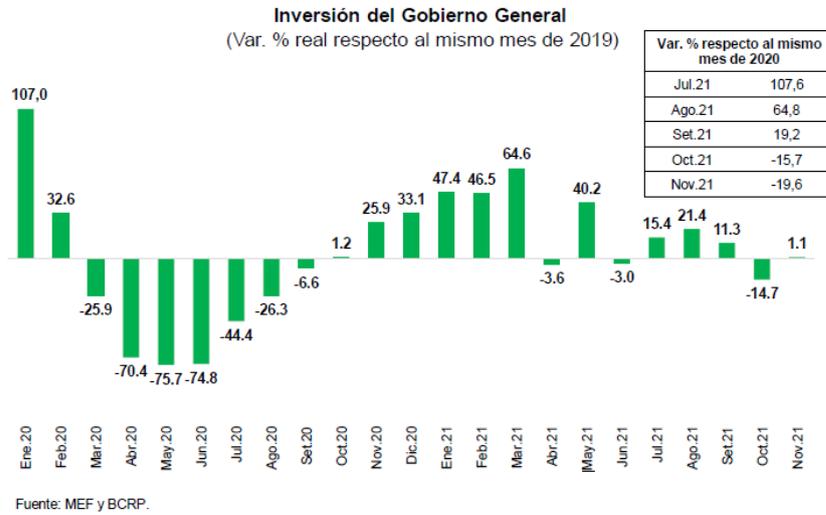
Gráfico 7 : Recaudación de IGV interno y externo



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

En los últimos dos meses se puede observar que la inversión pública se ha contraído por segundo mes consecutivo en 19.6 por ciento. Esto puede ser debido a la crisis política que se está viviendo actualmente.

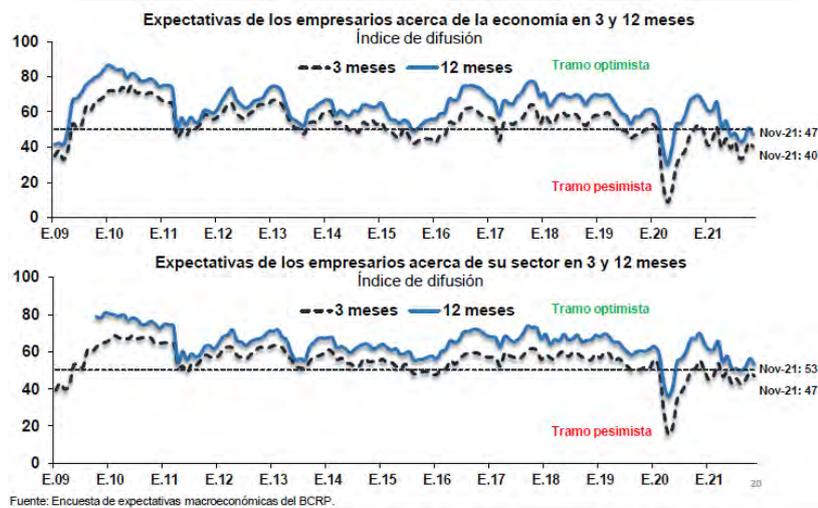
Gráfico 8: Variación de la Inversión Pública



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Las expectativas de los empresarios acerca del futuro económico del país se han recuperado ligeramente durante los meses de septiembre y octubre debido a una menor turbulencia política. Sin embargo, en el mes de noviembre debido al intento de vacancia al presidente Pedro Castillo, se vio nuevamente deteriorado las expectativas empresariales.

Gráfico 9 : Expectativas empresariales acerca de la economía



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

En el siguiente cuadro se muestra que para el año 2021 se tenía pronosticado un incremento del 11,9% en el PBI, el cual ha aumentado a un 13,2% de crecimiento. Este crecimiento se debe a una ejecución mucho más alta de lo esperado en el gasto público y privado. No obstante, debido al deterioro de las expectativas empresariales afectarían la actividad económica durante el último trimestre del 2021 y en todo el 2022, proyectando un escenario con un menor crecimiento para los años 2022 y 2023. Se tiene proyectado para los años 2022 y 2023 un crecimiento de 3,4 y 3,2 respectivamente.

Tabla 3 : PBI por sectores económicos

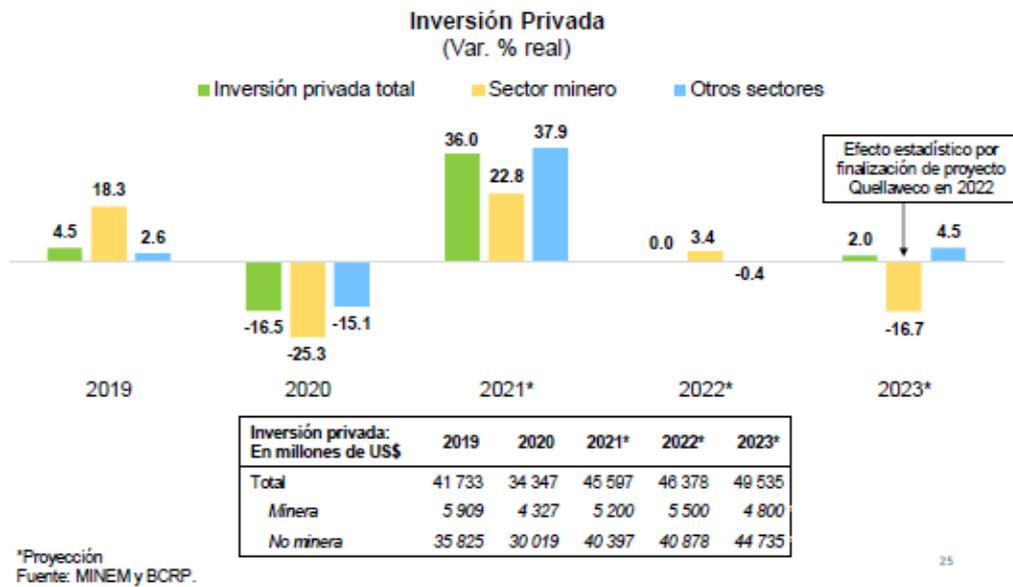
	2020	2021*				2022*	2023*
		Ene-oct. 21 respecto a		RI Set.21	RI Dic.21	RI Dic.21	RI Dic.21
		Ene-oct.20	Ene-oct.19				
PBI primario	-7,7	7,6	-2,6	6,2	5,3	5,3	5,8
<i>del cual:</i>							
Minería metálica	-13,8	13,7	-4,7	10,8	9,6	5,9	8,4
PBI no primario	-12,0	18,5	1,5	13,6	15,5	2,9	2,5
Manufactura	-16,4	28,9	3,8	21,1	24,8	1,4	3,3
Electricidad y agua	-6,1	9,8	1,8	7,7	8,2	1,7	5,0
Construcción	-13,9	52,0	17,2	30,6	34,7	0,5	2,5
Comercio	-16,0	21,5	-1,5	17,8	17,5	2,4	2,5
Servicios	-10,3	13,3	-0,1	9,9	11,7	3,7	2,3
Producto Bruto Interno	-11,0	16,0	0,6	11,9	13,2	3,4	3,2

Rt: Reporte de Inflación
 *Proyección
 Fuente: BCRP.

Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Debido a la reducción de las expectativas empresariales, se espera que se desacelere la inversión privada en el último trimestre del año y que se mantendría en todo el 2022. Con ello, se estaría alcanzando un crecimiento de 36% en la inversión privada en el 2021 y se proyecta un crecimiento nulo para el 2022 y un crecimiento del 2% para el 2023.

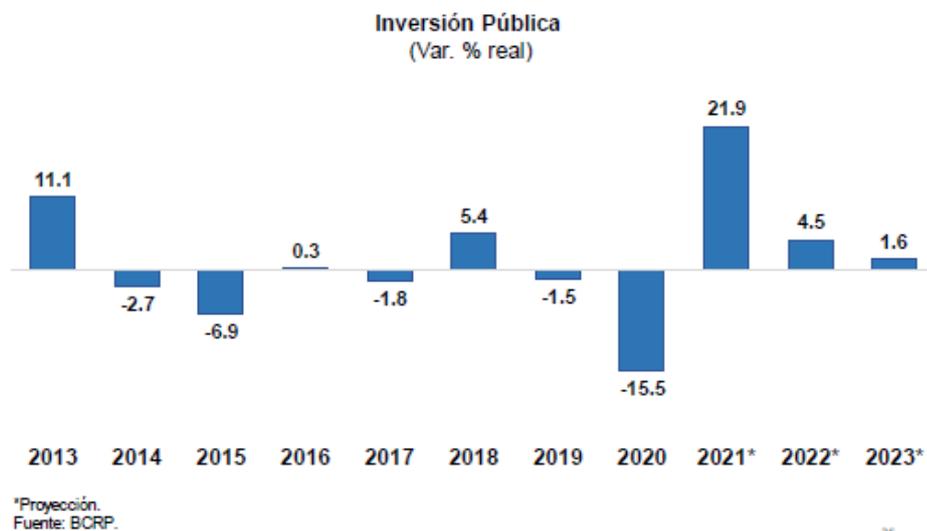
Gráfico 10 : Proyección inversión privada



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Para el 2021 se ha tenido un crecimiento en la inversión pública de 21,9% y se espera que para el año 2022 y 2023 pueda crecer en un 4,5% y 1,6% respectivamente. Este crecimiento se debe principalmente al mayor gasto en las obras de reconstrucción bajo el acuerdo de gobierno a gobierno.

Gráfico 11 : Proyección inversión Pública

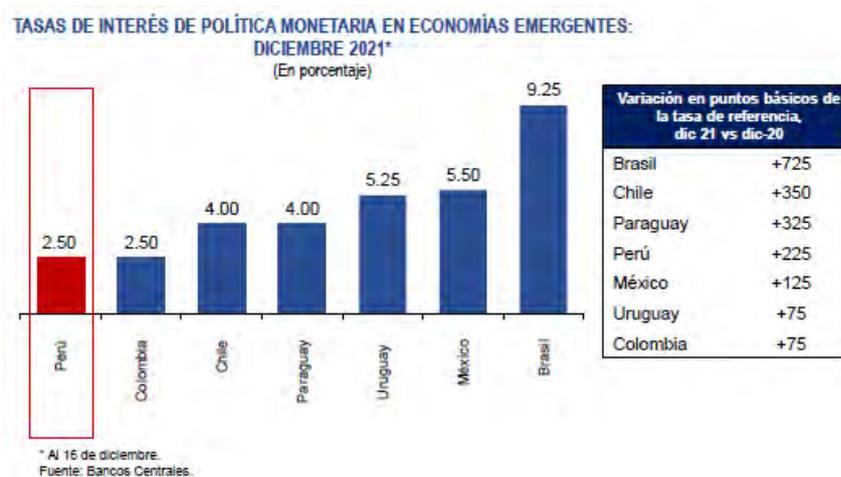


Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Referente a la política monetaria

La tasa de interés de política monetaria se ha mantenido en 2.5%, situandola como una de las más bajas a nivel internacional, en un contexto en donde los bancos centrales de la región y el mundo elevaron sus tasas de interés de política monetaria.

Gráfico 12 : Tasa de interés de política monetaria



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Se tiene una expectativa para el tipo de cambio de S/. 4,04 por dólar para fines del 2021 y se espera que tenga un crecimiento a S/. 4,14 por dólar para fines del 2022

Gráfico 13 : Tipo de cambio

ENCUESTA DE EXPECTATIVAS MACROECONÓMICAS: TIPO DE CAMBIO
En soles por dólar

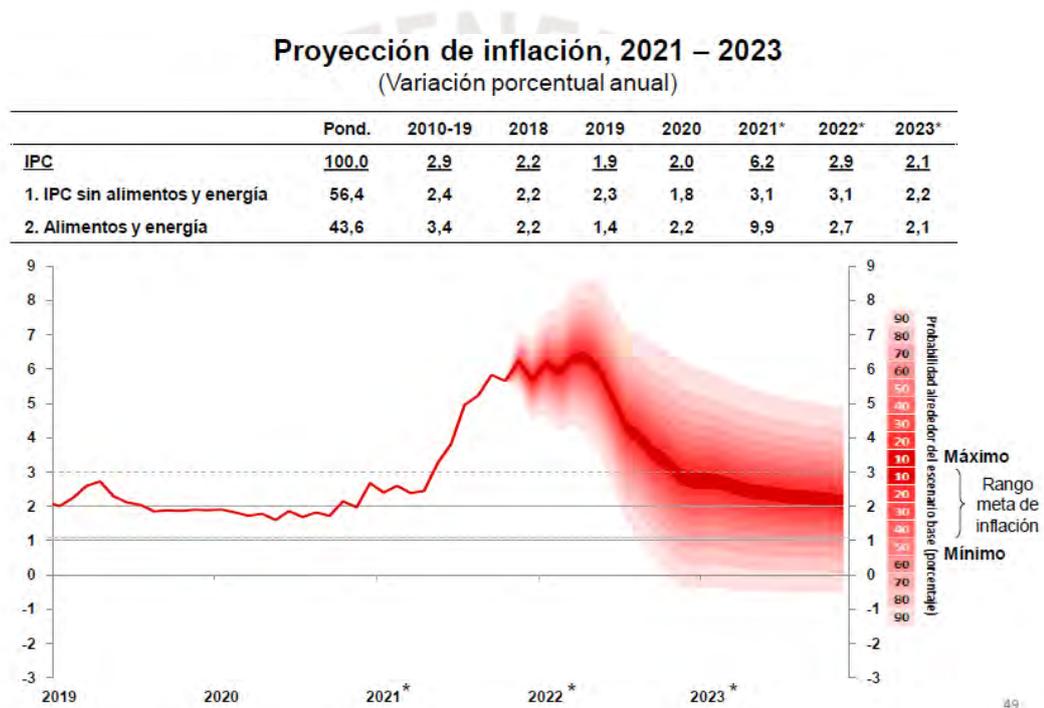
	RI Dic. 20	RI Jun. 21	RI Set. 21	RI Dic. 21*
Sistema Financiero				
2021	3,43	3,50	4,10	4,00
2022	3,40	3,50	4,00	4,12
Analistas Económicos				
2021	3,54	3,70	4,10	4,10
2022	3,50	3,72	4,25	4,20
Empresas No Financieras				
2021	3,50	3,70	4,00	4,01
2022	3,50	3,60	4,00	4,10

*Encuesta realizada al 30 de noviembre.
Fuente: Encuesta de expectativas macroeconómicas del BCRP.

Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Para este año se ha tenido una inflación de 6,2 por ciento debido al incremento de los precios de productos, principalmente de aquellos productos que son importados. Además, la devaluación de la moneda es otro factor por la que la inflación para este año se ha incrementado de manera notable con respecto a los años anteriores. En 2022 y 2023 se proyecta que la inflación fluctúe entre en 2,9 y 2,1 por ciento, respectivamente. Y con ello se pueda regresar al rango meta que se venía manteniendo en años anteriores.

Gráfico 14 : Proyección de Inflación 2021 - 2023



Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

1.1.2 ENTORNO POLÍTICO

Desde que asumió el cargo el nuevo presidente de la república Pedro Castillo en Julio del año 2021, se han presentado diversas situaciones políticas que han afectado de alguna manera la economía del país. Las tensiones entre los partidos políticos generan que la inversión privada tenga temor a la hora de invertir en el país. En el siguiente cuadro podemos ver el indicador de tensiones políticas que ha venido sufriendo el país desde el año 2020, visualizando también la evolución de la confianza empresarial que varía debido a estos indicadores.

Gráfico 15 : Indicador de tensiones políticas y confianza empresarial



Fuente: Situación Perú – 4T2021

Según las últimas encuestas del Instituto de Estudios Peruanos (IEP) a finales de octubre, un 48% de ciudadanos desaprueba el desempeño de Castillo y un 75% desaprueba el desempeño del congreso.

Esta alta desaprobación por parte del pueblo se debe principalmente a los conflictos que se vienen generando a raíz de diferentes ideologías entre el poder legislativo y el ejecutivo. Describiremos los eventos más importantes que se han venido generando y los cuales ha impactado en la economía del país.

Destitución del primer gabinete ministerial

Se designo como primer ministro al congresista Guido Bellido en Julio del 2021. Desde un inicio su presencia en el gabinete fue muy cuestionada por parte del congreso y la ciudadanía debido a su visión radical de izquierda y a su apología al terrorismo, del cual es investigado.

En sus dos meses como presidente del Consejo de Ministros de Perú, Bellido sostuvo pugnas tanto al interior del gabinete como con los partidos de oposición que son mayoría en el Congreso.

Además de tener puntos de vistas contradictorios con el presidente Pedro Castillo, planteo vía Twitter la posibilidad de nacionalizar el yacimiento de gas de Camisea, lo cual causo polémica y un enfrentamiento con el mandatario.

Los continuos choques de Bellido con la oposición y la élite económica hicieron que el tipo de cambio del dólar subiese desde agosto y alcanzase un máximo histórico la primera semana de octubre, depreciando el sol peruano. Ello incrementó el precio de algunos insumos importados determinantes en la canasta familiar, como el gas licuado de petróleo y el pollo debido a que las aves se alimentan con maíz amarillo, que Perú no produce.

Todo esto conllevó a que el mandatario exigiera su renuncia al cargo de primer ministro, haciéndose oficial el 6 de octubre.

Pedido de vacancia

El jueves 25 de noviembre se presentó la moción de vacancia contra el presidente Pedro Castillo debido a estos principales motivos:

1. Uso Ilegal de fondos públicos del gobierno regional de Junín en la campaña electoral del partido Perú Libre

Referido sobre la investigación fiscal por presunto lavado de activos cometidos por Vladimir Cerrón y otros a través de Perú Libre. Según la tesis del fiscal Richard Rojas Gómez, el dinero utilizado por dicho partido fue producto de actos de corrupción supuestamente vinculados a Los Dinámicos del Centro. En la moción recuerdan que Dina Boluarte, vicepresidenta de la República, está envuelta en el caso.

2. Tráfico de influencias

Los parlamentarios ponen en cuestionamientos las designaciones del exprimer ministro Guido Bellido -investigado por apología al terrorismo-; el excanciller Héctor Béjar -formó parte de la guerrilla Ejército de Liberación Nacional-; y el exministro Iber Maraví -mencionado en atestados policiales sobre atentados terroristas ocurridos en Ayacucho.

La moción señala las denuncias sobre presuntas injerencias del Gobierno en los ascensos de las FF.AA., acusación que provocó la salida de Walter Ayala del Ministerio de Defensa. Además, mencionan las supuestas presiones por parte del exsecretario presidencial Bruno Pacheco a la Sunat para favorecer a la empresa Grupo Deltron. Ambos casos vienen siendo investigados por la fiscalía.

3. Generación de inestabilidad económica

La moción de vacancia explica que las escasas declaraciones de Pedro Castillo generar una estabilidad económica. Citan sus palabras donde pide la nacionalización del gas de Camisea. Asimismo, indican la implosión de conflictos sociales y el más reciente escándalo por el anuncio de PCM para cerrar cuatro unidades mineras en Ayacucho.

Sin embargo, el día 7 de diciembre el congreso de la república rechazo admitir la moción de vacancia presidencial contra Pedro Castillo, por motivo de incapacidad moral permanente. La votación finalizó con 46 a favor, 76 en contra y 4 en abstención. Previo al debate de la moción de vacancia, Pedro Castillo impulso una ronda de dialogo con los líderes de los partidos políticos que cuentan con representación en el congreso, llegando a un consenso para poder superar las diferencias y tomar un rumbo diferente al que se ha venido dando.

Se espera que luego de esta fallida moción de vacancia presidencial, se pueda lograr un dialogo adecuado y puedan trabajar de la mano el poder legislativo con el poder ejecutivo para lograr una estabilidad política que influye directamente en la economía del país.

1.1.3 ENTORNO SALUD

Los indicadores sanitarios del país vinculados al covid-19 vienen evolucionando favorablemente, teniendo una reducción considerable de resultados positivos en las pruebas diarias que se realizan. Además, se ha tenido un gran avance en el proceso de vacunación, llegando a suministrar en el mes de octubre cerca de 255mil dosis diarias. Al

menos cerca de 14 millones de la población cuentan con ambas dosis, mientras que cerca a los 17 millones cuentan con al menos una dosis.

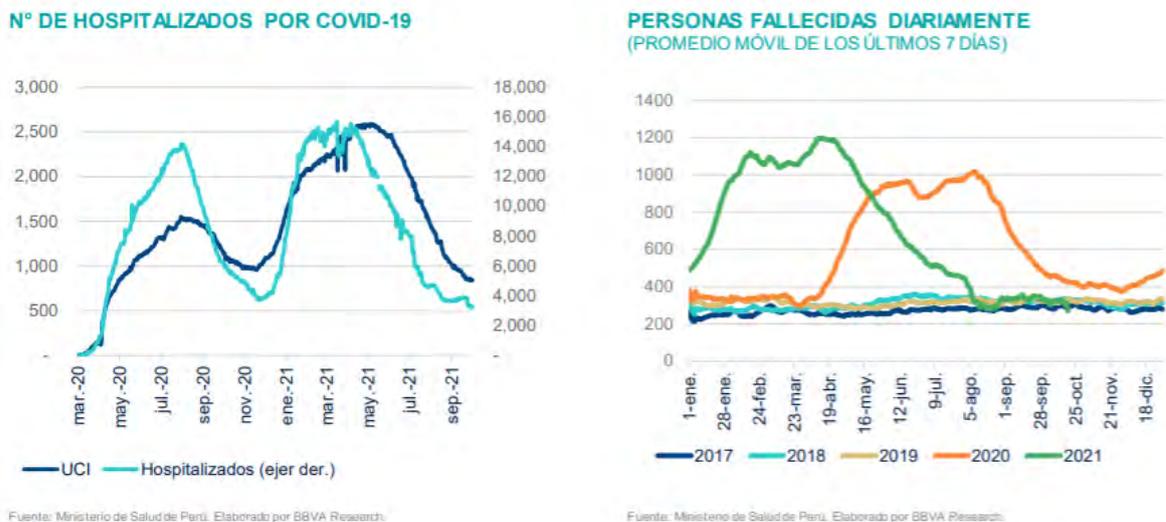
Gráfico 16 : Pruebas diarias y avance de vacunación



Fuente: Situación Perú 4T2021 – BBVA

Por otro lado, el número de hospitalizados y fallecidos por el covid-19 está disminuyendo sostenidamente día tras día. Se ha confirmado que aquellas personas que no están vacunadas son mucho más propensas a estar hospitalizadas y fallecer por el covid-19.

Gráfico 17: Cantidad de hospitalizados y fallecidos diarios



Fuente: Situación Perú 4T2021 – BBVA

Según las proyecciones para el año 2022, se espera que los aforos puedan normalizarse a niveles pre pandémicos, debido principalmente a que la mayor parte de la población ya estaría vacunada.

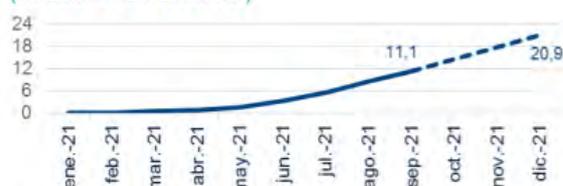
Gráfico 18 : Cantidad de vacunas contratadas e índice de actividades afectadas por el covid-19

NÚMERO DE VACUNAS CONTRATADAS
(MILLONES DE DOSIS)

Laboratorio	MILLONES DE DOSIS
Sinopharm	24
Pfizer ¹	68,9
Covax Facility	15
AstraZeneca	13,8
Gamaleya	20
Moderna	20
Total	161,7

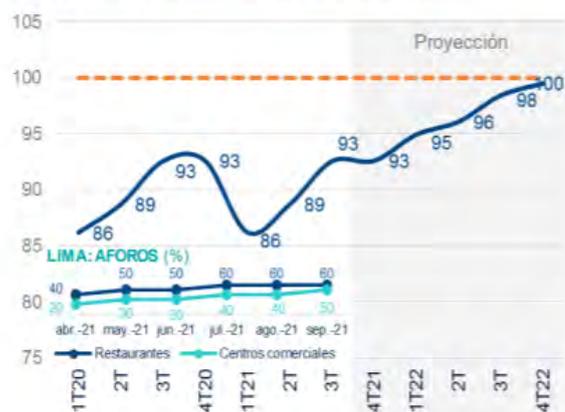
1: Incluye 2 millones de dosis donadas por EE.UU.

NÚMERO DE VACUNADOS*
(MILLONES DE PERSONAS)

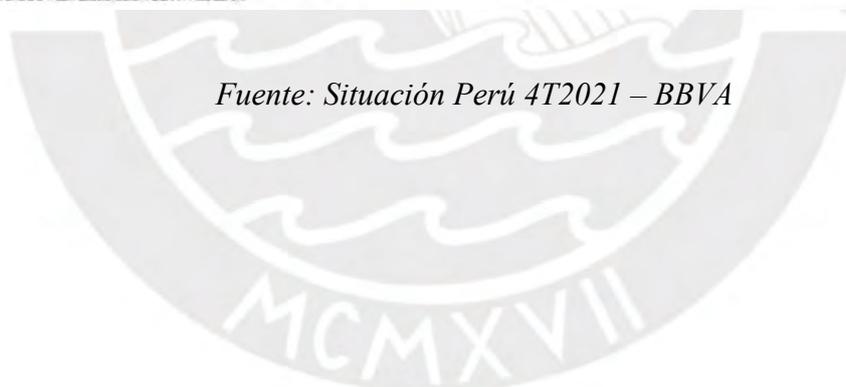


* Considera dos dosis por persona y los anuncios oficiales de llegada de vacunas.
Fuente: Medios de prensa e INEI. Elaboración: BBVA Research.

INDICE COMPUESTO DE ACTIVIDADES MÁS AFECTADAS POR MEDIDAS DE AISLAMIENTO*
(NIVEL COMO % DEL MISMO PERIODO DE 2019)



* Incluye sectores comercio, alojamiento y restaurantes, transportes, y servicios prestados a empresas, sectores que en conjunto representan 22% del PIB.

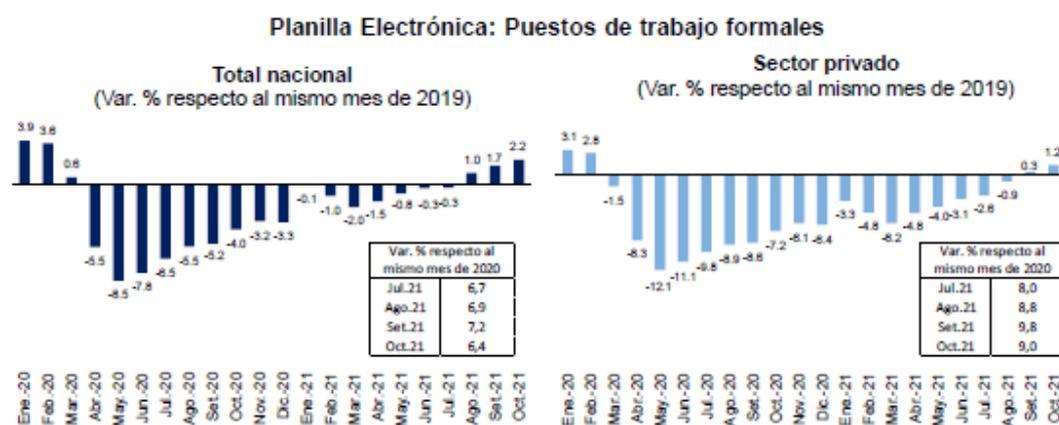


Fuente: Situación Perú 4T2021 – BBVA

1.1.4 ENTORNO SOCIAL

En los últimos meses se ha visto un crecimiento constante en relación a los trabajos formales en el sector privado, logrando superar en 1.2% con relación al año 2019; al igual que en el sector público, que ha logrado superar en 2.2% con relación al año 2019. (mover al lado social) (Agregar inflación al macroentorno económico)

Gráfico 19 : Puestos de trabajo según planillas electrónicas



Miles de puestos de trabajo	Set.19	Dic.19	Ene.20	Jun	Set	Dic	Ene.21	Mar	Jun	Jul	Ago	Set	Oct
Total nacional	5 354	5 447	5 276	4 747	5 076	5 266	5 077	5 267	5 131	5 192	5 311	5 443	5 532
Sector privado	3 854	3 916	3 804	3 268	3 521	3 667	3 567	3 735	3 562	3 621	3 735	3 866	3 946
Sector público	1 500	1 531	1 472	1 479	1 555	1 599	1 510	1 532	1 569	1 571	1 577	1 577	1 586

Fuente: SUNAT.

23

Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

En el siguiente cuadro podemos observar que el empleo formal privado en octubre del 2021 ha crecido en un 9% con respecto al año 2020 y en 1,2% con respecto al año 2019. Los sectores agropecuario y construcción son los que han tenido un gran aumento de puestos de trabajo, mientras que en el sector servicios aún es lento su recuperación debido a que siguen existiendo algunas restricciones por la pandemia covid-19.

Tabla 4 : Puestos de trabajo formales en el sector privado

Puestos de trabajo formales en el sector privado
Planilla electrónica
(Miles de puestos)

	Octubre						
	2019	2020	2021	Var. 2021/2020		Var. 2021/2019	
				Miles	%	Miles	%
Total	3 899	3 620	3 946	326	9,0	47	1,2
Del cual:							
Agropecuario 1/	499	584	621	36	6,2	122	24,4
Pesca	18	17	17	0	-0,3	-1	-4,7
Minería	105	101	115	13	13,2	9	9,0
Manufactura	474	439	466	26	6,0	-8	-1,8
Electricidad	16	15	16	2	12,2	0	0,2
Construcción	246	227	264	37	16,3	18	7,4
Comercio	625	585	638	53	9,1	13	2,2
Servicios	1 911	1 646	1 787	141	8,5	-125	-6,5

1/ Incluye procesamiento y conservación de frutas y vegetales
Fuente: Sunat

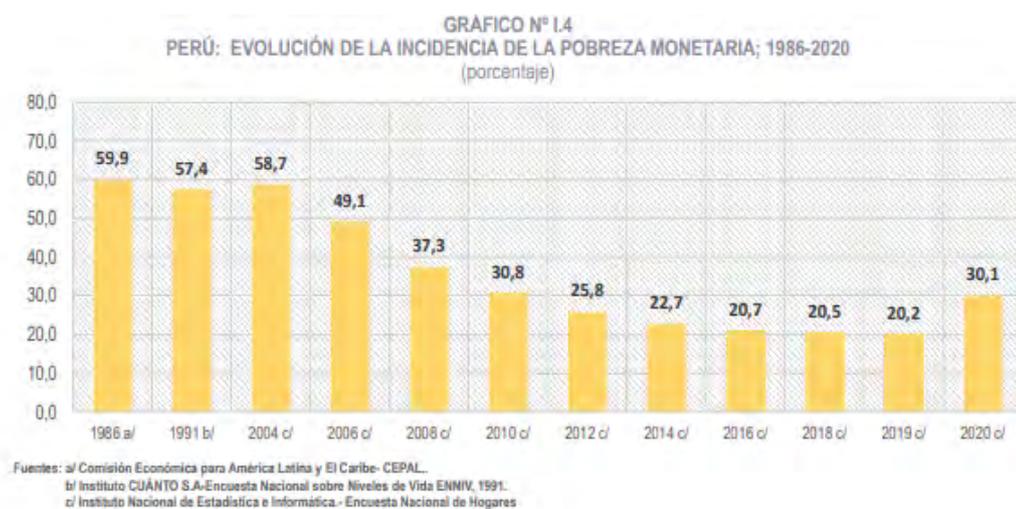
Fuente: Reporte de inflación – diciembre 2021 BCR

Durante muchos años, la pobreza afecta a gran parte de la población peruana, sin embargo, gracias a las políticas económicas adoptadas por el gobierno y a la provisión de servicios públicos, a políticas de superación y entre otras decisiones acertadas por los gobiernos de turno, frenaron su impacto y mejoraron las condiciones de vida de la población.

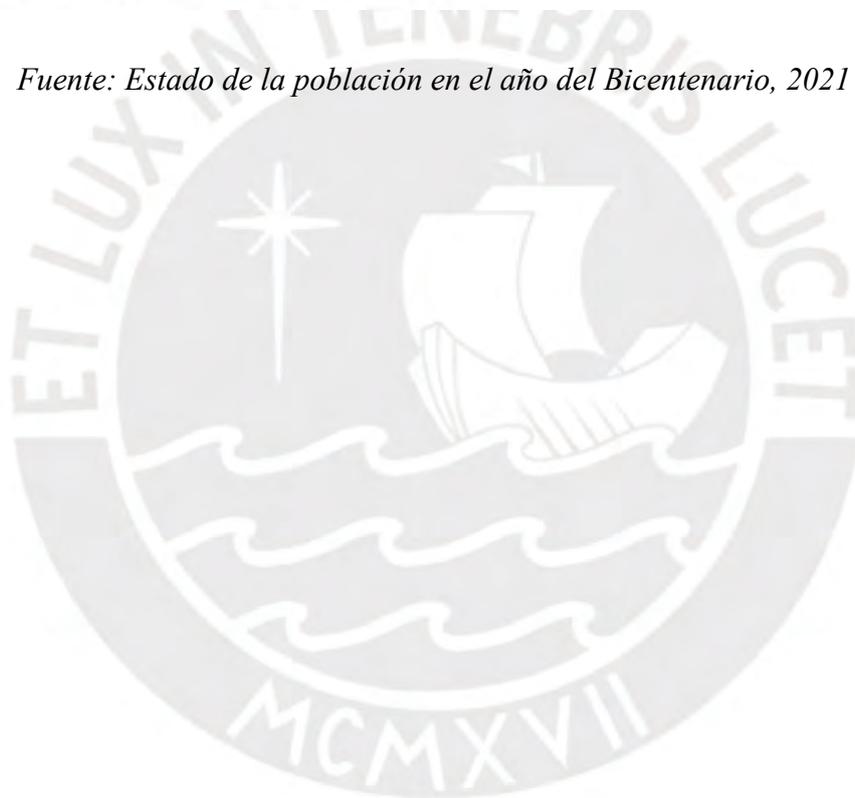
Lamentablemente, y luego de diecisiete años reduciendo la pobreza y la pobreza extrema, los valores volvieron a aumentar para el año 2020 debido principalmente a la pandemia y a las restricciones adoptadas por el gobierno para atenuar este virus. Debido a la paralización económica de muchos sectores, muchos habitantes perdieron sus empleos y dejaron de recibir ingresos para mantener a sus familias.

La pobreza afectó al 30,1% de la población, siendo 9,9 puntos porcentuales más que en el año 2019 (20,2%). La pobreza extrema se elevó de 2,9% a 5,1%

Gráfico 20 : Evolución de la incidencia de la pobreza monetaria 1986-2020



Fuente: Estado de la población en el año del Bicentenario, 2021 - INEI



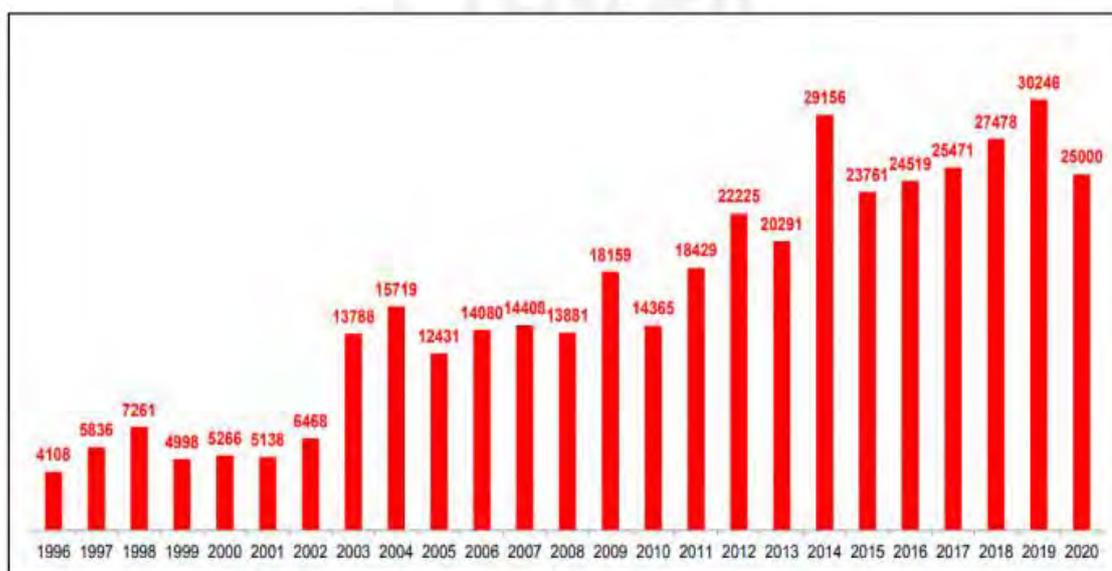
1.2 MICROENTORNO

1.2.1 OFERTA INMOBILIARIA

1.2.1.1 OFERTA (STOCK)

Desde el año 2015 la oferta disponible de viviendas en Lima Metropolitana ha estado creciendo de manera constante, siendo el año 2020 donde se aprecia una disminución debido a la pandemia y a las restricciones sanitarias implementadas por el gobierno. En el siguiente grafico podremos observar la caída de la oferta en comparación al año 2019.

Gráfico 21 : Evolución de la oferta inmobiliaria en Lima Metropolitana



Fuente: Estudio de mercado de edificaciones urbanas en Lima Metropolitana

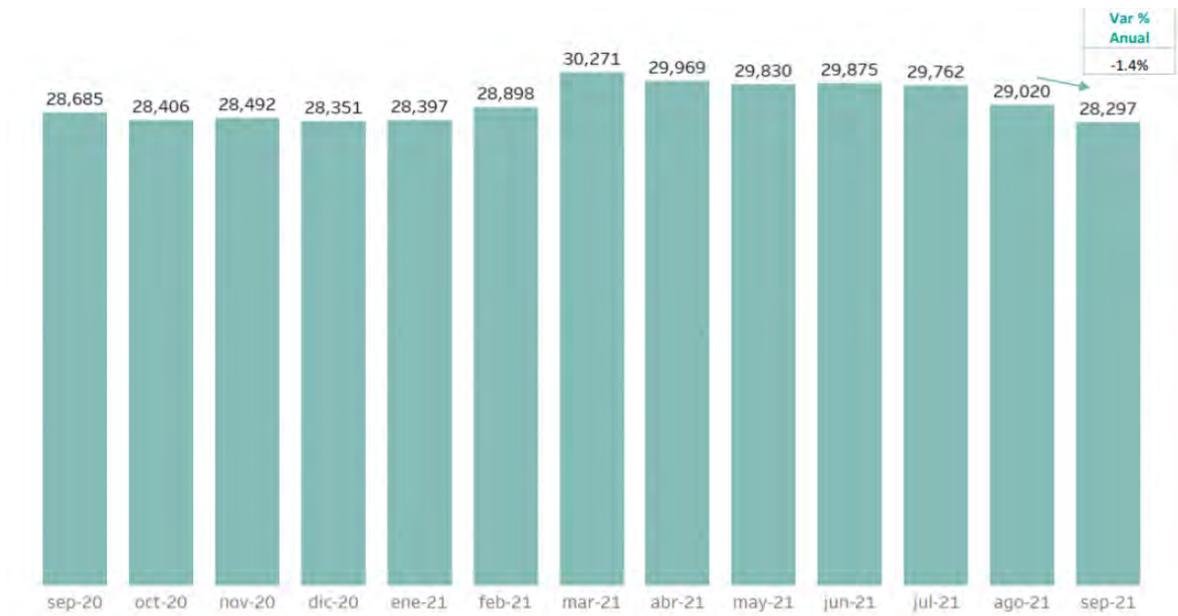
Capeco

1.1.1.1 PRECIO

Se puede observar que, en el segundo trimestre del año 2021, la oferta de unidades inmobiliarias tuvo un incremento y paso a tener una oferta de 30,271 unidades. Sin

embargo, durante el último trimestre se vio una disminución de la oferta y paso a tener casi la misma oferta que se tenía al inicio del año.

Gráfico 22 : Evolución de la oferta inmobiliaria 2020 - 2021



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

Por otro lado, podemos observar en el siguiente grafico que la oferta inmobiliaria por sectores en Lima tiene mayor presencia en el sector de Lima Moderna, el cual es el sector al que pertenece nuestro proyecto.

Gráfico 23 : Oferta inmobiliaria por sectores de Lima

Participación de la Oferta por Sector Lima en unidades

Sector	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21
Lima Moderna	43.7%	44.0%	43.6%	42.5%	42.0%	42.7%	41.9%	42.4%	41.7%	42.7%	43.6%	43.5%	43.0%
Lima Top	28.0%	28.8%	28.4%	29.4%	29.0%	29.6%	31.0%	31.5%	32.1%	32.3%	32.5%	33.8%	35.6%
Lima Centro	14.7%	14.4%	15.9%	15.8%	15.8%	15.1%	15.9%	15.5%	15.5%	15.1%	14.9%	14.6%	14.0%
Lima Sur	4.8%	4.6%	4.4%	4.8%	4.6%	4.7%	4.2%	4.0%	3.9%	3.8%	3.7%	3.6%	3.4%
Lima Norte	3.9%	3.7%	3.5%	3.3%	4.7%	4.3%	3.7%	3.5%	3.9%	3.7%	3.2%	2.8%	2.5%
Lima Este	3.3%	3.1%	2.8%	2.9%	2.7%	2.4%	2.4%	2.1%	2.0%	1.6%	1.3%	1.1%	0.9%
Callao	1.6%	1.5%	1.4%	1.3%	1.2%	1.1%	1.0%	0.9%	0.8%	0.8%	0.7%	0.6%	0.6%

Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

En cuanto a precios, el sector de Lima Top sigue teniendo los valores más altos en cuanto a precios por m2 se refiere, seguido de Lima Moderna.

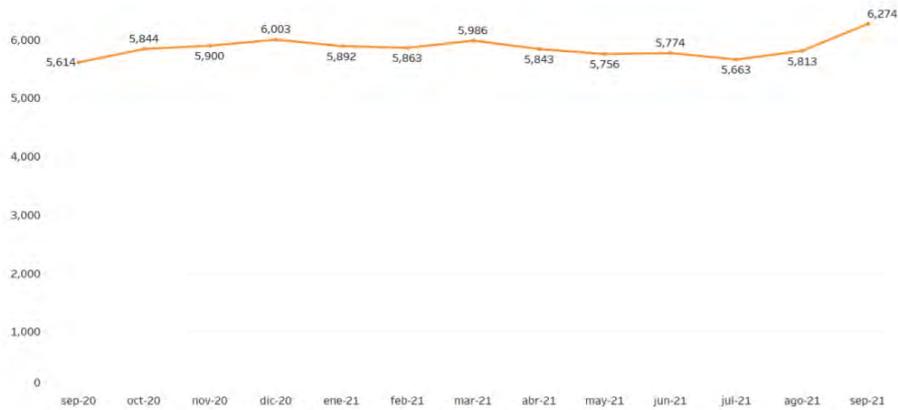
Gráfico 24 : Precios de venta por metro cuadrado en Lima



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

Por otro lado, tomando un ponderado global de precios por m2 de cada sector de Lima Metropolitana, llegamos a tener un precio promedio por m2 de 6,274 soles, teniendo una proyección de alza en los meses siguientes.

Gráfico 25 : Precio promedio de venta en Lima Metropolitana

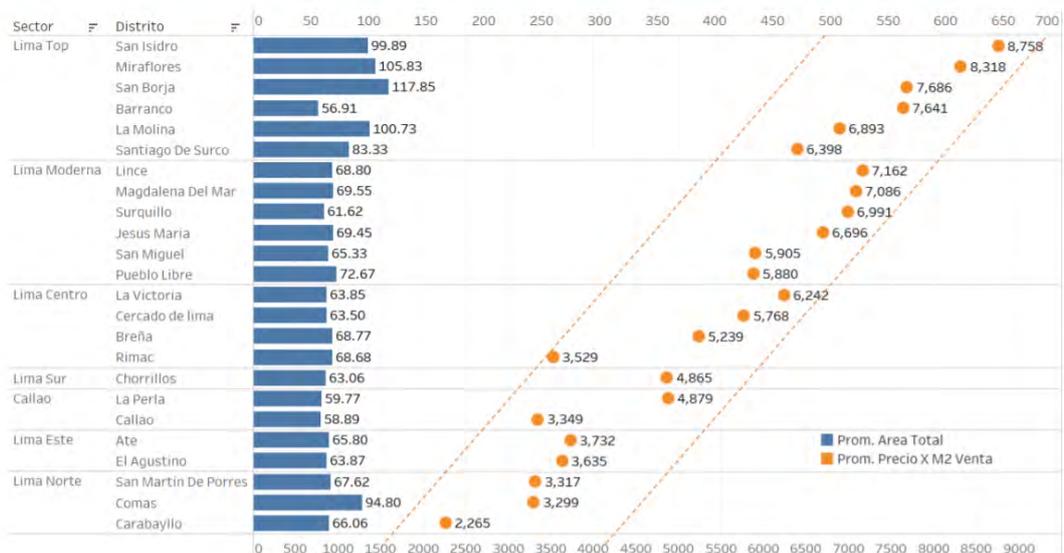


Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

En el siguiente grafico podemos observar que el distrito de San Isidro es el que tiene mayor precio por m2 con S/8,758.00, seguido de Miraflores con S/8,318.00 precio por m2. Para el distrito de Pueblo Libre donde se encuentra ubicado nuestro proyecto cuenta con un precio por m2 de S/. 5,880.00.

Gráfico 26 : Precio por metro cuadrado por distrito

Valor por m2 de venta y área promedio vendida Set-21



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

1.2.2.1 DEMANDA DE VIVIENDAS

La demanda de viviendas en Lima Metropolitana, calculada a partir del último censo realizado por el INEI, para la fecha de julio 2019, se tiene un total de 2,747,830 hogares, cuya demanda potencial habitacional es 913,986 hogares, y demanda efectiva de 483,824 hogares.

Tabla 5 : Tabla de demanda de viviendas por sectores de Lima

EL MERCADO DE EDIFICACIONES URBANAS EN LIMA METROPOLITANA								
Proyección de la Demanda efectiva en Lima Metropolitana 2019 por sector urbano								
Ítem	Total	Sector Urbano de residencia actual						
		Lima Top	Lima Moderna	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur	Callao
Total hogares en Lima Metropolitana y Callao (Estimación Julio 2019)	2,747,830	257,333	171,412	220,449	673,565	692,377	455,163	277,531
Total demanda potencial habitacional	913,986	72,887	43,772	73,846	236,668	261,598	135,471	89,744
Total demanda Efectiva habitacional para los próximos 2 años	483,824	29,011	16,489	22,625	140,991	156,846	75,437	42,425
(*)	483,824	43,344	18,262	12,022	145,432	160,183	76,771	27,812
Compra vivienda Techo Propio	38,536	0	0	2,055	3,004	12,878	7,823	12,776
(*)	38,536	0	0	526	4,856	17,266	8,468	7,419
Compra vivienda Mivivienda 1	38,249	2,407	1,550	5,614	3,005	11,707	4,852	9,114
(*)	38,249	2,729	9,019	4,025	4,138	11,510	4,752	2,076
Compra vivienda Mivivienda 2	19,487	4,772	4,652	1,779	5,297	967	0	2,020
(*)	19,487	6,748	3,412	2,140	4,038	1,078	0	2,072
Compra vivienda no social 1	20,835	13,120	2,661	1,023	1,324	0	1,697	1,010
(*)	20,835	16,026	2,735	1,136	0	0	939	0
Compra vivienda no social 2	8,250	2,698	4,547	0	0	0	1,005	0
(*)	8,250	8,250	0	0	0	0	0	0
Compra lote habilitado	76,001	4,998	0	8,816	26,693	21,189	12,121	2,184
(*)	76,001	5,868	2,067	728	29,890	24,282	12,233	935
Construcción vivienda Sitio Propio	212,092	0	0	0	86,506	81,489	34,735	9,362
(*)	212,092	0	0	0	88,385	76,811	36,925	9,970
Construcción vivienda Mivivienda	57,895	0	0	1,628	12,483	26,253	11,572	5,959
(*)	57,895	0	0	1,712	11,427	26,991	12,425	5,340
Construcción vivienda no social	12,479	1,016	3,079	1,710	2,679	2,363	1,632	0
(*)	12,479	3,723	1,029	1,755	2,698	2,245	1,029	0

(*) Sector Urbano donde se quiere vivir.
Base: Total hogares estimados para julio del 2019

Fuente: Estudio de mercado de edificaciones urbanas en Lima Metropolitana

Capeco

Del siguiente cuadro podemos observar los estratos socioeconómicos de aquellas personas que están interesadas en comprar un lote, una vivienda y construirla; divididas en porcentajes.

Tabla 6 : Intención de compra por niveles socioeconómicos

EL MERCADO DE EDIFICACIONES URBANAS EN LIMA METROPOLITANA									
Demanda efectiva vivienda no social para los próximos 2 años por estrato socioeconómico e intención									
Demanda efectiva	Total	Estrato Socioeconómico					Intención		
		Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo	Comprar Vivienda	Comprar Lote	Construir vivienda
Comprar un lote para construir una vivienda	24.8%	10.2%	7.1%	27.7%	35.5%	12.5%	0.0%	100.0%	0.0%
Construir en lote / aires propios	33.6%	0.0%	8.5%	13.0%	33.3%	80.3%	0.0%	0.0%	100.0%
Comprar una vivienda	41.5%	89.8%	84.4%	59.4%	31.2%	7.1%	100.0%	0.0%	0.0%
Comprar vivienda NO SOCIAL (Precio mayor a S/.420 000)	10.8%	75.8%	41.7%	8.3%	0.7%	0.0%	26.0%	0.0%	0.0%
Están dispuestos a pagar la cuota mensual	6.5%	49.0%	26.6%	3.4%	0.3%	0.0%	15.7%	0.0%	0.0%
La cuota mensual no supera el 30% de sus ingresos	1.7%	24.7%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.1%	0.0%	0.0%
(+) Piensan comprar al contado	1.5%	12.6%	4.2%	1.7%	0.0%	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%
Demanda efectiva vivienda no social para próximos 2 años	3.2%	37.3%	7.2%	1.7%	0.0%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%
Total: 100%	1,505	142	169	200	531	463	905	300	300

Base: Hogares que conforman la demanda potencial

*Fuente: Estudio de mercado de edificaciones urbanas en Lima Metropolitana
Capeco*

1.2.2.2 VENTAS

Se puede observar que durante los 3 primeros trimestres del 2021 se ha tenido un incremento en las ventas mensuales, llegando a un pico de 1340 unidades vendidas en el mes de agosto. Se espera que las ventas se mantengan durante el primer trimestre del año 2022.

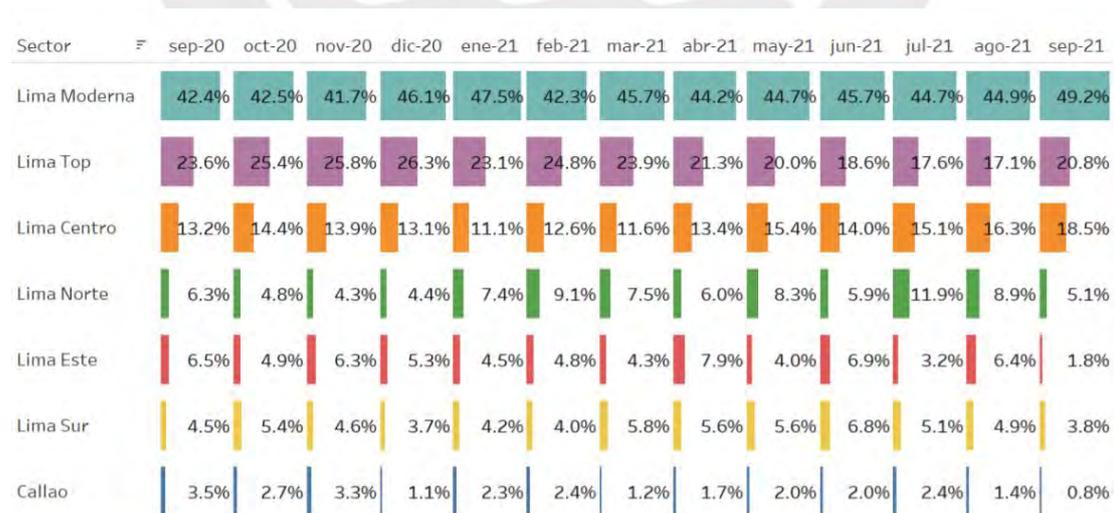
Gráfico 27 : Evolución de ventas 2020 - 2021



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

En el siguiente grafico podemos observar que el sector de Lima Moderna lidera las ventas desde el último trimestre del 2020, teniendo casi el 50% de ventas de todo Lima.

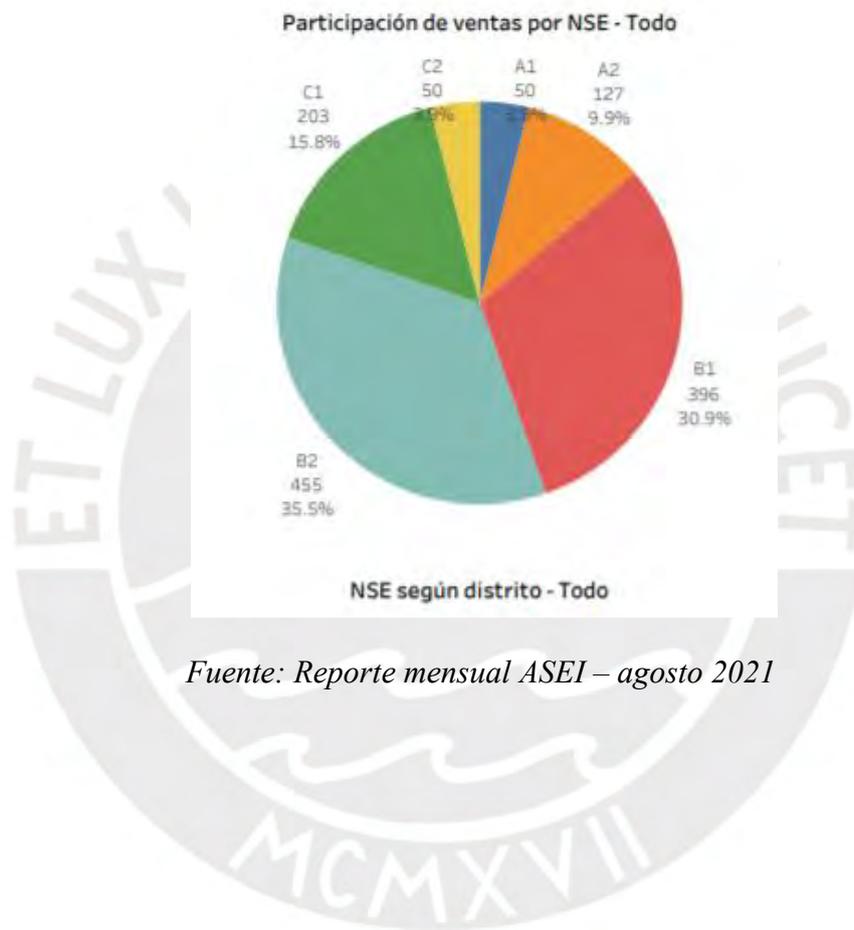
Gráfico 28 : Porcentaje de ventas por sectores de Lima



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

Podemos observar que el sector socioeconómico que más participación tuvo en las ventas durante el año 2021 fue el B2, con 35% de participación, seguido por el nivel socioeconómico B1, con 31% de participación en las ventas.

Gráfico 29 : Participación de ventas por NSE.



1.2.2 SECTOR CONSTRUCCIÓN

En el siguiente grafico podemos observar que el PBI construcción se ha recuperado de la crisis de la pandemia, logrando volver a los niveles pre-pandemicos. En el año 2020 bajo 64.1 y en el año 2021subio 231.9 con respecto al año anterior.

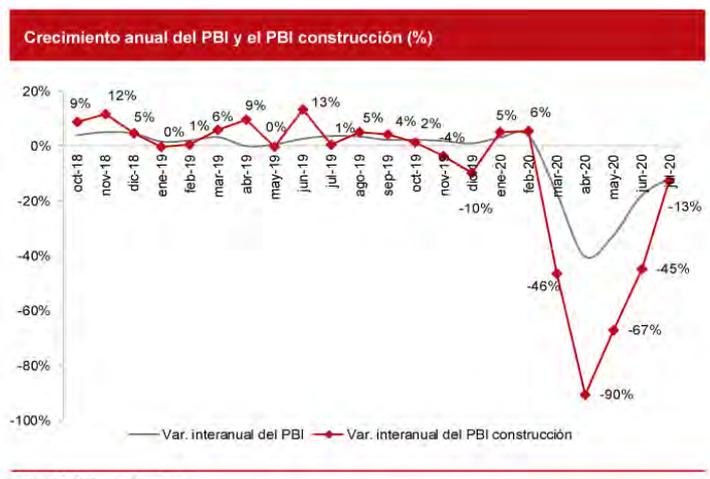
Gráfico 30 : Evolución del PBI construcción



Fuente: Informe técnico producto bruto interno trimestral - INEI

El PBI construcción es uno de los principales sectores económicos que influye directamente en el PBI del país. Del siguiente grafico podemos observar como el PBI del país baja cuando el PBI construcción tiene una caída.

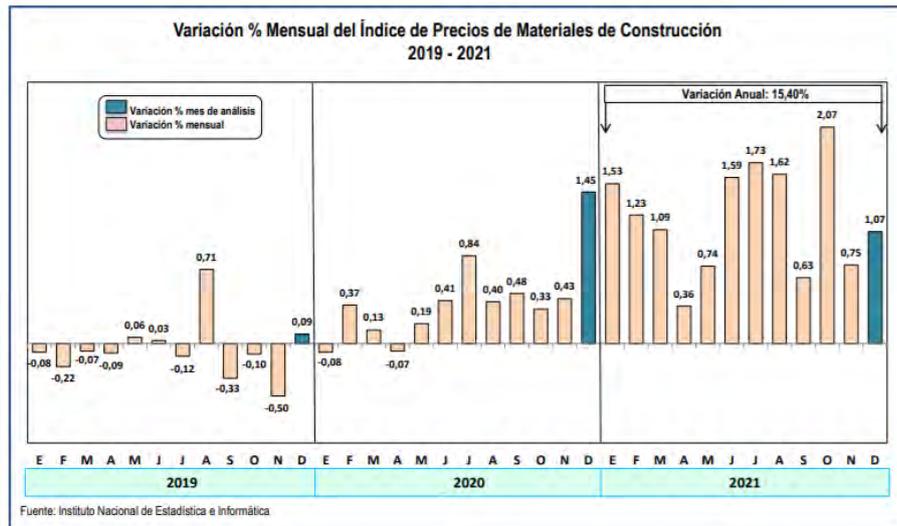
Gráfico 31 : Evolución PBI construcción y del PBI



Fuente: INEI – Comex Perú

Otro punto importante son los precios de los materiales de construcción, que desde el año de la pandemia han venido teniendo un aumento considerable, haciendo que el precio de construcción suba de precio, lo que provoca una disminución en la rentabilidad de los proyectos inmobiliarios.

Gráfico 32 : Evolución mensual de materiales de construcción



Fuente: Informe técnico producto bruto interno trimestral - INEI

1.3 CONCLUSIONES

- La situación económica mundial es favorable para la economía peruana. Se proyecta un crecimiento en el PBI mundial para el 2022 de 4,3%, siendo las principales potencias como Estado Unidos y China las que tendrán un crecimiento consistente que permitirá estabilizar la economía mundial.
- Debido a la situación política que atraviesa el país, las expectativas de los empresarios ha disminuido en el último trimestre. Sin embargo, debido a que la vacancia presidencial no prosperó y a que el presidente Pedro Castillo está abierto a dialogar con las principales agrupaciones políticas que conforman el congreso, se espera que las expectativas de los empresarios

aumenten en los próximos meses y sea de manera constante durante el año que viene.

- El tipo de cambio se mantendrá alrededor de los 4,00 soles por dólar para el año 2022. Se espera que el gobierno pueda estabilizar la situación política, lo que permitirá incentivar y tener mayor confianza a la inversión privada y con ello se pueda reducir el tipo de cambio.

- Se espera que para el año 2022, el aforo en los locales pueda normalizarse a los niveles pre pandémicos, ya que de seguir con el ritmo de vacunación se tendría a la mayoría de la población vacunada.

- La demanda de departamentos es más grande que la oferta existente en Lima Metropolitana, esto sucede en todos los segmentos desde el más bajo hasta el más alto.

- El sector socioeconómico B es el que mayor participación tuvo en las ventas durante el año 2021, lo que motiva al inversionista a seguir apostando por este sector socioeconómico.

- El sector construcción es uno de los más importantes del país ya que influye directamente en el PBI del país, debido a que cuando hay una crisis en el sector, también se produce una crisis económica en el país.

- Los precios de los materiales de construcción han venido teniendo un aumento desde el año 2020, por lo que el precio de construcción ha ido aumentando debido a esta alza de precios.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OFERTA INMOBILIARIA

Evaluando y analizando la oferta inmobiliaria para el distrito de Pueblo Libre durante el año 2021, se comprobó que el distrito tuvo 1,540 unidades disponibles para la venta.

Gráfico 33 : Oferta inmobiliaria por distritos



Fuente: Reporte mensual ASEI – agosto 2021

De la oferta total, podemos observar que solo 45 unidades inmobiliarias son de entrega inmediata, 613 se encuentran en construcción y 882 se encuentran en venta de planos.

Tabla 7 : Oferta inmobiliaria por etapa

Oferta por etapa de proyecto según distrito

Distrito	En planos	En Construcción	Entrega Inmediata	Total
				197
Ate	33.50%	62.44%	4.06%	1,169
Barranco	34.64%	48.76%	16.60%	616
Breña	33.60%	64.29%	2.11%	82
Callao		78.05%	21.95%	295
Carabaylo	45.08%	54.24%	0.68%	1,576
Cercado de lima	65.16%	33.69%	1.14%	40
Chaclacayo	100.00%			887
Chorrillos	51.86%	30.89%	17.25%	133
Comas	3.01%	96.99%		18
El Agustino		94.44%	5.56%	214
Independencia	100.00%			12
Jesus Maria	65.77%	32.30%	1.93%	80
La Molina			100.00%	1,549
La Perla	100.00%			1,509
La Victoria	61.46%	33.44%	5.10%	2,058
Lince	59.38%	35.85%	4.77%	3,637
Magdalena Del ..	57.87%	36.10%	6.03%	1,540
Miraflores	59.88%	35.63%	4.48%	13
Pueblo Libre	57.27%	39.81%	2.92%	222
Punta Hermosa		100.00%		74
Rimac		100.00%		319
San Bartolo	72.97%		27.03%	2,629
San Borja	67.40%	28.84%	3.76%	57
San Isidro	67.90%	24.15%	7.95%	2,353
San Martín De P..	24.56%		75.44%	2,319
San Miguel	48.45%	37.19%	14.36%	1,228
Santiago De Sur..	53.04%	44.37%	2.59%	28,297
Surquillo	61.56%	32.90%	5.54%	
Total General	57.29%	36.63%	6.07%	

Fuente: Informe Trimestral 2021 – TINSA

2.2 OFERTA SEGÚN NSE

Durante el 2021, Lima Moderna ha venido liderando la oferta efectiva en los niveles socioeconómicos AB y B, teniendo 4,650 y 4,400 unidades inmobiliarias respectivamente. Esto demuestra que el sector socioeconómico B es el que predomina en los distritos que conforman el sector de Lima Moderna.

Gráfico 34 : Unidades inmobiliarias por NSE

Unidades disponibles según NSE por agrupación distrital
(Al 3er trimestre del 2021)



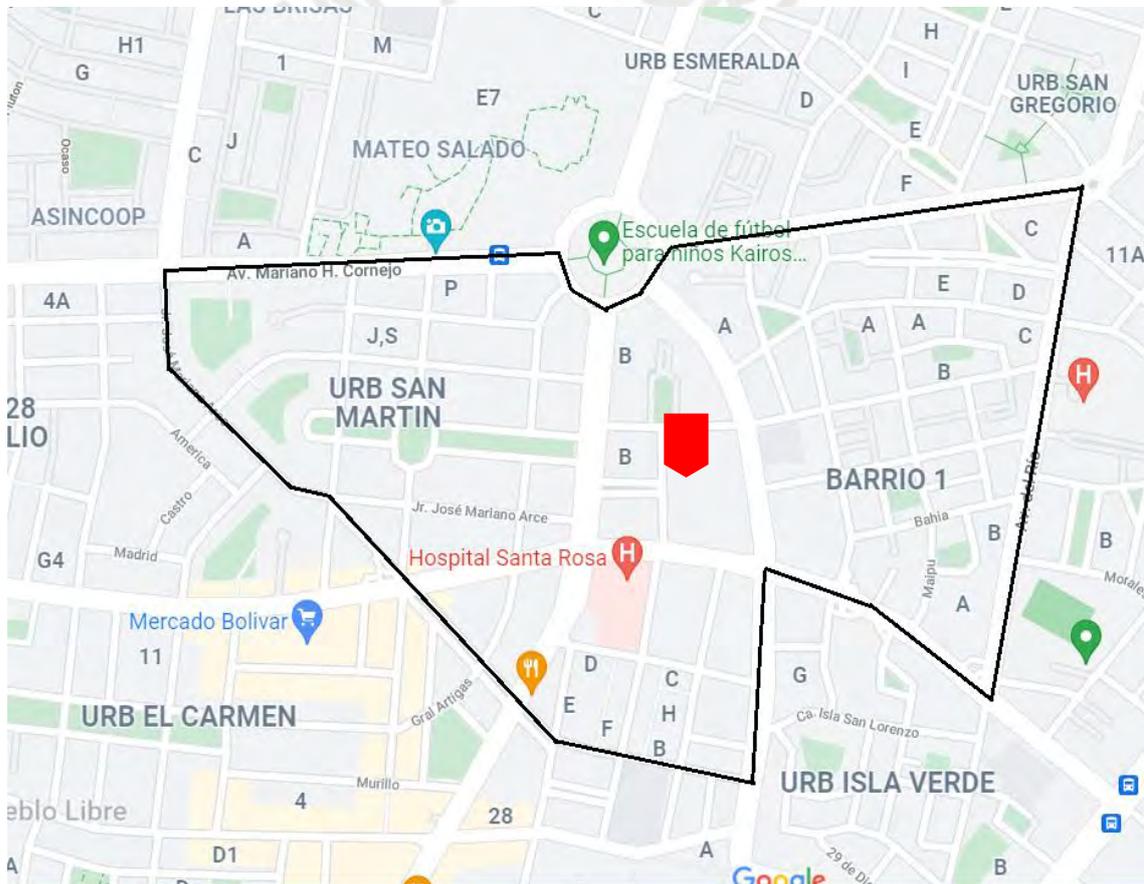
Fuente: Informe Trimestral 2021 – TINSA

2.3 AREA DE INFLUENCIA

El área de influencia del proyecto está delimitada por la Av. Mariano H. Cornejo, Av. Del Rio, Jirón José Mariano Arce, Av. Simón Bolívar, Av. Gral. José María Egusquiza y Av. Paseo de los Andes.

En el área de influencia se encuentra la Universidad Antonio Ruiz de Montoya, la clínica Stella Maris, la clínica Peruano Japonés, el Hospital Santa Rosa y varios parques de uso público.

Figura 1 : Área de Influencia del proyecto



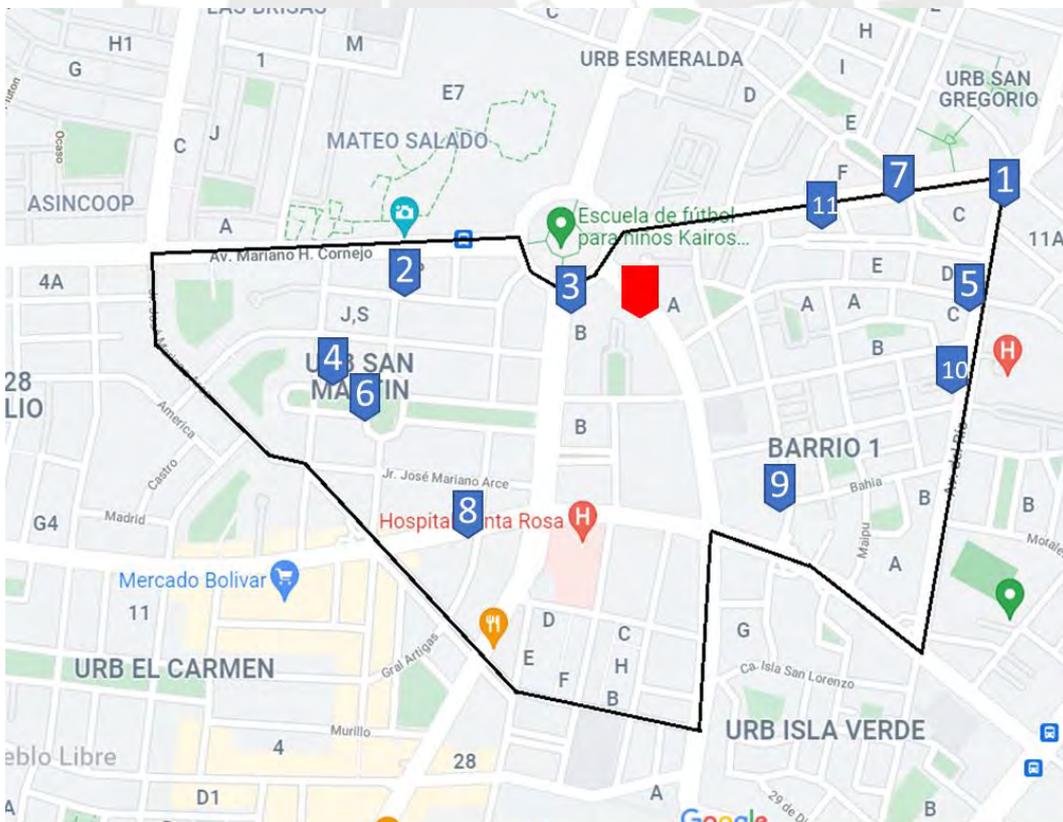
Fuente: Elaboración propia

Además de ello, el proyecto se encuentra ubicado en una avenida principal, muy cercana a un ovalo donde se puede tener salida rápida a cualquier destino de Lima. Siendo nuestro público objetivo parejas jóvenes que quieren formar una familia, la ubicación es ideal ya que se encuentra cerca a los centros comerciales y avenidas más importantes que tiene Lima.

2.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En nuestra área de influencia se pudo identificar 11 proyectos que se vienen realizando en distintas etapas, los cuales serán la competencia directa de nuestro proyecto inmobiliario.

Figura 2 : Competencia en el área de influencia



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro podremos observar la oferta de departamentos de los proyectos identificados dentro del área de influencia. Se ha dividido el cuadro en tres partes, donde se podrá diferenciar aquellos proyectos que están en preventa, construcción y estreno.

Tabla 8 : Análisis de la competencia

Item	Nombre	Promotor	# Departamentos	Etapas	Dirección	Área (m2)
1.00	Piazza	Paz Centenario	149.00	Construcción	Av. Del Rio 111	60 a 70m2
2.00	Residencial Andalucía	Varsovia Inversiones	17.00	Construcción	Calle bernardo o higgins 279	80 a 124m2
3.00	Neocity	Grupo TyC	72.00	Inmediata	Av. José de San Martín 105	71 a 145m2
4.00	Residencial Parque San Martín	Tale Inmobiliaria	81.00	Inmediata	Calle Parque San Martin 374	43 a 93m2
5.00	El Rio	Neovida Construcciones	12.00	Inmediata	Avenida del Río 209	42 a 80m2
6.00	Versa	MW Grupo Inmobiliario	59.00	Planos	Parque San Martín 329	40 a 170m2
7.00	Magnolia	Paz Centenario	214.00	Planos	Av. Mariano Cornejo 715	44 a 125m2
8.00	Nerea	Grupo Caral	80.00	Planos	Av. Bolívar N° 947	41 a 169m2
9.00	Bravo	Grupo Verones	67.00	Planos	Jr. Manuel Belgrano 155	47 a 143m2
10.00	Del Rio 294	Lima Loft	68.00	Planos	Avenida Del Rio 294	75 a 82m2
11.00	Jomy	Avenir Grupo Inmobiliario	52.00	Planos	Av. Rio Grande 320	72 a 82m2

Fuente: Elaboración propia

2.5 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA

En el siguiente cuadro, se ha realizado un análisis de la competencia que se encuentran en el área de influencia de nuestro proyecto. Se ha dividido por áreas de tipologías, siendo la tipología tipo 1 aquellos departamentos con áreas que van desde lo 40m2 hasta los 60m2, luego la tipología tipo 2 comprende aquellos departamentos con áreas desde 60m2 hasta los 80m2, y luego sigue la tipología tipo 3 para aquellos departamentos mayores a los 80m2. Para cada tipología se ha sacado un promedio en ticket por departamento y un promedio del precio por m2 de venta.

Tabla 9 : Características de la competencia

PRECIO DEPARTAMENTOS - PUEBLO LIBRE				Area (m2)			Precio (\$)			Precio por m2 (\$/M2)			
Item	Nombre	Promotor	Etap	Tipo 1 (40 a 60m2)	Tipo 2 (60 a 80m2)	Tipo 3 (mayor a 80m2)	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	
1.00	Piazza	Paz Centenario	Construcción	56.02	66.88		73,512.11	88,614.47		1,312.25	1,324.98		
2.00	Residencial Andalucia	Varsovia Inversiones	Construcción		84.01	107.46		140,000.00	152,500.00		1,666.47	1,419.13	
3.00	Neocity	Grupo TyC	Inmediata		81.30	85.90		122,865.25	136,269.75		1,511.26	1,586.38	
4.00	Residencial Parque San Martín	Tale Inmobiliaria	Inmediata	42.15	71.41	84.00	75,420.00	128,466.00	152,115.16	1,789.32	1,798.99	1,810.89	
5.00	El Rio	Neovida Construcciones	Inmediata	42.03	70.38	81.03	64,320.00	108,750.00	124,750.00	1,530.34	1,545.18	1,539.55	
6.00	Versa	MW Grupo Inmobiliario	Planos	40.14	79.33	99.00	63,115.00	119,551.75	155,217.00	1,572.37	1,507.02	1,567.85	
7.00	Magnolia	Paz Centenario	Planos	40.55	77.55		59,426.50	113,975.25		1,465.51	1,469.70		
8.00	Nerea	Grupo Caral	Planos	41.92	77.27	88.10	73,585.50	124,202.25	133,041.75	1,755.38	1,607.38	1,510.12	
9.00	Bravo	Grupo Verones	Planos	47.30	78.50	89.50	84,667.00	140,515.00	160,205.00	1,790.00	1,790.00	1,790.00	
10.00	Del Rio 294	Lima Loft	Planos		76.10	82.35		105,525.00	113,600.50		1,386.66	1,379.48	
11.00	Jomy	Avenir Grupo Inmobiliar	Planos		77.00	80.50		117,500.00	126,000.00		1,525.97	1,565.22	
				44.30	76.34	88.65	70,578.02	119,087.72	139,299.91	1,602.17	1,557.60	1,574.29	1,578.02

Fuente: Elaboración propia

Analizando los precios por m2 de venta, se puede observar que hay una diferencia mínima entre cada tipología, siendo esta diferencia de 1% entre cada una.

En cuanto a precios de ticket promedio, para la tipología tipo 1 se tiene un ticket de USD 70,126.10, para la tipología tipo 2 se tiene USD 122,221.09 y para la tipología tipo 3 tiene un ticket promedio de USD 146,515.55.

Tabla 10 : Análisis de precios de venta de la competencia

PRECIO DEPARTAMENTOS - PUEBLO LIBRE				Precio (\$)			Precio por m2 (\$/M2)			
Item	Nombre	Promotor	Etap	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	
1.00	Piazza	Paz Centenario	Construcción	73,512.11	88,614.47		1,312.25	1,324.98		
2.00	Residencial Andalucia	Varsovia Inversiones	Construcción		140,000.00	152,500.00		1,666.47	1,419.13	
3.00	Neocity	Grupo TyC	Inmediata		122,865.25	136,269.75		1,511.26	1,586.38	
4.00	Residencial Parque San Martín	Tale Inmobiliaria	Inmediata	75,420.00	128,466.00	152,115.16	1,789.32	1,798.99	1,810.89	
5.00	El Rio	Neovida Construcciones	Inmediata	64,320.00	108,750.00	124,750.00	1,530.34	1,545.18	1,539.55	
6.00	Versa	MW Grupo Inmobiliario	Planos	63,115.00	119,551.75	155,217.00	1,572.37	1,507.02	1,567.85	
7.00	Magnolia	Paz Centenario	Planos	59,426.50	113,975.25		1,465.51	1,469.70		
8.00	Nerea	Grupo Caral	Planos	73,585.50	124,202.25	133,041.75	1,755.38	1,607.38	1,510.12	
9.00	Bravo	Grupo Verones	Planos	84,667.00	140,515.00	160,205.00	1,790.00	1,790.00	1,790.00	
10.00	Del Rio 294	Lima Loft	Planos		105,525.00	113,600.50		1,386.66	1,379.48	
11.00	Jomy	Avenir Grupo Inmobiliar	Planos		117,500.00	126,000.00		1,525.97	1,565.22	
				70,578.02	119,087.72	139,299.91	1,602.17	1,557.60	1,574.29	1,578.02

Fuente: Elaboración propia

Después de evaluar cada tipología, tendremos un precio promedio por metro cuadrado de USD 1,555.15, el cual usaremos para realizar los cálculos de viabilidad del proyecto.

2.6 COMPETENCIA DIRECTRA

De estos proyectos, se presenta un resumen de su información y características.

1					
		  			
<table border="1"> <tr> <td>Proyecto</td> <td colspan="2">PIAZZA</td> </tr> </table>		Proyecto	PIAZZA		<p style="text-align: center;">CARACTERISTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Zona de Coworking. * Terraza * Pet Room * Sala de niños * Ascensor * Estacionamiento de bicicletas * Gimnasio * Jardín Interior
Proyecto	PIAZZA				
<table border="1"> <tr> <td>Promotora</td> <td colspan="2">Paz Centenario</td> </tr> </table>		Promotora	Paz Centenario		
Promotora	Paz Centenario				
<table border="1"> <tr> <td>Dirección</td> <td colspan="2">Av. Del Rio 111</td> </tr> </table>		Dirección	Av. Del Rio 111		
Dirección	Av. Del Rio 111				
<table border="1"> <tr> <td># Pisos</td> <td colspan="2">20 pisos</td> </tr> </table>		# Pisos	20 pisos		
# Pisos	20 pisos				
<table border="1"> <tr> <td>Departamentos</td> <td colspan="2">149</td> </tr> </table>		Departamentos	149		
Departamentos	149				
<table border="1"> <tr> <td>Área de departamentos</td> <td colspan="2">60 a 70m2</td> </tr> </table>		Área de departamentos	60 a 70m2		
Área de departamentos	60 a 70m2				
<table border="1"> <tr> <td>Dormitorios</td> <td colspan="2">2 dormitorios</td> </tr> </table>		Dormitorios	2 dormitorios		
Dormitorios	2 dormitorios				
<table border="1"> <tr> <td>Etapas del proyecto</td> <td colspan="2">Construcción</td> </tr> </table>		Etapas del proyecto	Construcción		
Etapas del proyecto	Construcción				
<table border="1"> <tr> <td>Fecha de entrega</td> <td colspan="2">30 de Enero de 2022</td> </tr> </table>		Fecha de entrega	30 de Enero de 2022		
Fecha de entrega	30 de Enero de 2022				
<table border="1"> <tr> <td>Tipo de Departamentos</td> <td>Tipo 1</td> <td>Tipo 2</td> </tr> </table>		Tipo de Departamentos	Tipo 1	Tipo 2	
Tipo de Departamentos	Tipo 1	Tipo 2			
<table border="1"> <tr> <td>Precio por m2</td> <td>1246.64</td> <td>1258.73</td> </tr> </table>		Precio por m2	1246.64	1258.73	
Precio por m2	1246.64	1258.73			
<table border="1"> <tr> <td>Financiamiento</td> <td colspan="2">Banco Interbank</td> </tr> </table>		Financiamiento	Banco Interbank		
Financiamiento	Banco Interbank				
<table border="1"> <tr> <td>Página Web</td> <td colspan="2">https://www.pazcentenario.com.pe/proy</td> </tr> </table>		Página Web	https://www.pazcentenario.com.pe/proy		
Página Web	https://www.pazcentenario.com.pe/proy				

2

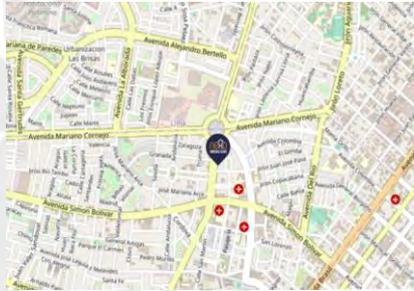
RESIDENCIAL ANDALUCIA

VARSOVIA
INVERSIONES

Proyecto	Residencial Andalucia		
Promotora	Varsovia Inversiones		
Dirección	Calle bernardo o higgins 279		
# Pisos	7 pisos		
Departamentos	17		
Área de departamentos	80 a 124m2		
Dormitorios	3 dormitorios		
Etapas del proyecto	Construcción		
Fecha de entrega	30 de diciembre de 2022		
Tipo de Departamentos	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3
Precio por m2		1,666.47	1,419.13
Financiamiento	Banco BCP		
Página Web	https://nexoinmobiliario.pe/proyecto/ven		

CARACTERISTICAS

- * Sala de estar
- * Ascensor
- * Jardín Interior

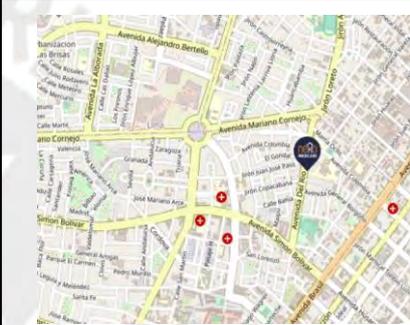
3			
		  	
Proyecto	Neocity		<p style="text-align: center;">CARACTERISTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Salon Social * Terraza * Sala de niños * Ascensor * Zona de Parrilla
Promotora	Grupo TyC		
Dirección	Av. José de San Martín 105		
# Pisos	20 pisos		
Departamentos	72		
Área de departamentos	71 a 145m ²		
Dormitorios	2 y 3 dormitorios		
Etapa del proyecto	Entrega Inmediata		
Fecha de entrega	Inmediata		
Tipo de Departamentos	Tipo 2	Tipo 3	
Precio por m ²	1,511.26	1,586.38	
Financiamiento	Banco BCP, Banbif, Pichincha, GNB		
Pagina Web	https://www.grupotyc.com/proyecto-neo		

4				
		  		
Proyecto	Residencial Parque San Martín			CARACTERISTICAS <ul style="list-style-type: none"> * Salon Social * Terraza * Ascensor * Zona de Parrilla * Gimnasio
Promotora	Tale Inmobiliaria			
Dirección	Calle Parque San Martín 374			
# Pisos	11 pisos			
Departamentos	81			
Área de departamentos	43 a 93m ²			
Dormitorios	1, 2 y 3 dormitorios			
Etapa del proyecto	Inmediata			
Fecha de entrega	Inmediata			
Tipo de Departamentos	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	
Precio por m ²	1,789.32	1,798.99	1,810.89	
Financiamiento	Banco BCP			
Pagina Web	https://bcn.pe/propiedad/residencial-parque-san-martin			

5		
---	---	---







Proyecto	El Río			CARACTERISTICAS * Sala de niños * Coworking * Terraza con parrilla * Ascensor * Zona de Parrilla * Gimnasio * Piscina
Promotora	Neovida Construcciones			
Dirección	Avenida del Río 209			
# Pisos	11 pisos			
Departamentos	48			
Área de departamentos	42 a 80m2			
Dormitorios	1, 2 y 3 dormitorios			
Etapas del proyecto	Inmediata			
Fecha de entrega	Inmediata			
Tipo de Departamentos	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	
Precio por m2	1,530.34	1,545.18	1,539.55	
Financiamiento	BBVA			
Página Web				

En el siguiente cuadro podremos observar las características principales de nuestra competencia directa, así como también la velocidad de ventas que vienen teniendo desde que lanzaron su proyecto al mercado.

Tabla 11 : Resumen de la competencia directa.

VISTA	PROYECTO	PROMOTOR	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	PRECIO POR M2	VELOCIDAD DE VENTA
	PIAZZA	Paz Centenario	Av. Del Rio 111	<ul style="list-style-type: none"> * Zona de Coworking. * Terraza *Pet Room * Sala de niños *Ascensor *Estacionamiento de bicicletas 	1,252.69	3.5
	Residencial Andaluca	Varsovia Inversiones	Calle bernardo o higgins 279	<ul style="list-style-type: none"> * Sala de estar *Ascensor *Jardín Interior 	1,542.80	0.7
	Neocity	Grupo TyC	Av. José de San Martín 105	<ul style="list-style-type: none"> * Salon Social * Terraza * Sala de niños *Ascensor *Zona de Parrilla 	1,548.82	1.2
	Residencial Parque San Martin	Tale Inmobiliaria	Calle Parque San Martin 374	<ul style="list-style-type: none"> * Salon Social * Terraza *Ascensor *Zona de Parrilla *Gimnasio *Piscina 	1,804.94	1.7
	El Río	Neovida Construcciones	Avenida del Río 209	<ul style="list-style-type: none"> *Coworking * Terraza con parrilla *Ascensor *Zona de Parrilla *Gimnasio *Piscina 	1,542.37	2

Fuente: Elaboración propia

2.7 ATRIBUTOS DE LA COMPETENCIA

En el presente cuadro exponemos los atributos más importantes de cada proyecto de la competencia, desde la ubicación, entorno, distribución, fachada, precio, acabados y seguridad. Estas características cualitativas serán evaluadas posteriormente para obtener un ponderado de calificación para cada proyecto y poder compararlo por atributos.

Tabla 12 : Características de la competencia

Proyecto	Piazza	Residencial Andalucía	Neocity	Residencial Parque San Martín	El Río	El Prado
Ubicación	Av. Del Río 111	Calle bernardo o higgins 279	Av. José de San Martín 105	Calle Parque San Martín 374	Avenida del Río 209	Av. Paseo de los Andes 1117
Entorno	Comisaria, Hospital, clinica, restaurantes	Parques, cafeterias y bancos.	Restaurantes, parques, hospitales, universidad, bancos.	Parques y cafeterias.	Hospital, clinica, restaurantes y cafeterias.	Hospital, clinica, restaurantes y cafeterias.
Distribución y Acabados	2 dormitorios 60 a 70m ²	3 dormitorios 80 a 124m ²	2 y 3 dormitorios 71 a 145m ²	2 y 3 dormitorios 43 a 93m ²	1, 2 y 3 dormitorios 42 a 80m ²	2 y 3 dormitorios 70 a 95m ²
	Sala-comedor, cocina, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet, sala de estar, lavandería, baño de visita	Sala-comedor, cocina, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet y tercer dormitorio con closet, lavandería, baño de visita	Sala-comedor, cocina, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet y tercer dormitorio con closet, lavandería, baño de visita, sala de estar.	Sala-comedor, cocina abierta, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet y tercer dormitorio con closet, lavandería, baño de visita, zona de estudio.	Sala-comedor, kitchenette, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet y tercer dormitorio con closet, lavandería, baño de visita, zona de estudio.	Sala-comedor, kitchenette, dormitorio principal con baño y closet, dormitorio secundario con closet y tercer dormitorio con closet, lavandería, baño de visita y baño de dormitorios secundarios, terraza.
	Piso laminado tipo madera en sala y dormitorios. Piso de porcelanato en baños y cocina. Tablero de granito en cocina, papel mural. Muebles altos y bajos en cocina.	Piso laminado tipo madera. Piso de porcelanato en baño y cocina. Tablero de granito en cocina. Muebles altos y bajos. Baño con tablero de granito.	Piso laminado. Piso de porcelanato en baño y cocina. Tablero de granito en cocina. Muebles altos y bajos. Baño con tablero de marmol.	Piso laminado. Piso de porcelanato en baño y cocina. Tablero de granito en cocina. Muebles altos y bajos. Baño con tablero de granito.	Piso laminado. Piso de porcelanato en baño y cocina. Tablero de granito en cocina. Muebles altos y bajos. Baño con tablero de granito.	Piso laminado. Piso de porcelanato en baño y cocina. Tablero de granito en cocina. Muebles altos y bajos. Baño con tablero de granito.
Fachada	Acabado de concreto, balcones de vidrios iluminados.	Acabado de concreto. Balcones iluminados.	Acabado de concreto. Balcones iluminados.	Acabado de concreto. Porcelanato expuesto.	Acabado de concreto. Balcones iluminados. Vidrio templado.	Acabado de concreto. Balcones iluminados. Vidrio templado.
Precio	Comodo	Medio	Medio	Alto	Medio	Medio
Seguridad	Cerca a comisaria. Se encuentra en avenida principal.	Cerca de avenida principal. Calles transitadas recurrentemente.	En avenida principal. Calles transitadas recurrentemente.	Frente a parque. Zona no muy transitada por vehiculos. Seguridad privada.	En avenida principal. Calles transitadas recurrentemente.	En avenida principal. Calles transitadas recurrentemente.

Fuente: Elaboración propia

2.8 ANALISIS DEL DESEMPEÑO DE LA COMPETENCIA

Establecido los análisis cualitativos y cuantitativos de los proyectos competidores, evaluaremos el desempeño de cada una en función de sus atributos para encontrar los mejores calificados.

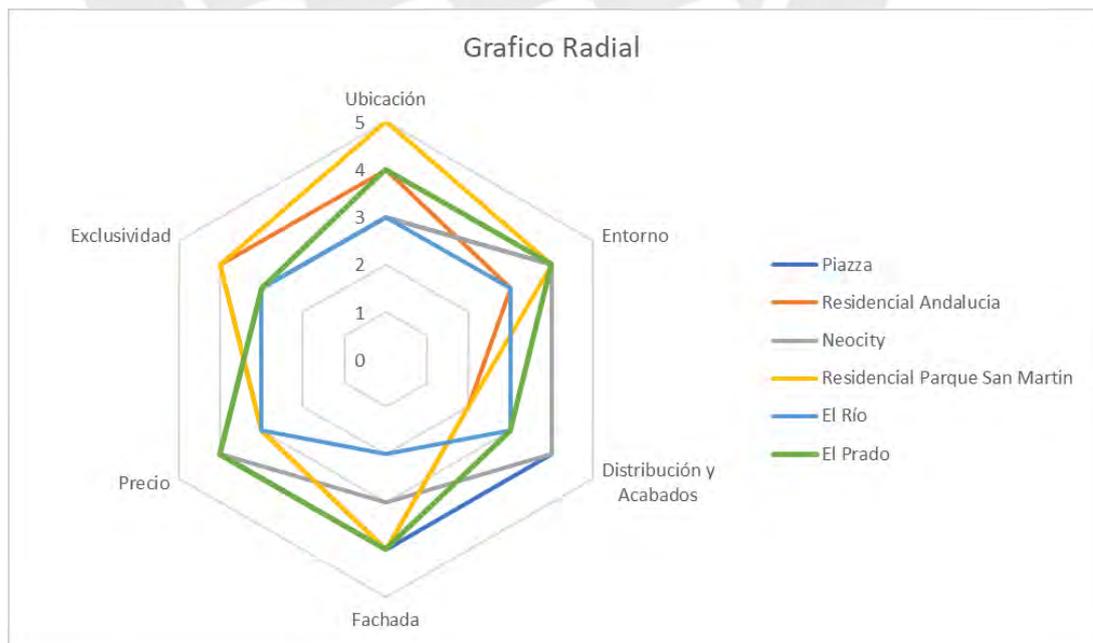
Tabla 13 : Ponderación de atributos de la competencia y de proyecto

Proyecto	Peso	Piazza	Residencial Andaluca	Neocity	Residencial Parque San Martin	El Río	El Prado
Ubicación	25%	3	4	3	5	3	4
Entorno	25%	4	3	4	4	3	4
Distribución y Acabados	15%	4	2	4	2	3	3
Fachada	10%	4	4	3	4	2	4
Precio	20%	4	3	4	3	3	4
Exclusividad	5%	3	4	3	4	3	3
Resultado	100%	3.70	3.25	3.60	3.75	2.90	3.80

Fuente: Elaboración propia

En el presente gráfico, se representa de forma radial el desempeño y evaluación de cada proyecto de la competencia directa que tiene nuestro proyecto.

Gráfico 35 : Gráfico Radial de atributos



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, nuestro proyecto tiene cualidades que sobresalen de la competencia, siendo sus puntos más fuertes el diseño de la fachada y un precio accesible para nuestro público objetivo. El entorno y la ubicación es otra fortaleza de nuestro proyecto, ya que se encuentra en una zona céntrica y segura.

2.9 CONCLUSIONES

- El sector donde se ubica el proyecto es Lima Moderna, que es el sector que ha venido liderando las ventas durante el año 2021 y se proyecta que se mantenga para el presente año.
- Las áreas de los departamentos más solicitados van desde los 40 hasta los 140 m², teniendo un promedio de 72m².
- Los precios en nuestra área de influencia se han dividido en 3 tipologías para poder compararlas entre sí. La tipología 1 tiene áreas de 40m² hasta los 60m² y cuenta con un precio promedio de USD 1,565.98 por m². La tipología tipo 2 va desde los 60m² hasta los 80m² y tiene un precio por m² promedio de USD 1,556.03. Mientras que la tipología tipo 3 tiene áreas mayores a 80m² y tiene un precio por m² promedio de USD 1,543.43.
- El precio promedio por metro cuadrado en la zona de influencia es de USD 1,555.15.
- La ubicación de nuestro terreno brinda una buena oportunidad de tener una buena velocidad de ventas, ya que se encuentra en una avenida principal y tiene accesos rápidos hacia las avenidas principales.
- Las fortalezas de nuestro proyecto en comparación de su competencia directa se basan en el diseño de la fachada, su buena ubicación y la relación de costo-calidad.

CAPÍTULO III: CABIDA PRELIMINAR

3.1 PARÁMETROS URBANÍSTICOS

Se solicito a la municipalidad de Pueblo Libre los parámetros urbanísticos del terreno, el cual contiene las siguientes características (Ver Anexo 2).

Tabla 14 : Parámetros Urbanísticos del proyecto

PARAMETROS URBANISTICOS	
Distrito	Pueblo Libre
Urbanización	La Florida Chica
Ubicación	Av. Paseo de los Andes 1117
Zonificación	RDA - Residencial Densidad Alta
Area de Tratamiento	II
Usos Permisibles	Unifamiliar / Multifamiliar / Conjunto Residencial
Area de Lote Normativo	300.00 m ²
%Area Libre minima	35%
Altura Maxima	15 pisos
Retiro Frontal	5 metros
Estacionamientos	1 cada 1.5 viviendas

Fuente: Elaboración propia

El lote del terreno tiene un frente de 12.02 metros hacia la avenida Paseo de los Andes. Tiene una forma irregular, teniendo en uno de los linderos de fondo un total de 27.32 metros y por el otro lado tiene 26.50 metros.

Tabla 15 : Parámetros de áreas del proyecto

PARAMETROS BASES DE PROYECTO	
Area del Lote	338.76 m ²
Frente del Lote	12.02 m
Fondo del Lote	27.32 m
Retiro Frontal	5.00 m
%Área Libre	35%

Fuente: Elaboración propia

3.2 UNIDADES INMOBILIARIAS

Según los parámetros urbanísticos, se exige un área libre del 35%, con lo cual nos resulta un área neta a edificar de 220.19 m². Además de ello, nos exige un retiro frontal de la avenida de 5 metros.

Tabla 16 : Calculo de áreas.

Area de Lote	338.76
%Area Libre	35%
Area libre total	118.57
Area Neta	220.19

Fuente: Elaboración propia

3.3 FUNCIONALIDAD DEL PRODUCTO

Para el análisis del cálculo de las unidades de vivienda, del estudio de mercado se obtuvo que el segmento de la zona prefiere departamentos con 3 y 2 dormitorios, siendo estos los que la competencia vendió más rápido. Además, los parámetros urbanísticos exigen 1.5 departamentos por vivienda.

En el siguiente cuadro podemos observar los escenarios posibles para el cálculo de cantidad de viviendas para el proyecto, siendo el de 3 dormitorios con un área de 90m² el que se adecua a nuestro proyecto.

Tabla 17 : Calculo de área vendible

Area de Lote	338.76
%Area Libre	35%
Area libre total	118.57
Area Neta	220.19
% área común	31%
Área común (m ²)	67.82
Área vendible por piso (m ²)	152.37
Área vendible total (m²)	2,285.61

Fuente: Elaboración propia

Con lo obtenido en el cuadro anterior, se tendrá 2 departamentos por piso con un área neta de 220m². Restando las áreas comunes, tendremos un área neta por piso de 180m².

Con lo indicado en los parámetros urbanísticos, tendremos en venta 30 unidades de vivienda, con lo cual tendremos 23 estacionamientos y 12 depósitos en venta.

Tabla 18 : Unidades de departamentos y estacionamientos del proyecto

Unidades inmobiliarias y estacionamientos	
Nro Pisos	15
Nro de departamentos	30
Nro de Estacionamientos	23
Total depositos	12

Fuente: Elaboración propia

Con todos estos datos se procederá a realizar la cabida arquitectónica para verificar la viabilidad del proyecto y obtener la incidencia del valor del terreno sobre las ventas netas que tendrá nuestro proyecto.

Tabla 19 : Análisis de la Incidencia del terreno sobre las ventas

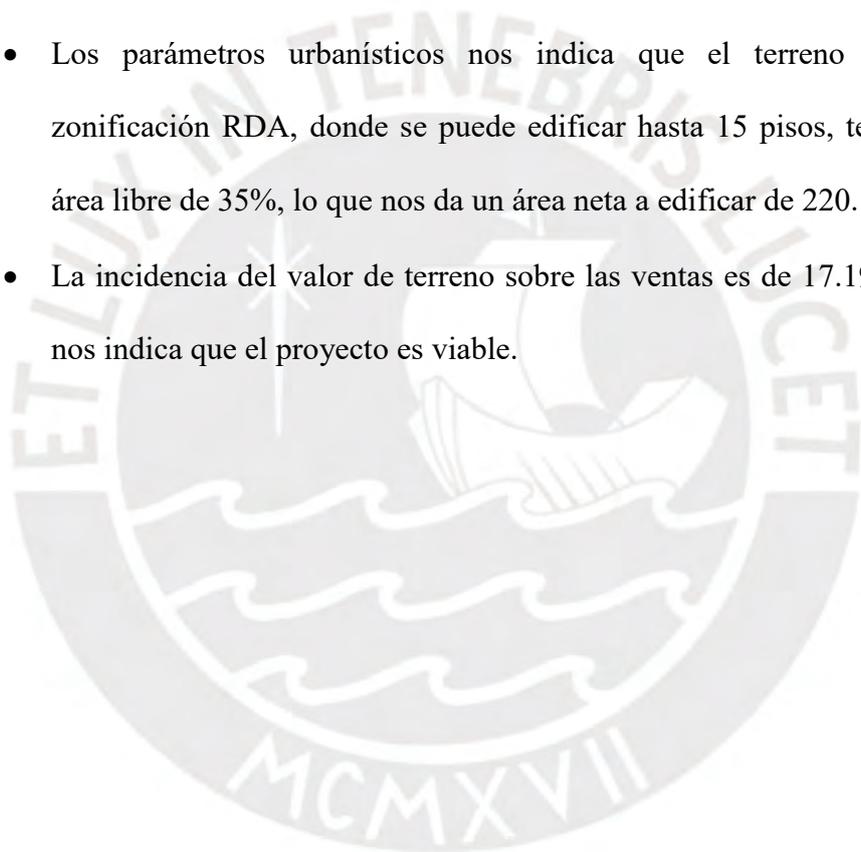
INFORMACIÓN DEL PROYECTO	
Área del Terreno (m ²)	338.76
Precio (U\$D/m ²)	1,766.28
Gastos Legales (USD)	2500
Impuesto Alcabala (3%)	15,982.00
Costo del Terreno (USD)	616,827.01
CABIDA PRELIMINAR	
Área vendible (m ²)	2,285.61
ESTUDIO DE MERCADO	
Precio promedio departamento (USD/m ²)	1,570.00
Venta estimada (USD)	3,588,413.54
Incidencia Terreno/Venta	17.19%

Fuente: Elaboración propia

Después de realizar los cálculos y estar cumpliendo con lo exigido por la municipalidad, hemos obtenido una incidencia del terreno sobre las ventas del 17.19%, el cual es un indicador bueno, lo que hace viable el proyecto.

3.4 CONCLUSIONES

- El terreno tiene un área de 338.76 m², con un frente de 12.02m hacia la avenida Paseo de los Andes y es de forma irregular.
- Los parámetros urbanísticos nos indica que el terreno tiene una zonificación RDA, donde se puede edificar hasta 15 pisos, teniendo un área libre de 35%, lo que nos da un área neta a edificar de 220.19m².
- La incidencia del valor de terreno sobre las ventas es de 17.19%, lo que nos indica que el proyecto es viable.



CAPÍTULO IV: DISEÑO DEL PRODUCTO Y ANTEPROYECTO

4.1 DISEÑO DEL PROYECTO

4.1.1 RESUMEN DEL PROYECTO

El proyecto consiste en un edificio de 15 pisos de altura, azotea, dos sótanos, un semisótano y el cuarto de cisterna. En el siguiente cuadro se presentarán los detalles según los niveles del edificio.

Tabla 20 : Distribución por pisos del proyecto

PISOS Y DEPARTAMENTOS DEL PROYECTO		
PISO	NIVEL	DETALLES
Techo cuarto	47.65	Tanque Elevado
Techo	43.80	Cuarto de maquinas ascensor
Azotea	41.15	
Piso 15	38.50	Flat 1501 y 1502
Piso 14	35.85	Flat 1401 y 1402
Piso 13	33.20	Flat 1301 y 1302
Piso 12	30.55	Flat 1201 y 1202
Piso 11	27.90	Flat 1101 y 1102
Piso 10	25.25	Flat 1001 y 1002
Piso 9	22.60	Flat 901 y 902
Piso 8	19.65	Flat 801 y 802
Piso 7	17.30	Flat 701 y 702
Piso 6	14.65	Flat 601 y 602
Piso 5	12.00	Flat 501 y 502
Piso 4	9.35	Flat 401 y 402
Piso 3	6.70	Flat 301 y 302
Piso 2	4.05	Flat 201 y 202
Piso 1	1.40	Ingreso - Lobby - Gimnasio - Area de Juegos - Area de niños - Flat 101 y 102 - 2 Estacionamientos
Semisotano	- 1.74	7 estacionamientos - Área de bicicletas - 6 depositos
Sotano 1	- 4.35	7 estacionamientos - Área de bicicletas - 6 depositos
Sotano 2	- 6.94	7 estacionamientos - Lavanderia - Residuos solidos - 6 depositos
Cisterna	- 11.94	Cuarto de bombas - Cisterna

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

Acabados exteriores

Los acabados que se encuentran en la fachada y áreas comunes tenemos:

- Fachada tarrajada, empastada y pintada con pintura de protección solar.
- Puerta principal de mampara de vidrio templado traslucido de 10mm con elementos de sujeción acerados.
- Puertas seccionables de madera para estacionamientos.
- Balcones con baranda metálica de 2'' de acero inoxidable y piso de porcelanato con plancha de vidrio templado en la parte inferior a las barandas.
- Rampa vehicular con piso de cemento frotachado y grúas cada 3 metros.
- Ventanas de vidrio templado de 6mm con marco de aluminio.
- Baranda metálica en las gradas de ingreso.
- Elevador para discapacitados.
- Jardín interior de 1.10 x 2.10 en la zona de entrada.

Acabados interiores en zonas comunes

- La recepción cuenta con paredes de superficies tarrajadas y pintadas, el piso y los zócalos son de porcelanato de 0.60x0.60. Se contará con un mueble de melamina con varias puertas para la recepción de correos.

- Los pisos de las áreas comunes serán de porcelanato de 0.60x0.60 y las paredes estarán empastadas y pintadas.
- La escalera de evacuación tendrá un acabado frotachado y las paredes estarán empastadas y pintadas, con pasamanos de baranda metálica intermedia y en los extremos de 2”.
- Las paredes del sótano de los estacionamientos tienen un acabado de concreto expuesto.
- Las paredes del cuarto de bombas tienen un acabado de concreto frotachado y piso de cemento pulido.
- Las rampas del estacionamiento en los 3 sótanos tienen un acabado de cemento frotachado.
- Las paredes de los depósitos están empastadas y pintadas y cuentan con puertas de madera contra placada de 2.10m de altura.
- La terraza tiene pisos de porcelanato de 0.60x0.60m y cuenta con áreas verdes. En el borde del parapeto se tendrá una baranda metálica de 2” y debajo de esta tendrá vidrio templado de 0.60m de altura.
- En la sala de usos múltiples ubicados en la terraza contará con piso laminado y paredes empastadas y pintadas.
- Los pisos del gimnasio y área de juegos contarán con piso de porcelanato de alta resistencia y las paredes estarán empastadas y pintadas.

4.1.3 EQUIPAMIENTO Y AREAS COMUNES

En el siguiente cuadro podemos observar los acabados y el equipamiento que tendrá cada zona de la edificación, tanto para los departamentos como para las áreas comunes.

Tabla 21 : Características de los ambientes.

Ambiente	Acabados	Equipamiento
Dormitorios	Piso laminado tipo madera. Paredes empastadas y pintadas	Walk-in closet en todos los dormitorios
Baño	Piso de porcelanato de 0.60x0.60. Las paredes también serán de porcelanato y el tablero del lavatorio será de granito	Mueble bajo para lavatorio.
Kitchenette	Tablero de granito. Piso de porcelanato de 0.60x0.60 y muro de porcelanato de 0.60x0.30.	Muebles altos y bajos
Sala - Comedor	Piso laminado tipo madera. Paredes empastadas y pintadas	
Terraza interior	Piso cerámico de 0.60x0.60. Parapeto de 0.50m empastado y pintado, vidrio de 0.50m	
Terraza con parrilla	Piso cerámico 0.60x0.60. Mampara de vidrio traslucido. Tablero de granito en barra. Muro de ladrillo caravista.	Muebles altos de melamine. Techo sol y sombra
Área de niños	Piso de porcelanato 0.60x0.60. Grass artificial.	Juegos para niños
Gimnasio	Piso de porcelanato 0.60x0.60. Muros empastados y pintados	Gimnasio semi equipado.
Lobby	Piso de porcelanato 0.60x0.60. Muros empastados y pintados	
Área de coworking	Piso laminado. Muros empastados y pintados	Muebles de melamine.

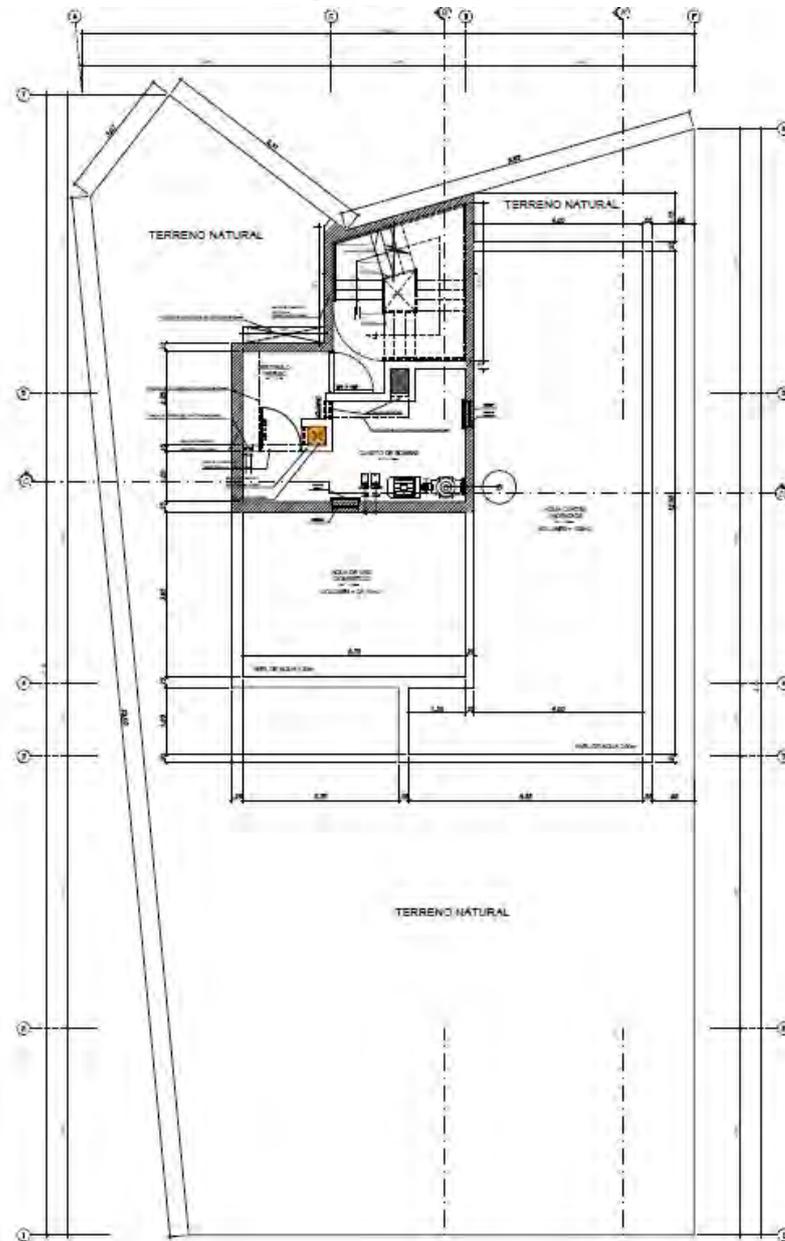
Fuente: Elaboración propia

4.2 PLANTAS DEL PROYECTO

Nivel -11.64 – Cisterna.

- Cuarto de bombas
- Cisterna de agua contra incendio
- Cisterna de consumo
- Escalera de evacuación

Figura 3 : Planta Cisterna

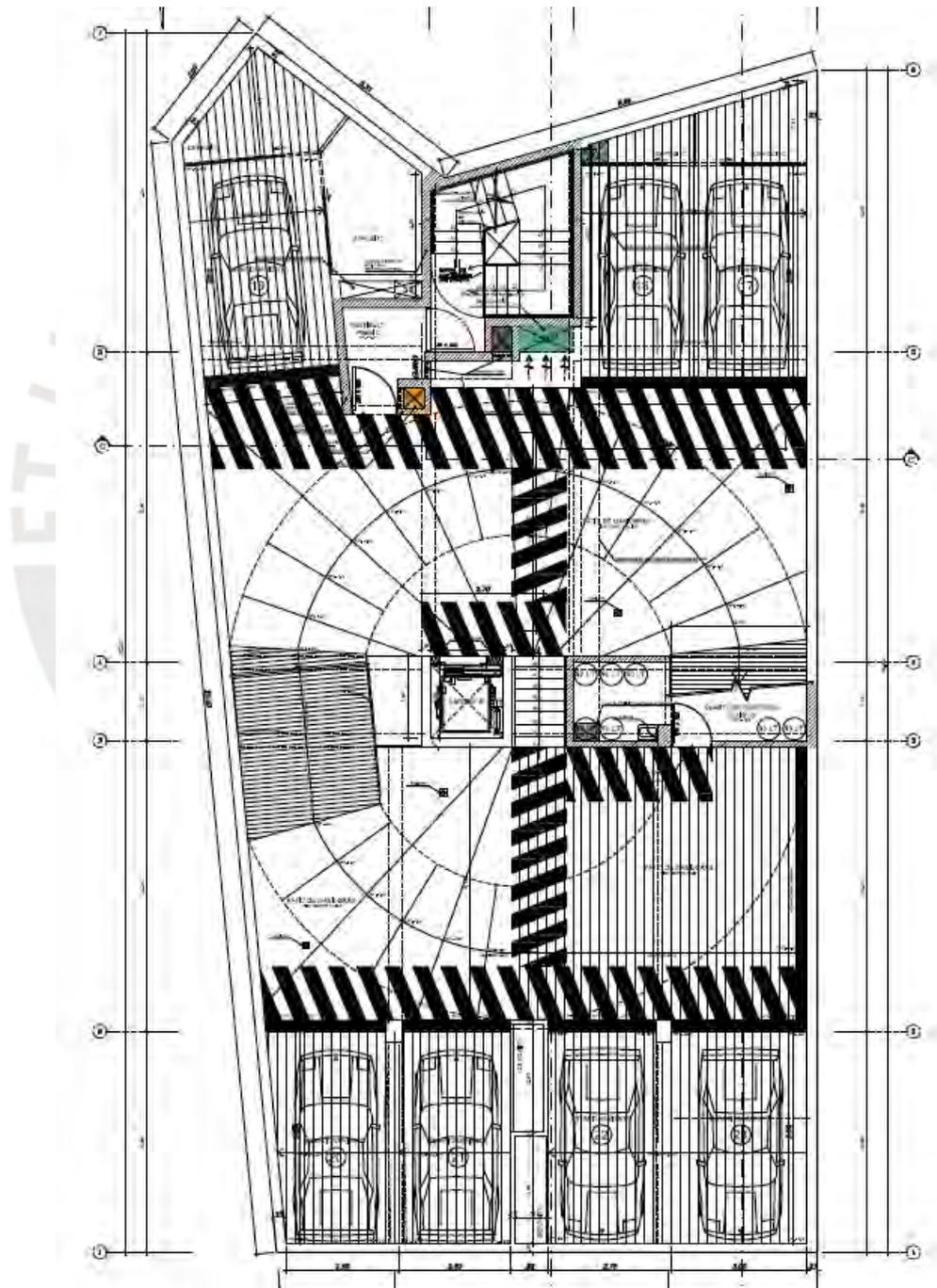


Fuente: Elaboración propia

Nivel -6.94 – Sótano 2

- 7 estacionamientos
- 6 depósitos
- Lavandería

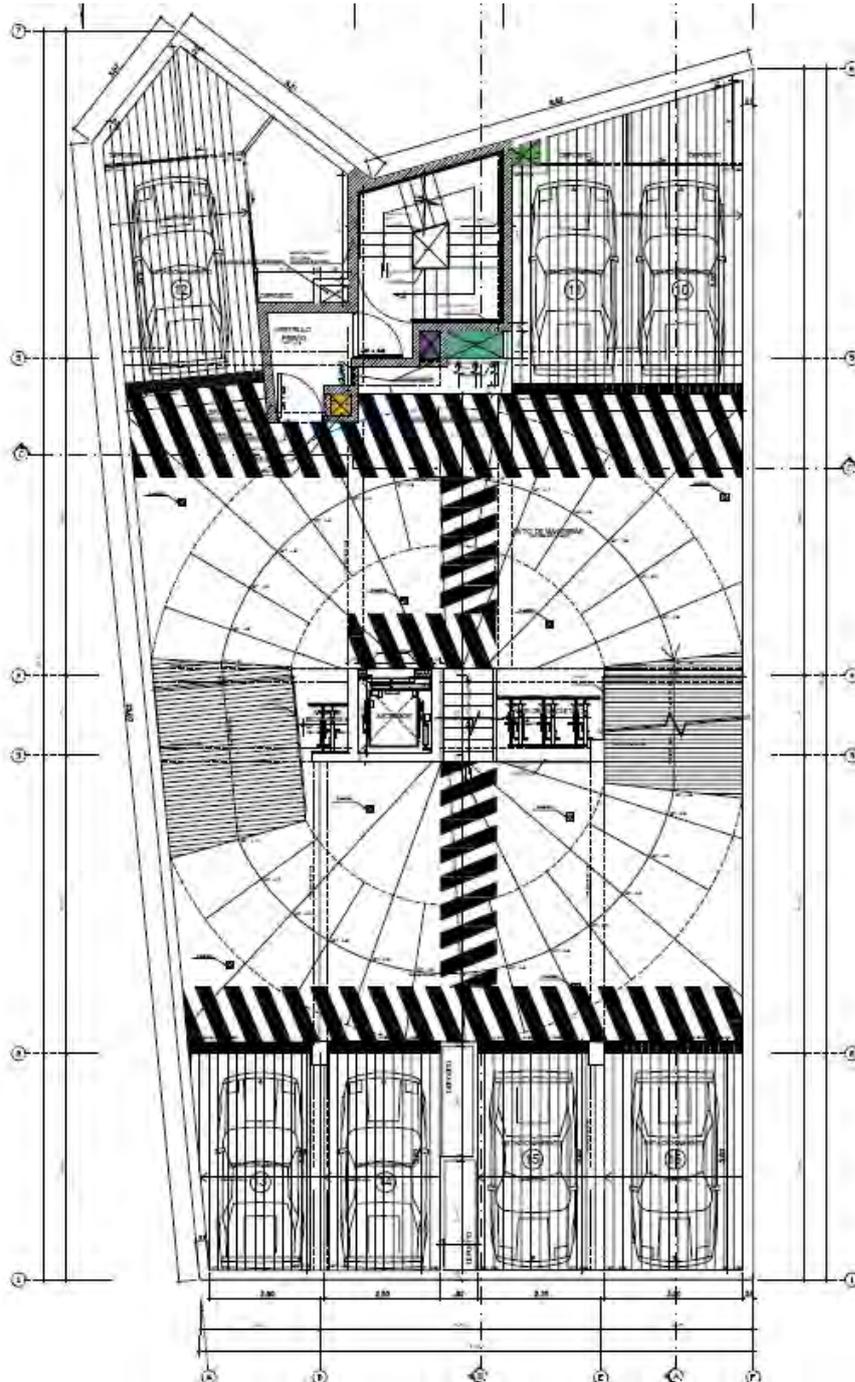
Figura 4 : Planta sótano 2



Nivel -4.35 – Sótano 1

- 7 estacionamientos
- 6 depósitos
- Área de bicicletas

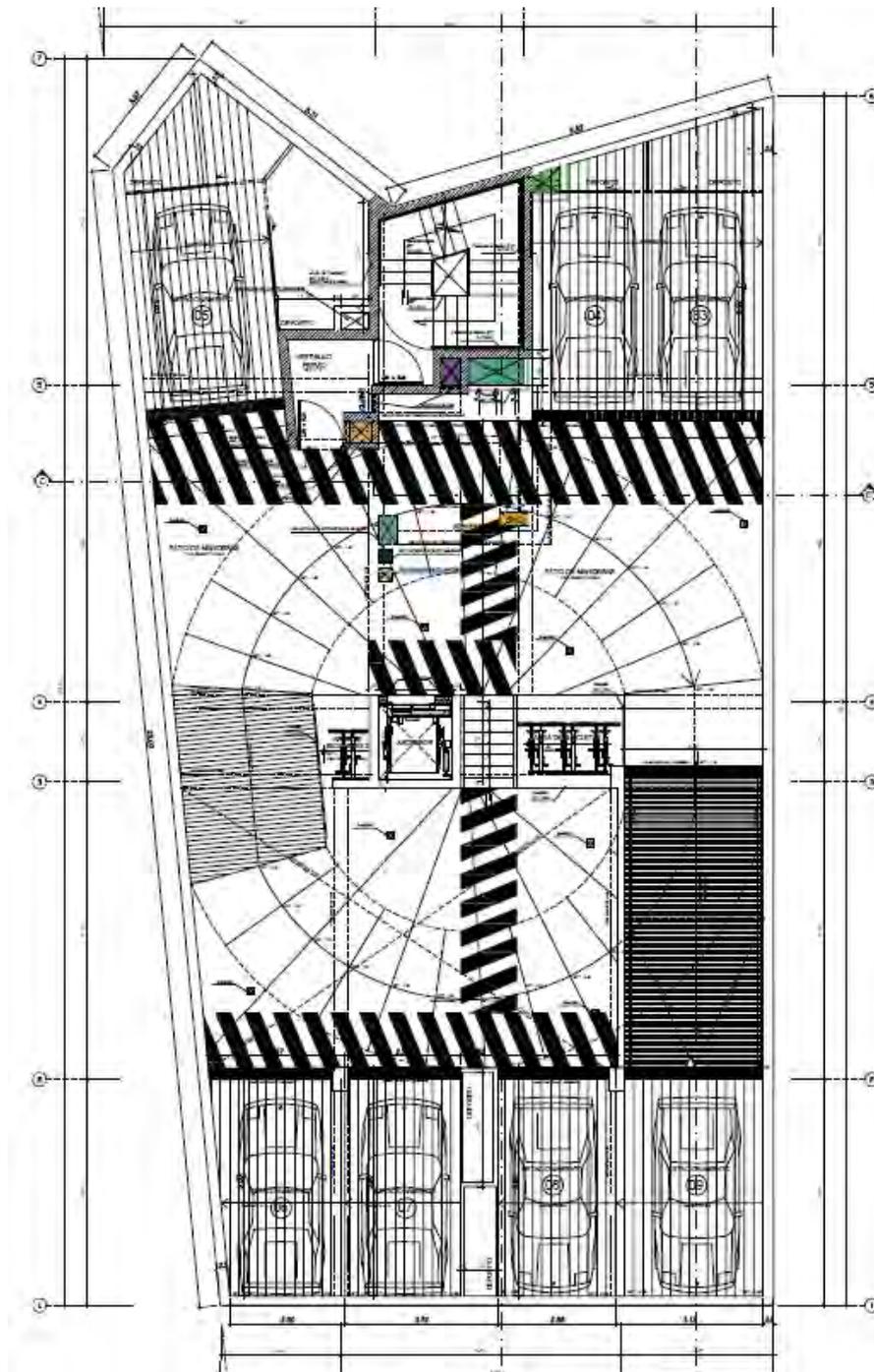
Figura 5 : Planta sótano 1



Nivel -1.74 – Semisótano

- 7 estacionamientos
- 6 depósitos
- Área de bicicletas

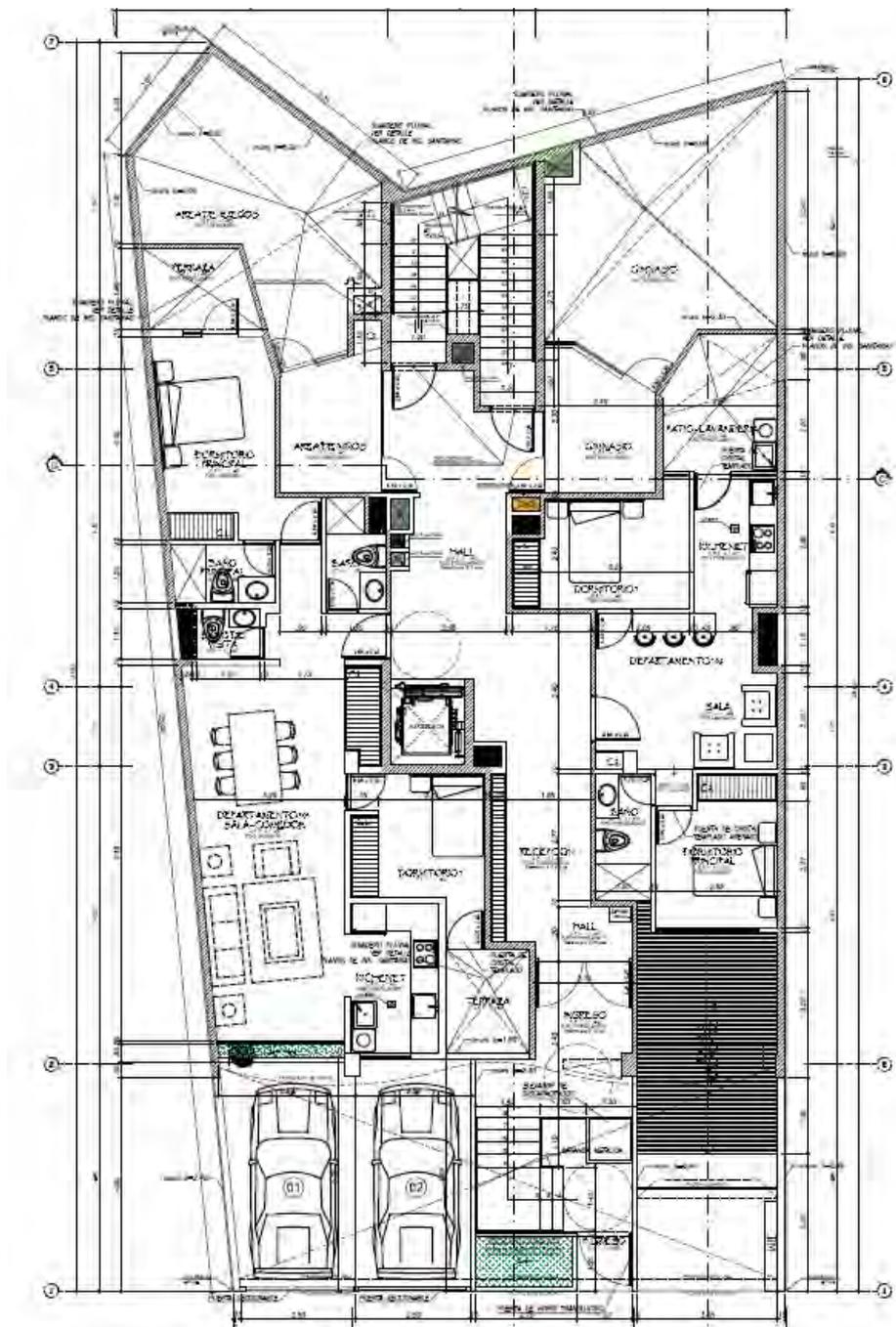
Figura 6 : Planta semisótano



Nivel 1.40 – Piso 1

- Lobby
- Gimnasio y área de juegos
- Departamento Flat 101 y 102
- 2 estacionamientos

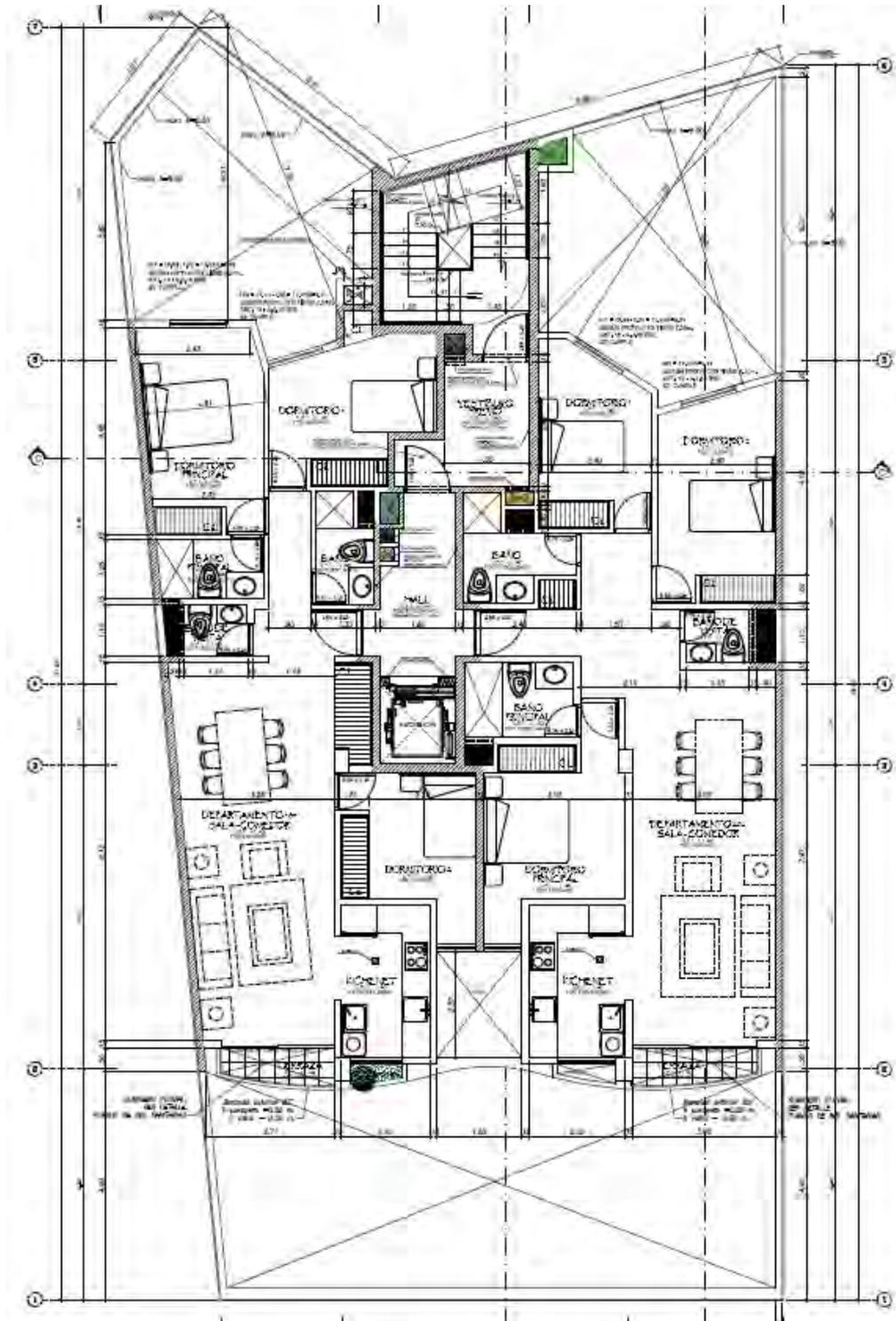
Figura 7 : Planta primer piso



Nivel 4.05/6.70/9.35/12.00/14.65/17.30 – Piso 2 al 7

- Departamento Flat 201-301-401-501-601-701
- Departamento Flat 202-302-402-502-602-702

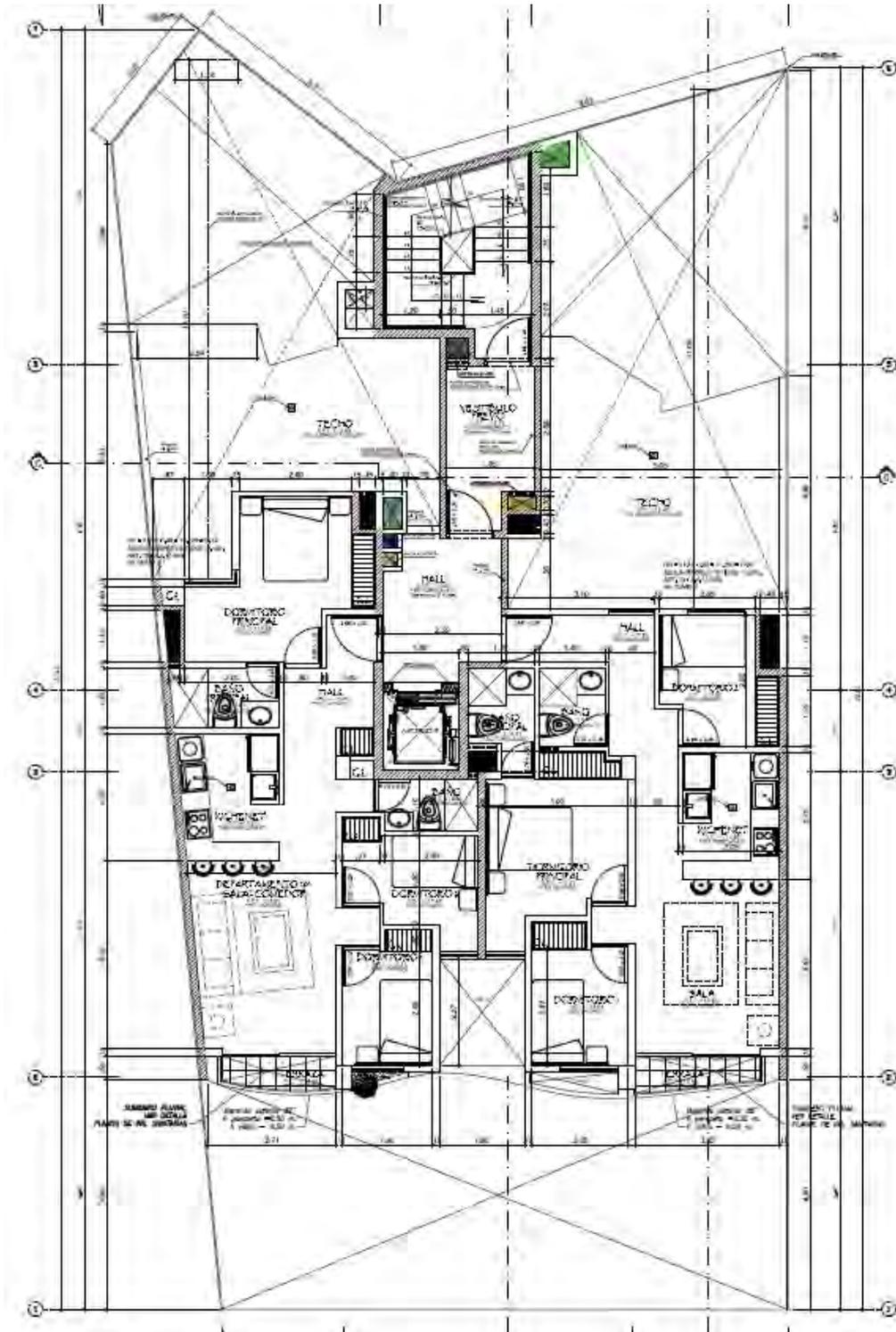
Figura 8 : Planta piso 2 al piso 7



Nivel 19.65 – Piso 8

- Departamento Flat 801
- Departamento Flat 802

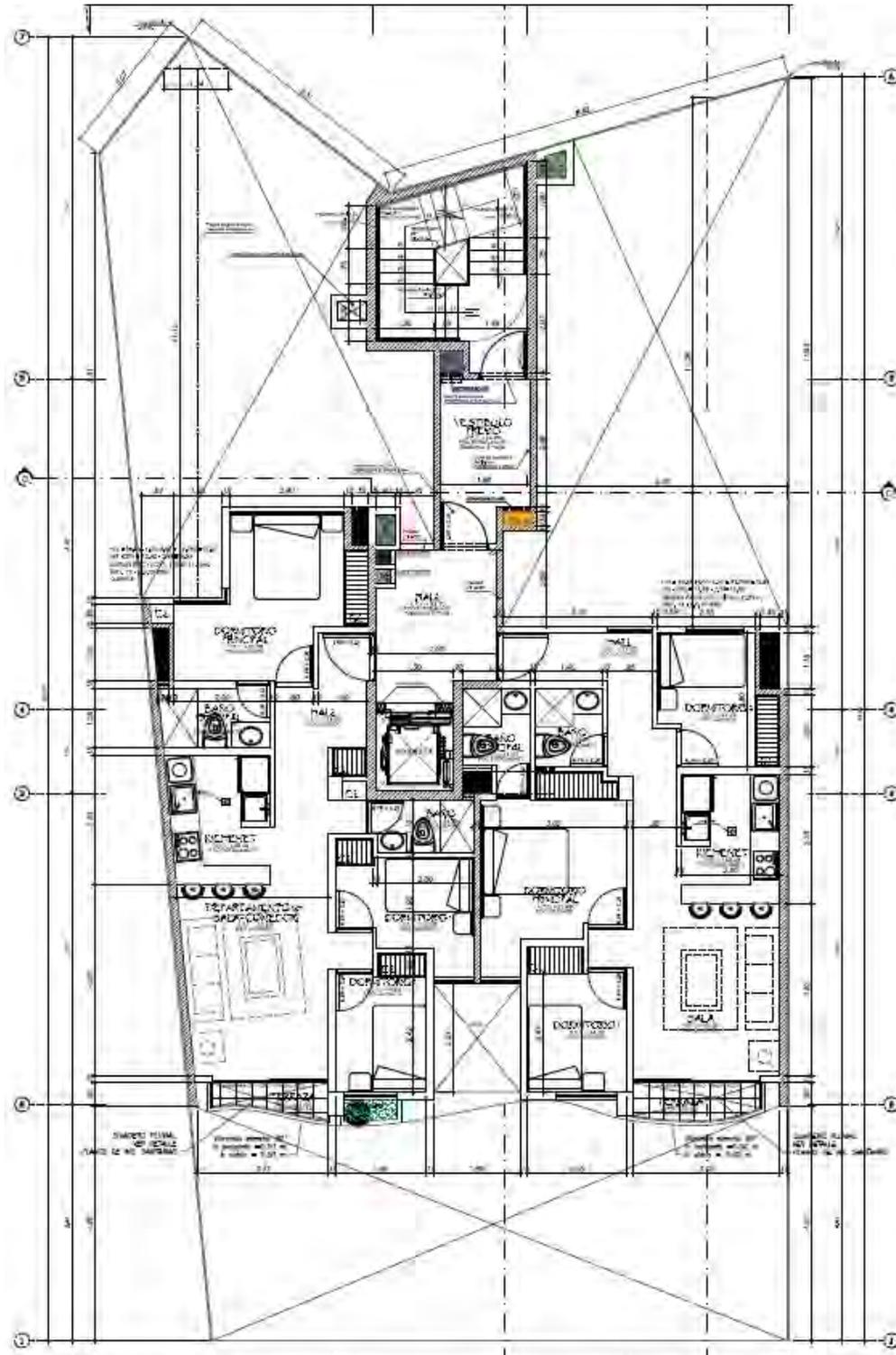
Figura 9 : Planta piso 8



Nivel 22.60/25.25/27.90/30.55/33.20/35.85/38.50 – Piso 9 al 15

- Departamento Flat 901-1001-1101-1201-1301-1401-1501
- Departamento Flat 902-1002-1102-1202-1302-1402-1502

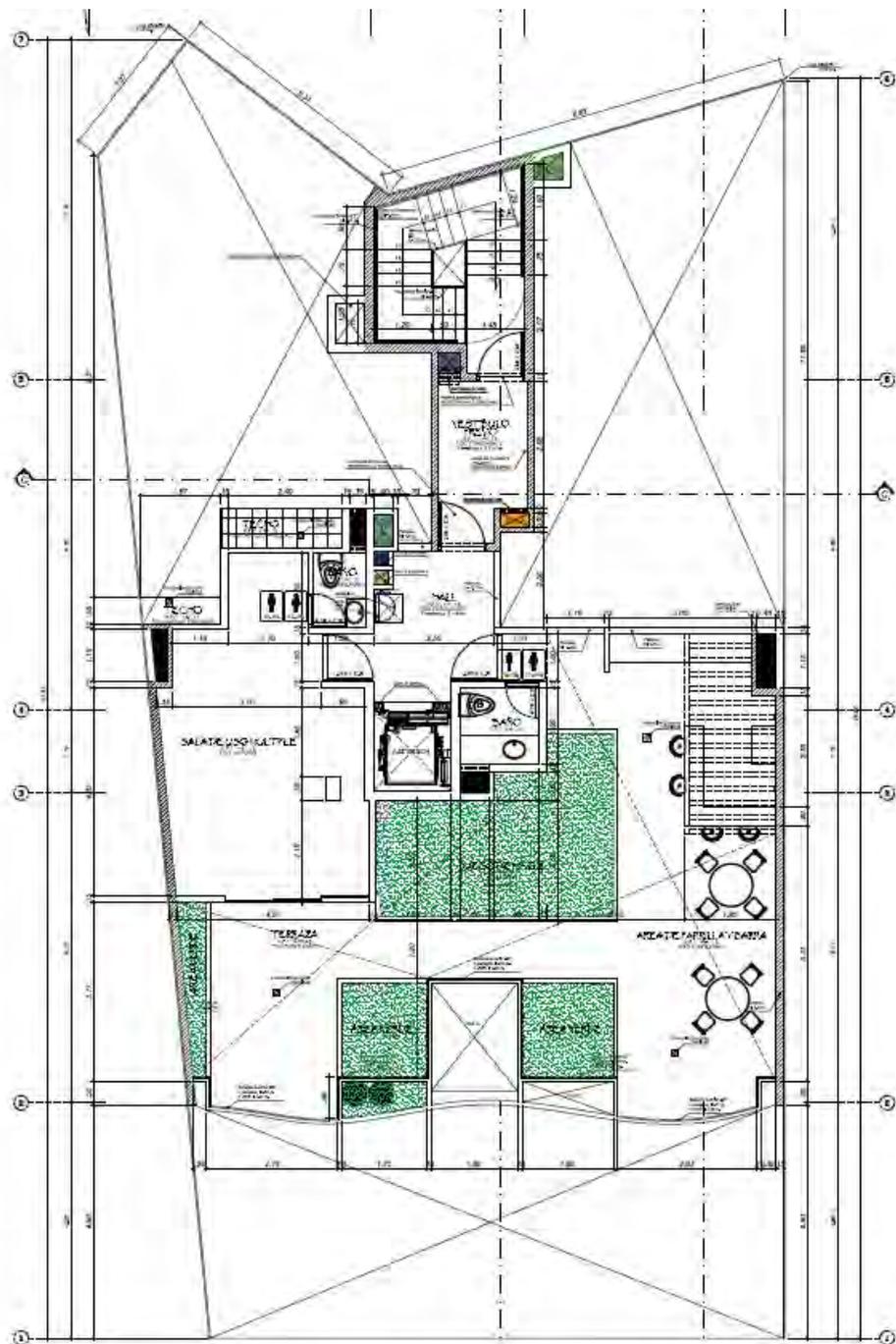
Figura 10 : Planta piso 9 al 15



Nivel 41.15 – Azotea

- Terraza
- Área de usos múltiples
- Juego de niños
- Zona de parrilla

Figura 11 : Planta azotea



4.3 DISEÑO DEL PRODUCTO

4.3.1 DISEÑO DEL DEPARTAMENTO

Flat 201 al 701

- 3 dormitorios con Walk-in closet
- Sala – Comedor y kitchenette
- 1 baño principal y 1 baño de servicio
- Lavandería
- Terraza
- Deposito
- Cochera
- Área construida: 94 m²

Figura 12 : Departamento Tipo F



Flat 202 al 702

- 3 dormitorios con Walk-in closet
- Sala – Comedor y kitchenette
- 1 baño principal y 1 baño de servicio
- Lavandería
- Terraza
- Deposito

- Cochera
- Área construida: 88 m2

Figura 13 : Departamento Tipo G



Flat 801 al 1501

- 3 dormitorios con Walk-in closet
- Sala – Comedor y kitchenette
- 1 baño principal y 1 baño de servicio
- Lavandería
- Terraza
- Deposito
- Cochera
- Área construida: 62 m2

Figura 14 : Departamento Tipo E



Flat 801 al 1501

- 3 dormitorios con Walk-in closet
- Sala – Comedor y kitchenette
- 1 baño principal y 1 baño de servicio
- Lavandería
- Terraza
- Deposito
- Cochera
- Área construida: 66 m²

Figura 15 : Departamento Tipo C



4.3.2 EQUIPAMIENTO Y ACABADOS DE DEPARTAMENTOS

- Los dormitorios cuentan con piso laminado tipo madera, las paredes estarán empastadas y pintadas. Además, contará con walk-in de melamina en todos los dormitorios.
- Los baños tendrán un piso de porcelanato de 0.60 x 0.60. Las paredes estarán con cerámicos y el tablero del lavatorio será de granito con un mueble bajo de melamina.
- La kitchenette contará con un tablero de granito y con muebles bajos y altos de melamina. El piso será de porcelanato y en las paredes se pondrán cerámico decorativo.
- La sala-comedor tendrá un piso laminado tipo madera y las paredes irán empastadas y pintadas.
- La terraza interior contará con un piso de porcelanato, el parapeto será de vidrio templado y tendrá una baranda metálica en su borde superior.

4.4 ANTEPROYECTO Y PREFACTIBILIDAD

Con todos los datos anteriores realizaremos un análisis de prefactibilidad para poder estimar la utilidad que tendrá el proyecto.

Tenemos un ingreso estimado de ventas de \$3,361,346.10, un egreso total de \$2,549,601.02, con lo cual tenemos una utilidad antes de impuestos de \$811,745.08, lo que representa un 24.15%.

Realizando los descuentos del impuesto a la renta y del IGV de crédito fiscal que podría generar el proyecto, se tendría una utilidad neta de \$530,350.41, lo que representa un 15.78%.

Tabla 22 : Análisis de pre-factibilidad.

Analisis de Pre-factibilidad

	Área	Precio	Total Dolares	%
Ventas	2,286.63	1,470.00	3,361,346.10	100.00%
Costo de Terreno	338.76	1,766.28	- 616,827.01	18.35%
Costo Pre-Operativos			- 67,226.92	2.00%
Costo de Construcción	3,302.91	468.14	- 1,546,219.21	46.00%
Costo de Gestión Comercial			- 168,067.31	5.00%
Costo de Gestión de Proyectos			- 84,033.65	2.50%
Costo de Gestión Administrativa			- 50,420.19	1.50%
Costo de Gestión Bancaria			- 16,806.73	0.50%
Utilidad antes de impuestos			811,745.08	24.15%
Impuesto a la renta			259,296.74	7.71%
IGV (credito fiscal)			22,097.93	0.66%
Utilidad Neta			530,350.41	15.78%

Fuente: Elaboración propia

4.5 CONCLUSIONES

- Según el análisis de prefactibilidad realizado, concluimos que nuestro proyecto es rentable con un 24.15% de utilidad antes de impuesto.
- Los departamentos tendrán un área construida que van desde los 66m² hasta los 94m².
- Se tendrá un total de 30 departamentos para nuestro proyecto, los cuales serán distribuidos de dos departamentos por piso, dando un total de 15 pisos.
- Cada departamento tendrá 3 dormitorios, los cuales vendrán con un walk-in closet incluido. Además, se contará con una cocina, sala-comedor, kitchenette y un balcón.
- Los pisos de los ambientes de los departamentos, a excepción de los baños y de la cocina, serán de piso laminado y los muros serán empastados y pintados.

CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING

5.1 SEGMENTACIÓN

Nuestro proyecto se encuentra ubicado en el distrito de Pueblo Libre, el cual pertenece a Lima Metropolitana. Fue fundado el 8 de Julio de 1821 y tiene una superficie total de 4.38 km².

Figura 16 : Mapa de Pueblo Libre



Fuente: Planos estratigráficos de Lima Metropolitana 2020 - INEI

El distrito de Pueblo Libre limita por el norte con Breña y Cercado de Lima, por el sur con San Miguel y Magdalena del Mar, por el este con Jesús María y por el oeste también por San Miguel.

Pueblo Libre es un distrito que en los últimos años ha llamado la atención para la población joven y de la clase media debido a que se encuentra en una zona muy céntrica a las zonas comerciales y turísticas de Lima y que no tiene un costo elevado de vivienda a comparación de otros distritos de similares características.

Esto ha conllevado a que distintas empresas inmobiliarias apuesten por realizar sus proyectos ya que tiene una alta demanda de viviendas por parte de un gran sector de la población debido a que cuentan con precios accesibles para su economía.

Según el último informe del APEIM 2021, el distrito de Pueblo Libre se encuentra ubicado en la Zona 6 junto a los distritos de Jesús María, Lince, Magdalena y San Miguel.

En el cuadro podemos observar que el sector socioeconómico predominante es el sector socioeconómico B con un 57.9%, seguido del nivel socioeconómico C con un 21.3%

Tabla 23 : Distribución de zonas APEIM por NSE 2021

Zona	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	Muestra	Error (%)
Total	100%	2.9%	19.2%	44.8%	26.6%	6.5%	4068	1.5%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100%	32.4%	46.5%	14.6%	4.8%	1.7%	289	5.8%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100%	12.3%	57.9%	21.3%	8.5%	0.0%	218	6.6%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	100%	1.8%	23.0%	44.4%	26.7%	4.0%	301	5.6%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	100%	1.1%	22.5%	50.3%	23.5%	2.6%	358	5.2%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	100%	0.8%	12.4%	46.1%	32.0%	8.8%	456	4.6%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	100%	0.7%	12.4%	50.2%	31.0%	5.7%	336	5.3%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	100%	0.7%	12.4%	44.2%	29.0%	13.6%	276	5.9%
Zona 4 (Cercado, Rímac, Breña, La Victoria)	100%	0.6%	23.1%	48.4%	24.1%	3.8%	452	4.6%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi Perú)	100%	0.5%	15.0%	45.9%	30.7%	8.0%	1004	3.1%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	100%	0.0%	10.7%	51.1%	30.8%	7.4%	321	5.5%
Otros	100%	1.9%	10.9%	43.6%	27.6%	16.0%	57	13.0%

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2021 - APEIM

El siguiente cuadro también extraído del informe del APEIM 2021, podemos observar el gasto familiar mensual de cada nivel socioeconómico y una estimación del ingreso familiar mensual.

Tabla 24 : Ingresos y Gastos por NSE

Promedios	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
GRUPO 1: Alimentos dentro del hogar	S/1,154	S/1,846	S/1,473	S/1,183	S/1,234	S/1,109	S/898	S/744
GRUPO 2: Bebidas alcohólicas y estupefacientes	S/6	S/63	S/12	S/3	S/4	S/3	S/2	S/1
GRUPO 3: Vestido y calzado	S/94	S/264	S/156	S/86	S/92	S/77	S/57	S/42
GRUPO 4: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	S/462	S/1,111	S/685	S/452	S/486	S/402	S/307	S/212
GRUPO 5: Muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda	S/158	S/940	S/262	S/118	S/128	S/104	S/84	S/79
GRUPO 6: Salud	S/201	S/494	S/332	S/194	S/207	S/174	S/116	S/84
GRUPO 7: Transporte	S/65	S/491	S/177	S/28	S/35	S/18	S/13	S/15
GRUPO 8: Comunicaciones	S/234	S/728	S/461	S/218	S/256	S/162	S/86	S/49
GRUPO 9: Recreación y cultura, otros bienes y servicios	S/62	S/304	S/114	S/50	S/60	S/35	S/29	S/20
GRUPO 10: Educación	S/169	S/625	S/393	S/136	S/155	S/108	S/48	S/15
GRUPO 11: Restaurantes y hoteles, alimentos fuera del hogar	S/39	S/110	S/65	S/35	S/33	S/38	S/24	S/17
GRUPO 12: Bienes y servicios diversos, cuidado personal	S/136	S/302	S/216	S/127	S/136	S/113	S/87	S/82

Promedio del gasto familiar mensual	S/2,781	S/7,278	S/4,347	S/2,632	S/2,827	S/2,344	S/1,752	S/1,359
Promedio del ingreso familiar mensual	S/3,539	S/12,576	S/6,245	S/3,066	S/3,401	S/2,571	S/1,912	S/1,381

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2021 - APEIM

Según el último censo realizado en el año 2017 por el INEI, tenemos que para el distrito de Pueblo Libre se tiene un total de 28,600 hogares, para el distrito de Magdalena se tiene un total de 20,800 hogares, para el distrito de Lince se tiene un total de 19,700 hogares, para el distrito de Jesús María se tiene un total de 25,800 hogares y para el distrito de San Miguel se tiene un total de 49,900 hogares.

Se tiene un total de 144,800 hogares por analizar y que lo disgregaremos por niveles socioeconómicos según los porcentajes que nos brinda el APEIM.

Tabla 25 : Cantidad de Hogares en Lima (miles)

Nº	Distrito	Población	%	Hogares
1	San Juan de Lurigancho	1,179.7	10.8	292.2
2	San Martín de Porres	745.5	6.8	189.1
3	Ate	678.1	6.2	175.3
4	Comas	592.9	5.4	142.0
5	Villa María del Triunfo	452.1	4.2	110.1
6	Villa El Salvador	446.2	4.1	101.0
7	San Juan de Miraflores	404.7	3.7	95.6
8	Santiago de Surco	378.2	3.5	108.6
9	Puente Piedra	372.0	3.4	92.5
10	Los Olivos	371.8	3.4	96.2
11	Carabaylo	371.6	3.4	90.9
12	Chorrillos	357.8	3.3	88.8
13	Lima	307.6	2.8	84.8
14	Lurigancho	272.3	2.5	70.4
15	Independencia	240.3	2.2	58.0
16	El Agustino	225.8	2.1	55.3
17	Santa Anita	222.7	2.0	59.4
18	Rímac	199.6	1.8	52.1
19	La Victoria	198.2	1.8	54.9
20	San Miguel	178.3	1.6	49.9
21	La Molina	161.5	1.5	43.5
22	San Borja	130.8	1.2	38.0
23	Pachacamac	122.4	1.1	31.7
24	Miraflores	115.1	1.1	41.0
25	Surquillo	104.6	1.0	31.6
26	Lurín	99.2	0.9	25.0
27	Breña	97.7	0.9	27.5
28	Pueblo Libre	95.9	0.9	28.6
29	Jesus Maria	86.9	0.8	25.8
30	Ancón	71.4	0.7	18.6
31	San Isidro	70.2	0.6	22.9
32	Magdalena del Mar	69.4	0.6	20.8
33	Lince	63.0	0.6	19.7
34	San Luis	59.5	0.5	15.7
35	Chaclacayo	48.9	0.5	12.0
36	Barranco	39.7	0.4	12.5
37	Cieneguilla	38.9	0.4	10.1
38	Santa Rosa	31.5	0.3	9.2
39	Punta Hermosa	18.0	0.2	6.1
40	Pucusana	16.8	0.2	4.6
41	San Bartolo	8.3	0.1	2.2
42	Punta Negra	8.1	0.1	2.2
43	Santa Maria del Mar	1.2	0.0	0.3
Total provincia de Lima		9,754.4	89.6	2,516.7

Fuente: Perú Población 2021 - MarketReport

Teniendo como datos el gasto familiar mensual y el ingreso promedio estimado mensual para cada nivel socioeconómico, en la siguiente tabla se calculará el ahorro mensual que tiene cada nivel socioeconómico para realizar el pago de una cuota mensual hipotecaria.

Tabla 26 : Análisis de ahorro mensual por NSE

	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Gasto promedio familiar	7,278.00	4,347.00	2,632.00	1,752.00	1,359.00
Ingreso promedio familiar	12,576.00	6,245.00	3,066.00	1,912.00	1,381.00
Ahorro	5,298.00	1,898.00	434.00	160.00	22.00
Ahorro (%)	42%	30%	14%	8%	2%

Fuente: Elaboración propia

Para el sector socioeconómico A, se tiene un ahorro de S/5,298.00 soles, lo que representa un 42% de su ingreso mensual. Para el sector socioeconómico B se tiene un ahorro mensual de S/1,898.00 soles, lo que representa un 30% de su ingreso mensual.

Según distintas entidades financieras, para poder optar un crédito hipotecario para la compra de departamentos, se debe de tener como mínimo un 30% de ahorro de su ingreso mensual para el pago de sus cuotas, por lo que nuestro público objetivo serían aquellos hogares que se encuentren en el nivel socioeconómico A y B.

Según Arellano Marketing, en Lima existen seis estilos de vida, los cuales se dividen en la siguiente manera:

- Los Satisficados: Se encuentran ubicados en los niveles socioeconómicos A y B, lo que representa que tienen un nivel de ingreso es alto y tienen un grado de instrucción superior universitaria.
- Los Progresistas: Se encuentran ubicados en todos los niveles socioeconómicos y son hombres en su totalidad. Su nivel de ingreso mensual depende del nivel

socioeconómico al cual pertenecen y su grado de instrucción se encuentra en el promedio.

- Las Modernas: Conformado por mujeres, se encuentran en todos los niveles socioeconómicos. Su grado de instrucción es igual al del promedio y buscan ser independientes y alejadas de las tareas domésticas.
- Los Formalista: Conformado por hombres, se encuentran en todos los niveles socioeconómicos. Su grado de instrucción es igual al del promedio y se caracterizan por ser hogareños.
- Las Conservadoras: Conformado por mujeres, se encuentran en todos los niveles socioeconómicos. Se caracterizan por ser hogareñas y atender a su familia.
- Los Austeros: Conformado tanto por hombres como mujeres, se encuentran ubicados en el nivel socioeconómico E, por lo que tienen un ingreso mensual bajo.

Figura 17 : Estilos de vida



Fuente: Arellano Marketing

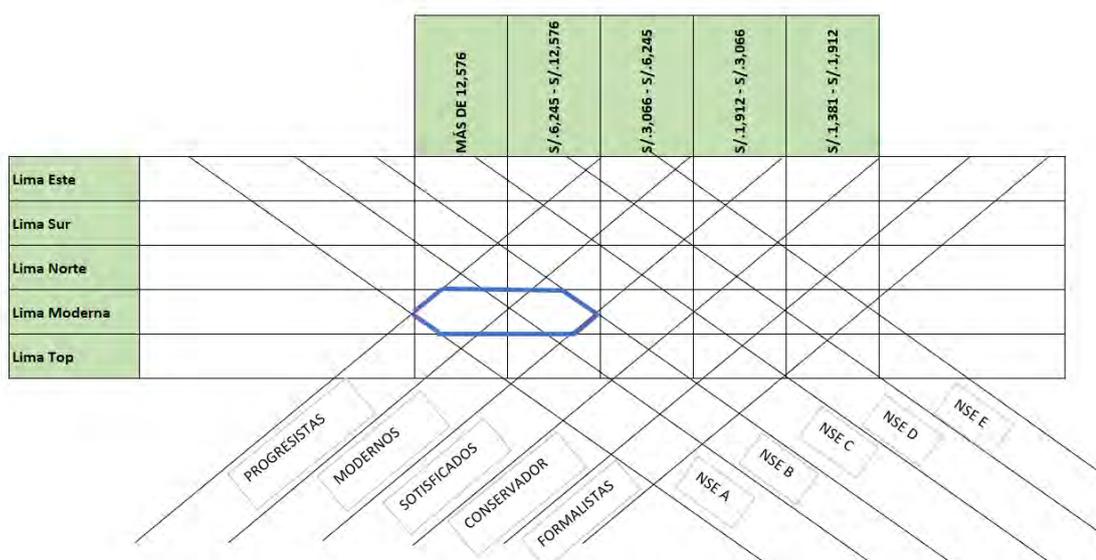
Nuestro proyecto se centrará en aquellas personas que tengan como estilo de vida según Arellano Marketing como progresista, modernas y satisficados.

5.2 MERCADO OBJETIVO

Para definir nuestro mercado objetivo, se considerará los factores analizados en la segmentación para ubicar a nuestro público objetivo.

Realizaremos el siguiente grafico en los cuales interceptaremos los estilos de vida según Arellano Marketing, los niveles socioeconómicos, el nivel de ingreso mensual familiar y el sector de Lima en la cual se ubica nuestro proyecto.

Gráfico 36 : Selección del público objetivo



Fuente: Elaboración propia

Con ello, podemos observar que nuestro público objetivo estará en los niveles socioeconómicos A y B, los cuales tendrán un ingreso mayor a S/6,000.00.

En la siguiente tabla identificaremos la cantidad de hogares que serán nuestro público objetivo con los factores analizados anteriormente. Tenemos un total de 83,839 hogares del nivel socioeconómico B y 17,810 hogares del nivel socioeconómico A como potenciales públicos objetivos.

Tabla 27 : Cantidad de hogares por distrito

APEIM 2021	12.30%	57.90%	21.30%	8.50%	0%	Total Hogares
Distrito	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E	
Pueblo Libre	3,517.80	16,559.40	6,091.80	2,431.00	-	28,600.00
San Miguel	6,137.70	28,892.10	10,628.70	4,241.50	-	49,900.00
Lince	2,423.10	11,406.30	4,196.10	1,674.50	-	19,700.00
Magdalena	2,558.40	12,043.20	4,430.40	1,768.00	-	20,800.00
Jesús María	3,173.40	14,938.20	5,495.40	2,193.00	-	25,800.00
Total Hogares	17,810.40	83,839.20	30,842.40	12,308.00	-	144,800.00

Fuente: Elaboración propia. Datos sacados de MarketReport

Por lo tanto, tendremos como target principal al nivel socioeconómico B con un total de 83.839 hogares que tendrán como mínimo un ingreso mensual familiar de S/.6,245.00 nuevos soles y tendrán un estilo de vida como progresistas y modernas. Además, tendrán que ser mayores a 30 años para poder optar por un crédito hipotecario con el banco.

Tabla 28 : Target primario y secundario

	Nivel Socioeconomico	Hogares	Ingreso Mensual	Estilo de Vida	Edad
Target Primario	NSE B	83,839.20	6,245.00	Progresista - Modernas	Mayores a 30
Target Secundario	NSE A	17,810.40	12,576.00	Sotificadas - Modernas	Mayores a 30

Fuente: Elaboración propia

5.3 POSICIONAMIENTO

Para el posicionamiento de nuestro proyecto hemos analizado las principales características de ofrecer nuestro producto inmobiliario y se identificó los aspectos negativos que pueden afectarlo y aquellas falencias que pueden ser identificados por nuestro público objetivo.

Tabla 29 : Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> * Ubicación ideal, cerca a áreas verdes y a todo tipo de servicio. *Excelente distribución de ambientes, satisfaciendo el gusto del público objetivo. *Precio acorde al mercado. *Áreas comunes de uso familiar. *Baja densidad de habitantes por tener pocos departamentos por piso. 	<ul style="list-style-type: none"> *Distrito con bastante demanda de vivienda de 2 y 3 dormitorios. *En el distrito el sector socioeconomico más predominante es el NSE B, el cual es el segmento objetivo con gran capacidad de compra. *Inversión segura debido a los distintos proyectos inmobiliarios que se ejecutan en la zona.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Falta de experiencia en la gestión de ventas. *Problemas con los vecinos en la construcción debido a la altura de la edificación. *Clientes exigentes y con mayor conocimiento en el rubro. *Falta de experiencia ante la exigencia de la post-venta. 	<ul style="list-style-type: none"> *La pandemia del COVID-19 hizo crecer el desempleo, lo que ocasiono la perdida de la capacidad crediticia de los clientes. *Los proyectos de la competencia tienen buena acogida con el público. *Aumento del precio del dólar ante incertidumbre política. *Numerosos proyectos de la competencia con mayor trayectoria. *Riesgo de paralización de obra por aumento de casos COVID-19.

Fuente: Elaboración propia

Para poder mitigar las amenazas y nuestras debilidades frente a nuestra competencia, tenemos que dar mayor énfasis a nuestras fortalezas y sacarle el mayor provecho a las oportunidades que se nos presenta.

Con respecto a nuestras debilidades, se debe de tomar un plan de acción para mitigarlos y que nuestro público objetivo no pueda observarlos y no perjudique nuestras ventas.

Por otro lado, debido a que tiene una ubicación muy céntrica y la fachada es de un diseño llamativo y sobresale de los demás proyectos, se debe realizar un buen marketing para resaltar las bondades de nuestro proyecto.

5.4 PROPUESTA DE VALOR

El valor agregado que ofreceremos a nuestro público objetivo son las bondades principales que tiene nuestro proyecto.

- Ubicación céntrica.
- Diseño de fachada diferenciadora en la zona.
- Balcones en cada departamento.
- Precio relacionado a la calidad entregada.
- Departamentos con varios dormitorios para familias jóvenes.
- Áreas comunes para disfrutar en familia.
- Zona segura y edificio resguardado con cámaras de seguridad.

Para la publicidad y poder diferenciarnos de la competencia usaremos el siguiente eslogan: “Vive en el proyecto El Prado, diseñado con una arquitectura bella en la mejor zona de Pueblo Libre”

5.5 MARKETING MIX

5.5.1 PRODUCTO

Nuestro proyecto es un edificio multifamiliar ubicado en la Av. Paseo de los Andes 1117 – Urbanización La Florida Chica, distrito de Pueblo Libre. Consta de 15 pisos, un semisótano y 2 sótanos. Tiene un área de terreno de 338.76 m², de los cuales tendrá un área ocupada aproximada de 157.37 m².

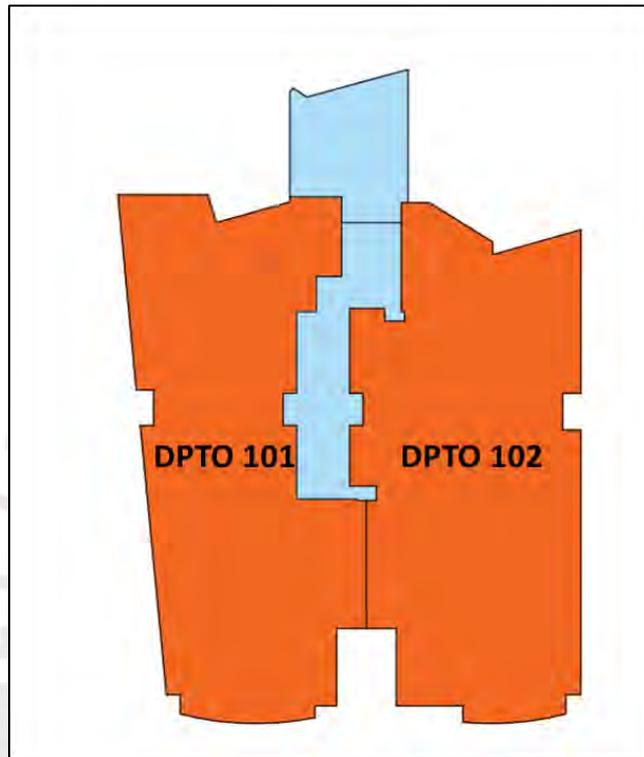
Tabla 30 : Información del proyecto

PROYECTO EL PRADO RESIDENCIAL	
ÁREA DE TERRENO	338.76
% ÁREA LIBRE MINIMA	35%
ÁREA LIBRE TOTAL	118.57
ÁREA NETA	220.19
% área común	31%
ÁREAS COMUNES POR PISO	67.82
ÁREA OCUPADA POR PISO	152.37
ALTURA DEL EDIFICIO	15 PISOS
SOTANOS	2 SOTANOS
ESTACIONAMIENTOS	1 CADA 1.5 VIVIENDAS

Fuente: Elaboración propia

Se tendrá dos departamentos por piso, los cuales estarán ubicados en cada extremo y en la parte central se ubicará el pasadizo, el ascensor y las escaleras de emergencia.

Figura 18 : Distribución típica en planta



En la siguiente grafica podemos observar una elevación de nuestro proyecto, donde podemos identificar que en los primeros 7 niveles los departamentos tienen un área mayor que el resto para darle mayor iluminación a cada departamento. Además, se cuenta con toda el área de la azotea como área común, el cual puede ser de uso para los propietarios en cualquier momento.

Figura 19 : Distribución por pisos

TECHOS			CUARTO MAQUINAS
AZOTEA	AC		
PISO 15	DPTO 1501	DPTO 1502	
PISO 14	DPTO 1401	DPTO 1402	
PISO 13	DPTO 1301	DPTO 1302	
PISO 12	DPTO 1201	DPTO 1202	
PISO 11	DPTO 1101	DPTO 1102	
PISO 10	DPTO 1001	DPTO 1002	
PISO 9	DPTO 901	DPTO 902	
PISO 8	DPTO 801	DPTO 802	
PISO 7	DPTO 701	DPTO 702	
PISO 6	DPTO 601	DPTO 602	
PISO 5	DPTO 501	DPTO 502	
PISO 4	DPTO 401	DPTO 402	
PISO 3	DPTO 301	DPTO 302	
PISO 2	DPTO 201	DPTO 202	
PISO 1	AC	DPTO 101	DPTO 102 AC
SEMITOTANO			
SOTANO 1			
SOTANO 2			
			CISTERNA

Se tendrá 30 departamentos, de los cuales tenemos 7 tipos diferentes en áreas y distribución de ambientes. En el siguiente cuadro podemos observar las características de cada tipología de departamento, el área techada y el área total que tiene cada uno.

Tabla 31 : Tipologías de departamento

DEPARTAMENTO	TIPO	DORMITORIOS	AREA TECHADA	AREA TERRAZA	AREA TOTAL	BAÑOS	UNIDADES
Tipo A	FLAT	2 DORMITORIOS	75.89	9.21	85.10	2	1
Tipo B	FLAT	2 DORMITORIOS	46.25	7.35	53.60	1	1
Tipo C	FLAT	3 DORMITORIOS	60.46	2.24	62.70	2	8
Tipo D	FLAT	3 DORMITORIOS	64.61	1.69	66.30	2	1
Tipo E	FLAT	3 DORMITORIOS	65.01	1.69	66.70	2	7
Tipo F	FLAT	3 DORMITORIOS	86.98	1.92	88.90	3	6
Tipo G	FLAT	3 DORMITORIOS	91.76	2.24	94.00	3	6
TOTAL			2197.94	72.96	2270.90		30

Fuente: Elaboración propia

5.5.2 PRECIO

Para el precio, se tomará como base el análisis de desempeño de características del proyecto y de su competencia. Se tomará el precio por metro cuadrado de nuestra competencia y realizaremos un gráfico de regresión lineal para cada tipología y poder calcular un precio para nuestro proyecto.

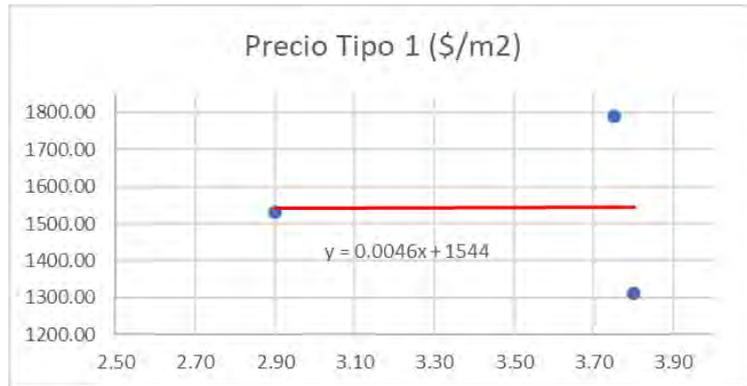
Para la tipología 1, el proyecto tiene una calificación de desempeño de 3.80, con lo cual nos da un precio por metro cuadrado de 1,554.02 dólares.

Tabla 32 : Calculo de precio de venta para tipología Tipo 1

Nombre	Desempeño	Precio Tipo 1 (\$/m ²)
Piazza	3.80	1312.25
Residencial Andalucia	3.25	
Neocity	3.60	
Residencial Parque San Martín	3.75	1789.32
El Rio	2.90	1530.34
El Prado	3.80	1,554.02

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 37 : Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1



Fuente: Elaboración propia

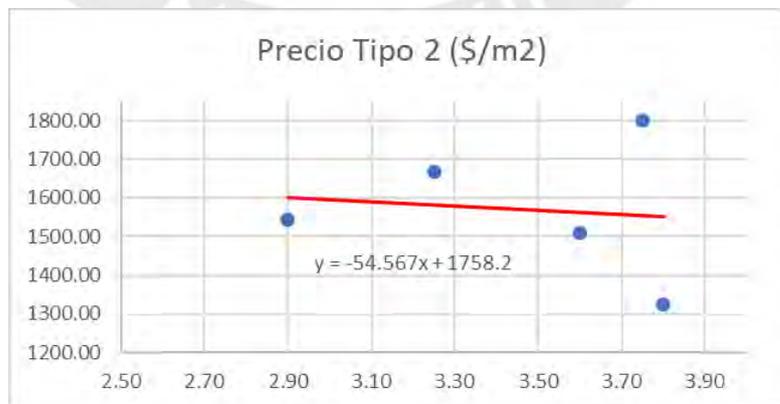
Para la tipología 2, el proyecto tiene una calificación de desempeño de 3.80, con lo cual nos da un precio por metro cuadrado de 1,570.85 dólares.

Tabla 33 : Calculo de precio de venta para tipología Tipo 2

Nombre	Desempeño	Precio Tipo 2 (\$/m2)
Piazza	3.80	1324.98
Residencial Andalucia	3.25	1666.47
Neocity	3.60	1511.26
Residencial Parque San Martín	3.75	1798.99
El Rio	2.90	1545.18
El Prado	3.80	1570.85

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 38 : Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1



Fuente: Elaboración propia

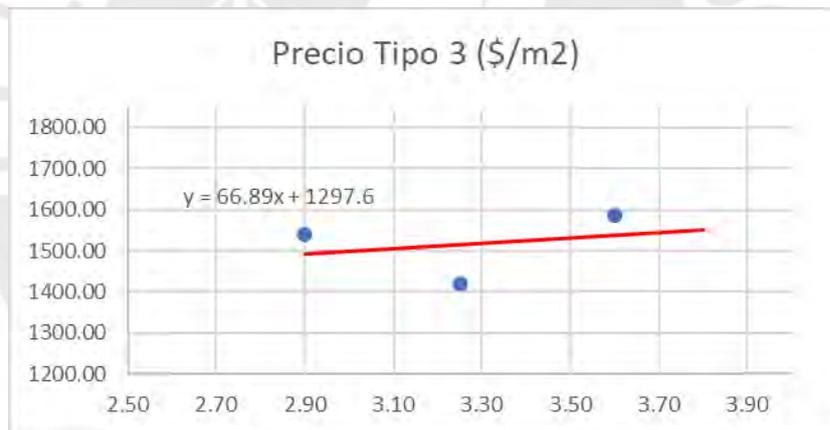
Para la tipología 3, el proyecto tiene una calificación de desempeño de 3.80, con lo cual nos da un precio por metro cuadrado de 1,571.78 dólares.

Tabla 34 : Calculo de precio de venta para tipología Tipo 3

Nombre	Desempeño	Precio Tipo 3 (\$/m2)
Piazza	3.80	
Residencial Andalucia	3.25	1419.13
Neocity	3.60	1586.38
Residencial Parque San Martín	3.75	
El Rio	2.90	1539.55
El Prado	3.80	1571.78

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 39 : Gráfico de regresión lineal para tipología Tipo 1



Fuente: Elaboración propia

Ya calculados el precio por metro cuadrado para cada tipología, le aumentaremos un porcentaje de valoración que consideramos para nuestro proyecto y obtendremos un precio promedio por metro cuadrado de venta.

Tabla 35 : Precio de venta del proyecto

	Precio Tipo 1 (\$/m2) Área 40 a 60 m2	Precio Tipo 2 (\$/m2) Área 60 a 80 m2	Precio Tipo 3 (\$/m2) Área mayor a 80 m2	
RESIDENCIAL EL PRADO	1554.02	1570.85	1571.78	
% de valoración	5%	5%	5%	
PRECIO DE VENTA	1631.72	1649.39	1650.37	1650.00

Fuente: Elaboración propia

Con este análisis, tenemos un precio por metro cuadrado de venta de S/.1,650.00 dólares. Con este valor de venta, por cada piso le añadiremos un 1% de valoración por altura para cada departamento.

Tabla 36 : Precio de departamentos distribuido por altura

PRECIO DEPARTAMENTOS POR TIPOLOGIA Y POR ALTURA			
NIVEL	Precio Tipo 1 (\$/m2) Área 40 a 60 m2	Precio Tipo 2 (\$/m2) Área 60 a 80 m2	Precio Tipo 3 (\$/m2) Área mayor a 80 m2
PISO 1	1631.72		1650.37
PISO 2			1658.62
PISO 3			1666.92
PISO 4			1675.25
PISO 5			1683.63
PISO 6			1692.05
PISO 7			1700.51
PISO 8		1657.63	
PISO 9		1665.92	
PISO 10		1674.25	
PISO 11		1682.62	
PISO 12		1691.04	
PISO 13		1699.49	
PISO 14		1707.99	
PISO 15		1716.53	

Fuente: Elaboración propia

- **Estrategias de Precio**

Nuestro proyecto tiene un precio por metro cuadrado mayor a la de nuestra competencia, por lo que se realizará la siguiente estrategia para la venta de los departamentos:

- Preventa: 3% de descuento para cada departamento
- Obra Iniciada: 2% de descuento para cada departamento
- Obra Culminada: 0% de descuento.

- **Formas de Pago**

Se estima que se tendrá dos formas de pago: uno a través del crédito hipotecario y otro con crédito directo.

Para el crédito hipotecario se requiere un mínimo de cuota inicial del 10% y una separación de 1000 dólares. El saldo pendiente deberá ser financiado a través de una entidad financiera. A través de ella, se debe desembolsar a los 60 días de la cuota inicial.

Para el crédito directo se requerirá un mínimo de cuota inicial del 20% y una separación de 1000 dólares. El saldo pendiente tendrá que ser abonado 90 días después de haberse realizado el pago de la cuota inicial.

5.5.3 PLAZA

Debido a la pandemia, la comunicación con el público objetivo se ha virtualizado. Debido a que nuestro público objetivo esta mucho tiempo usando internet y otros medios de comunicación virtual, se aprovechará en tener una estrategia virtual que llegue rápidamente a nuestro público objetivo.

La estrategia es la siguiente:

- Se realizará una página web amigable, que sea entendible y de rápido acceso para nuestro público objetivo.
- Se pondrá una caseta de ventas en el sitio donde se ubicará el proyecto inmobiliario.
- Tendremos presencia en los principales portales inmobiliarios

Se ha definido un presupuesto tentativo para llevar a cabo esta estrategia para la plaza de nuestro proyecto inmobiliario, dando un total de 32,800 dólares.

Tabla 37 : Presupuesto para la plaza

	TIEMPO	PRECIO (\$)	TOTAL (\$)
PAGINA WEB	24 meses	4,000.00	4,000.00
CASETA DE VENTAS	12 meses	1,800.00	21,600.00
PORTALES INMOBILIARIOS	24 meses	7,200.00	7,200.00
			32,800.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 20 : Imágenes de la plaza



5.5.4 PROMOCIÓN

Para la promoción, realizaremos la siguiente estrategia, la cual mitigará nuestra falta de experiencia en ventas, según lo analizado en nuestro análisis FODA.

- Se contratará un vendedor especializado a nuestra zona para que pueda conformar un equipo que logre una velocidad de ventas adecuada para nuestro proyecto.
- Se realizará publicidad a travez de Google Adwords
- Se contará con una base de datos que el vendedor usará para poder realizar campañas de venta.
- Se contratará a un community manager para que gestione la publicidad en las redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube y demás plataformas virtuales.

Figura 21 : Publicidad por Redes Sociales



Para llegar a cabo la estrategia de promoción, se realizó un presupuesto tentativo que permitirá cumplir los objetivos. La inversión alcanzará un monto de 39,528.37 dólares.

Tabla 38 : Presupuesto para la publicidad

ITEMS	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO (\$)	TOTAL (\$)
VENDEDOR ESPECIALIZADO	MES	15	625	9,375.00
COMISIONES POR VENTA	MES	0.25%		8,403.37
PUBLICIDAD POR GOOGLE ADWORDS	MES	20	150	3,000.00
BASE DE DATOS	GLB	1	1500	1,500.00
COMMUNITY MANAGER - REDES SOCIALES	MES	15	625	9,375.00
FACEBOOK	MES	15	175	2,625.00
INSTAGRAM	MES	15	175	2,625.00
YOUTUBE	MES	15	175	2,625.00
TOTAL PRESUPUESTO (\$)				39,528.37

Fuente: Elaboración propia

5.6 CONCLUSIONES

- Para nuestro target principal se ha calculado 83,839 hogares, de los cuales se encuentren en el nivel socioeconómico B y tienen un ingreso mensual promedio de S/.6,245.00.
- Para nuestro target secundario se ha calculado 17,810 hogares pertenecientes al nivel socioeconómico A y que tienen un ingreso mensual promedio de S/.12,576.
- Para definir el precio de nuestro producto, se analizaron los precios de venta de la competencia y con la valoración de sus atributos se pudo obtener un precio por metro cuadrado promedio de 1,650 dólares.
- Se está poniendo mayor énfasis a la promoción y publicidad a través de medios virtuales, ya que debido a la pandemia aún se tienen restricciones para realizar eventos presenciales con nuestro público objetivo.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Nuestro proyecto tendrá una duración total de 35 meses, los cuales se dividen en 5 hitos importantes: 3 meses para la etapa preoperativa, 6 meses para la preventa, 21 meses para la venta, 14 meses para la construcción y 5 meses para la independización.

Tabla 39 : Plazo de tiempo de proyecto

Plazo	Duración
Duración etapa preoperativa	3 meses
Duración de etapa preventa y acreditación	6 meses
Duración Construcción	14 meses
Duración Venta luego de etapa preventa	21 meses
Independizaciones	5 meses
Duración Total Proyecto	35 meses

Fuente: Elaboración propia

6.2 ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

En la siguiente tabla podemos observar los ingresos y egresos totales que tendrá nuestro proyecto.

Podemos observar que los ingresos totales por la venta de los departamentos son de 3,746,784 dólares; por la venta de estacionamientos nos da un monto de 318,689.61 dólares y por la venta de depósitos nos da un monto de 53,184.96 dólares. Teniendo un monto total de ingresos de 4,118,659 dólares.

Tabla 40 : Ingresos totales del proyecto

Ingresos Totales: Área y Precios de Departamentos

	Área (m2)	Nº unidades	Total área (m2)	Precio (Dolares)	Ingresos Totales (Dolares)
Departamento Tipo A	85.13	1	85.13	1,650.00	140,465
Departamento Tipo B	53.59	1	53.59	1,649.99	88,423
Departamento Tipo C	62.74	8	501.92	1,649.99	828,165
Departamento Tipo D	66.28	1	66.28	1,650.00	109,362
Departamento Tipo E	66.68	7	466.76	1,650.01	770,157
Departamento Tipo F	88.85	6	533.10	1,650.00	879,617
Departamento Tipo G	94.00	6	564.00	1,649.99	930,596
Departamentos		30	2270.78		3,746,784
Estacionamientos		23		13,856.07	318,689.61
Depositos		12		4,432.08	53,184.96
		11			371,874.57
Total Área Vendible:			2270.78	Total Ingresos (Dolares):	4,118,659

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que la inversión más representativa es la de construcción, con un 59.91%, por lo que se debe de tener mucho control al momento de empezar a construir para que este costo no se eleve y pueda generar pérdidas en la utilidad. La segunda inversión más representativa es la del terreno, con un 20% de la inversión total.

Tabla 41 : Egresos totales del proyecto

	Inversión en Dolares	
Terreno	\$ 679,572.74	20.28%
Pre-Operativos	\$ 149,863.99	4.47%
Construcción	\$ 2,007,256.77	59.91%
Total Costo Directo	\$ 2,836,693.50	84.66%
Gestión Comercial	\$ 123,991.64	3.70%
Gestión de Proyectos	\$ 95,119.80	2.84%
Gestión Administrativa	\$ 287,043.55	8.57%
Gestión Bancaria	\$ 7,686.89	0.23%
Total Costo Indirecto	\$ 513,841.88	15.34%
Inversión Total	\$ 3,350,535.39	100.00%

Fuente: Elaboración propia

6.3 INDICADORES FINANCIEROS

Teniendo los ingresos y egresos totales, en el siguiente cuadro podemos observar los indicadores financieros.

Tenemos una rentabilidad sobre las ventas de 15.61%, una incidencia del terreno sobre las ventas de 17.98%, un VAN de 191,185.37 dólares y una TIR anual de 25.42%.

Tabla 42 : Indicadores financieros

Indicadores		
Rentabilidad sobre las ventas (ROS)		15.61%
Rentabilidad sobre aporte de capital (ROE)		35.01%
Plazo de duración del proyecto (años)		2.92
ROE Anual		10.84%
Incidencia del terreno sobre las ventas (%)		17.98%
Gross Leaseable Area (GLA)-area q genera ingresos		71.56%
Loan to value (LTV)		22.46%
VAN	\$	191,185.37
TIR ANUAL		25.42%

Fuente: Elaboración propia

6.4 ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

En el siguiente cuadro podemos observar un resumen del estado de pérdidas y ganancias, sin considerar el IGV. Se tiene una utilidad antes de impuestos del 22.14% y una utilidad después de impuestos del 15.61%.

Tabla 43 : Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Perdidas y Ganancias		
	Dolares	%
Ventas Netas	3,778,588.60	100.00%
Costo de Terreno	- 678,463.41	-17.96%
Costo Pre-Operativos	- 127,003.38	-3.36%
Costo de Construcción	- 1,701,065.06	-45.02%
Costo de Gestión Comercial	- 105,077.66	-2.78%
Costo de Gestión de Proyectos	- 80,610.00	-2.13%
Costo de Gestión Administrativa	- 243,257.25	-6.44%
Costo de Gestión Bancaria	- 6,514.31	-0.17%
Utilidad antes de impuestos	836,597.52	22.14%
Impuesto a la renta	- 246,796.27	-6.53%
Utilidad despues de impuestos	589,801.25	15.61%
IGV (credito fiscal)	- 68,471.34	-1.81%
Utilidad Neta	521,329.91	13.80%

Fuente: Elaboración propia

Con respecto al financiamiento, se necesitará un aporte de capital de 1,684,573.91 dólares, que representa el 50% de los egresos. Después de la inversión, el proyecto se manejará con el monto obtenido en la preventa y en caso de que las ventas se retrasen podemos acceder a una línea de crédito bancaria de máximo 660,800.86 dólares.

Tabla 44 : Estructura de financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Concepto	Monto (US \$)	%
Aporte capital	\$ 1,684,573.91	50%
Preventa	\$ 1,005,160.62	30%
Línea crédito Bco	\$ 660,800.86	20%
Otros		
Total Financ.	\$ 3,350,535.39	

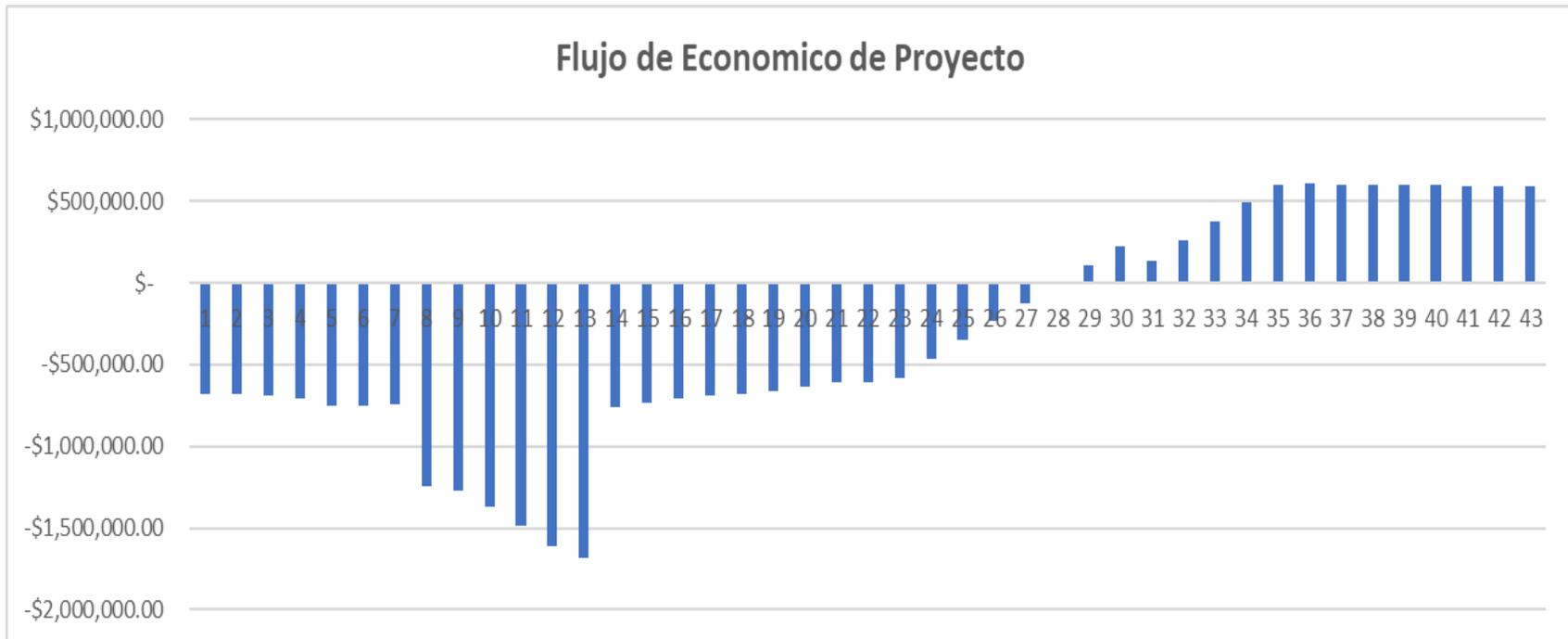
Fuente: Elaboración propia

6.5 FLUJO DE CAJA

se han realizado las proyecciones financieras del proyecto, considerando los ingresos y egresos totales que se tendrá a lo largo de la vida del proyecto. Podemos observar que tendremos egresos hasta el mes 13, el cual es el mes en donde nos desembolsan el monto de la etapa de preventa y es a partir de ese momento en que nuestros egresos empiezan a disminuir, siendo el mes 28 donde recuperamos la inversión inicial y el mes 35 como el término de la cobranza de las ventas.

En los anexos podremos observar los ingresos y egresos que se tendrán mes a mes, y además ver los saldos finales con los cuales se realizó el flujo de caja (Ver Anexo 1).

Gráfico 40 : Flujo económico del proyecto



Fuente: Elaboración propia

6.6 CONCLUSIONES

- El proyecto tiene un plazo de 35 meses desde la compra del terreno hasta la independización de cada unidad inmobiliaria.
- Para los ingresos se consideró el precio por metro cuadrado de los departamentos de 1,650 dólares, el cual es el que se calculó en el capítulo anterior.
- Los indicadores financieros nos indica que tendremos un VAN de 191,185.37 dólares y una TIR anual de 25.42%, una incidencia del terreno sobre las ventas de 17.98% y un ROS del 15.61%, por lo que nuestro proyecto es rentable y atractivo para inversionistas.
- Se tendrá una inversión máxima de 1,684,573.91 dólares, y las demás etapas del proyecto se financiará a partir del monto de la preventa y del crédito bancario.
- La inversión tendrá un retorno en el mes 28, siendo a partir de este mes que se generen las ganancias del proyecto.

CAPÍTULO VII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

7.1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad, se tomaron las siguientes variables críticas para realizar los cálculos: velocidad de ventas, precio de venta, costo de construcción y tasa de descuento.

Para la velocidad de ventas se ha considerado vender una unidad inmobiliaria al mes, el precio de venta es de 1,650 dólares por metro cuadrado, el costo de construcción es de 425 dólares por metro cuadrado y la tasa de descuento del 15%

El primer calculo que se realizo es la disminución del 10% de cada variable para observar la variación del VAN y que variable es la más crítica. En este caso, al disminuir el precio de venta en un 10% podemos observar que se tuvo una variación del VAN del 92.70%.

Tabla 45 : Análisis de variación de las variables criticas

	Variabl.actual	Variación	Variabl. nueva	VAN actual	VAN New	% Variación
Velocidad en etapa de venta	1	-25%	0.75	191,185	182,184	-4.7%
Precio de venta	1,650.00	-10%	1485	191,185	14,008	-92.7%
Costo de construcción	425	10%	467.5	191,185	137,616	-28.0%
Tasa de descuento	15%	10%	16.5%	191,185	185,463	-3.0%

Fuente: Elaboración propia

Para verificar que el anterior cálculo realizado, procederemos a calcular la variación de las variables determinando el punto de equilibrio con un VAN de 0. Se observa que la variable que menos porcentaje de variación puede tener para no tener perdidas es el precio de venta, con una variación permisible máxima del 11%, seguido del costo de construcción.

Tabla 46 : Análisis del punto de equilibrio

Determinación del Punto de Equilibrio (VAN = 0)

	Variabl.actual	Variabl.PE	% Var.
Velocidad en etapa de venta	1	0.66	34%
Precio de venta	1,650.00	1473.48	11%
Costo de construcción	425	543.48	28%
Tasa de descuento	15%	28%	87%

Fuente: Elaboración propia

Con las variables críticas definidas, se procedió a realizar las tablas de sensibilidad donde podemos observar la variación de dos variables y en qué circunstancias nuestro VAN nos daría negativo.

Tabla 47 : Tabla de sensibilidad de las variables críticas

Tabla de Sensibilidad: Impacto en la rentabilidad ante cambios de:		Velocidad de ventas y Precios de venta												
\$	191,185.37	1400	1450	1500	1550	1650	1700	1800						
0.5	-	653,892	-	611,762	-	569,632	-	527,502	-	443,242	-	401,113	-	316,853
0.75	-	134,453	-	75,806	-	17,159	-	41,488	-	158,781	-	217,428	-	334,721
1.00	-	109,498	-	49,362	-	10,775	-	70,912	-	191,185	-	251,322	-	371,596
1.5	-	31,368	-	30,960	-	93,289	-	155,617	-	280,274	-	342,603	-	467,260

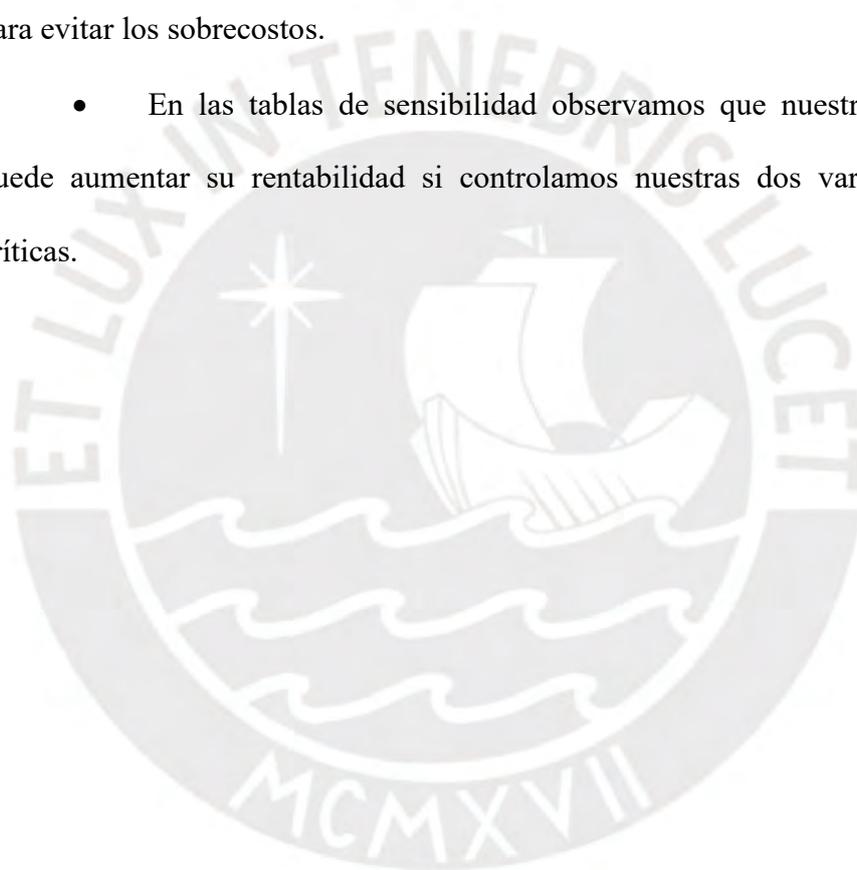
Tabla de Sensibilidad: Impacto en la rentabilidad ante cambios de:		Costo de construcción y Precios de venta												
\$	191,185.37	1400	1450	1500	1550	1650	1700	1800						
300	-	116,891	-	177,027	-	237,164	-	297,301	-	417,574	-	477,711	-	597,984
325	-	71,613	-	131,750	-	191,886	-	252,023	-	372,296	-	432,433	-	552,707
350	-	26,335	-	86,472	-	146,609	-	206,745	-	327,019	-	387,155	-	507,429
400	-	64,220	-	4,084	-	56,053	-	116,190	-	236,463	-	296,600	-	416,873
425.00	-	109,498	-	49,362	-	10,775	-	70,912	-	191,185	-	251,322	-	371,596
450	-	154,776	-	94,639	-	34,503	-	25,634	-	145,908	-	206,044	-	326,318
500	-	245,332	-	185,195	-	125,058	-	64,921	-	55,352	-	115,489	-	235,762
550	-	335,887	-	275,750	-	215,614	-	155,477	-	35,204	-	24,933	-	145,207

Tabla de Sensibilidad: Impacto en la rentabilidad ante cambios de:		Tasas de descuento y Precios de venta												
\$	191,185.37	1400	1450	1500	1550	1650	1700	1800						
11.0%	-	34,917	-	28,185	-	91,286	-	154,388	-	280,591	-	343,693	-	469,896
12.0%	-	54,418	-	7,918	-	70,254	-	132,590	-	257,262	-	319,598	-	444,270
13.0%	-	73,334	-	11,747	-	49,840	-	111,427	-	234,601	-	296,187	-	419,361
14.0%	-	91,687	-	30,833	-	30,021	-	90,875	-	212,583	-	273,437	-	395,145
15.0%	-	109,498	-	49,362	-	10,775	-	70,912	-	191,185	-	251,322	-	371,596
16.0%	-	126,788	-	67,354	-	7,919	-	51,516	-	170,385	-	229,820	-	348,689
17.0%	-	143,576	-	84,829	-	26,082	-	32,665	-	150,160	-	208,907	-	326,402
18.0%	-	159,881	-	101,807	-	43,733	-	14,342	-	130,490	-	188,564	-	304,713

Fuente: Elaboración propia

7.2 CONCLUSIONES

- De nuestro análisis de sensibilidad podemos concluir que la variable más crítica para nuestro proyecto es la del precio de venta, ya que solo tiene una variación permisible máxima del 11%.
- La segunda variable más crítica es la del precio de construcción, con una variación permisible del 28%. Para esta variable se tendrá que realizar estrategias de compras de materiales y una adecuada gestión de la construcción para evitar los sobrecostos.
- En las tablas de sensibilidad observamos que nuestro proyecto puede aumentar su rentabilidad si controlamos nuestras dos variables más críticas.



CAPÍTULO VIII: ANÁLISIS DE ESCENARIOS

8.1 ANÁLISIS DE ESCENARIOS

Se realizó el análisis de escenarios considerando 4 situaciones que podrían generarse. Para cada variable se aumentó un porcentaje indicado en la tabla.

Tabla 48 : Análisis de escenarios

Resumen del escenario	Valores actuales:	Optimista 1 (+3%)	Pesimista 1 (-5%)	Optimista 2 (+6%)	Pesimista 2 (-10%)
Velocidad de Ventas	1	1.25	0.85	1.5	0.5
Precio de Venta	1650	1700	1525	1750	1425
Costo de Construcción	425	400	450	380	475
Tasa de descuento	15%	14%	16%	13%	17%
VAN	\$ 191,185.37	\$ 370,737.23	-\$ 19,448.81	\$ 526,192.99	-\$ 744,740.11
TIR	25%	38%	15%	51%	-16%
MAX REQ. INVERSIÓN	\$ 1,684,573.91	\$ 1,644,865.57	\$ 1,720,212.58	\$ 1,611,443.65	\$ 1,764,050.68

Fuente: Elaboración propia

8.2 CONCLUSIONES

- Del análisis de escenarios podemos observar que los escenarios pesimistas nos brindan VAN negativo, esto debido a que si se realiza la combinación perjudicial para todas las variables a la vez perjudica nuestra utilidad, por lo que no se puede variar en 5% cada variable crítica que tenemos.
- Si le brindamos a las variables críticas una situación favorable en la que cada variable puede variar favorablemente en 3%, nos aumentaría la TIR a 38% y un VAN de 370,737.23 dólares.

CAPÍTULO IX: CONCLUSIONES

- Del macroentorno podemos concluir que la situación económica mundial es favorable para la economía peruana. Se proyecta un crecimiento en el PBI mundial para el 2022 de 4,3%, siendo las principales potencias como Estado Unidos y China las que tendrán un crecimiento consistente que permitirá estabilizar la economía mundial, por lo tanto, el macroentorno para el inversionista es positivo.
- Del microentorno se identificó que el sector socioeconómico B es el que mayor participación tuvo en las ventas durante el año 2021, lo que motiva al inversionista a seguir apostando por este sector socioeconómico.
- Del microentorno resaltamos que el sector donde se ubica nuestro proyecto es en Lima Moderna, el cual es el sector que ha venido liderando las ventas durante el año 2021 y se proyecta que se mantenga para el presente año.
- Del estudio de mercado podemos resaltar que la ubicación de nuestro terreno brinda una buena oportunidad de tener una velocidad de ventas buena, ya que se encuentra en una avenida principal y tiene accesos rápidos hacia diferentes lugares comerciales de Lima.
- Del perfil preliminar obtuvimos la incidencia del valor de terreno sobre las ventas, el cual es de 17.19%, lo que nos indica que el proyecto es viable.
- Del análisis de prefactibilidad realizado, concluimos que nuestro proyecto es rentable con un 24.15% de utilidad antes de impuesto.
- Con el diseño del producto, se definió que los departamentos tendrán un área construida que van desde los 66m² hasta los 94m².
- Se tendrá un total de 30 departamentos para nuestro proyecto, los cuales serán distribuidos de dos departamentos por piso, dando un total de 15 pisos.

- Para nuestro mercado objetivo principal se ha calculado 83,839 hogares, de los cuales se encuentren en el nivel socioeconómico B y tienen un ingreso mensual promedio de S/.6,245.00.
- Para nuestro mercado objetivo secundario se ha calculado 17,810 hogares pertenecientes al nivel socioeconómico A y que tienen un ingreso mensual promedio de S/.12,576.
- Para definir el precio de nuestro producto, se analizaron los precios de venta de la competencia y con la valoración de sus atributos se pudo obtener un precio por metro cuadrado promedio de 1,650 dólares.
- De nuestro análisis de sensibilidad podemos concluir que la variable más crítica para nuestro proyecto es la del precio de venta, ya que solo tiene una variación permisible máxima del 11%.
- La segunda variable más crítica es la del precio de construcción, con una variación permisible del 28%. Para esta variable se tendrá que realizar estrategias de compras de materiales y una adecuada gestión de la construcción para evitar los sobrecostos.
- Los indicadores financieros nos indica que tendremos un VAN de 191,185.37 dólares y una TIR anual de 25.42%, una incidencia del terreno sobre las ventas de 17.98% y un ROS del 15.61%, por lo que nuestro proyecto es rentable y atractivo para inversionistas.
- Del análisis de escenarios podemos observar que los escenarios pesimistas nos brindan VAN negativo, esto debido a que si se realiza la combinación perjudicial para todas las variables a la vez perjudica nuestra utilidad, por lo que no se puede variar en 5% cada variable crítica que tenemos.

- Si le brindamos a las variables críticas una situación favorable en la que cada variable puede variar favorablemente en 3%, nos aumentaría la TIR a 38% y un VAN de 370,737.23 dólares.



BIBLIOGRAFÍA.

- Banco Central de Reserva del Perú (2021). Resumen Informativo Semanal. Diciembre del 2021.
- Banco Central de Reserva del Perú (2021). Reporte de Inflación. Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2021 – 2023. Diciembre del 2021.
- BBVA Research (2021). Situación Perú 4T 2021. Octubre del 2021.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2022). Informe Técnico. Variación de los indicadores de precios de la economía. Enero del 2022.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2021). Informe Técnico. Producto Bruto Interno Trimestral, Cuentas Nacionales Año Base 2007. Agosto del 2021.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2021). Estado de la Población en el año del bicentenario 2021. Marzo del 2021.
- Asociación de empresas inmobiliarias del Perú ASEI (2021). Reporte estadístico Mensual de indicadores. Septiembre del 2021.
- TINSA (2021). Residential Overview – Perú. Octubre del 2021.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2021). Planos Estratificados de Lima Metropolitana a nivel de manzanas 2020. Julio del 2020.
- Municipalidad de Pueblo Libre (2017). Plan de desarrollo concertado de Pueblo Libre 2010 – 2021. Enero del 2017.
- Market Report CPI (2021). Perú: Población 2021. Mayo del 2021.
- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2021). Niveles socioeconómicos 2021. Noviembre del 2021.
- Arellano Cueva, Rolando. Los seis estilos de vida de las personas en el Perú. (Ed.V) Julio del 2020.

- Cámara Peruana de la Construcción CAPECO (2020). Informe Económico de la Construcción. Agosto del 2020.
- Municipalidad de Pueblo Libre (2021). Plan de acción distrital de Seguridad Ciudadana Pueblo Libre. Febrero del 2021.



ANEXOS

ANEXO 1: Flujo de Caja

I. INGRESOS	TOTAL	Inicio de Preventa												Fin de Preventa			
		MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15
		Ene-22	Feb-22	Mar-22	Abr-22	May-22	Jun-22	Jul-22	Ago-22	Set-22	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23
Valor de venta	\$ 3,778,588.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,376.15	\$ 1,376.15	\$ 20,782.24	\$ 20,782.24	\$ 173,815.08	\$ 188,929.43	\$ 188,470.71	\$ 188,470.71	\$ 182,002.02	\$ 182,002.02	\$ 130,991.07	\$ 125,952.95
IGV	\$ 340,072.97	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 123.85	\$ 123.85	\$ 1,870.40	\$ 1,870.40	\$ 15,643.36	\$ 17,003.65	\$ 16,962.36	\$ 16,962.36	\$ 16,380.18	\$ 16,380.18	\$ 11,789.20	\$ 11,335.77
Total Ingresos x Cobranzas	\$ 4,118,661.57	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 22,652.64	\$ 22,652.64	\$ 189,458.43	\$ 205,933.08	\$ 205,433.08	\$ 205,433.08	\$ 198,382.20	\$ 198,382.20	\$ 142,780.27	\$ 137,288.72
Separación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Cuota Inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21,152.64	\$ 21,152.64	\$ 21,152.64	\$ 21,152.64	\$ 21,152.64	\$ 21,152.64	\$ 14,101.76	\$ 14,101.76	\$ 14,101.76	\$ 14,101.76
Saldo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 166,805.79	\$ 183,280.44	\$ 183,280.44	\$ 183,280.44	\$ 183,280.44	\$ 183,280.44	\$ 127,678.51	\$ 122,186.96
INGRESO RETENIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 166,805.79	\$ 350,086.23	\$ 533,366.67	\$ 716,647.11	\$ 899,927.55	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO DISPONIBLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 22,652.64	\$ 22,652.64	\$ 22,652.64	\$ 22,652.64	\$ 22,152.64	\$ 22,152.64	\$ 15,101.76	\$ 1,098,309.75	\$ 142,780.27	\$ 137,288.72
Valor de venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,376.15	\$ 1,376.15	\$ 20,782.24	\$ 20,782.24	\$ 20,782.24	\$ 20,782.24	\$ 20,323.52	\$ 20,323.52	\$ 13,854.82	\$ 1,007,623.63	\$ 130,991.07	\$ 125,952.95
IGV de venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 123.85	\$ 123.85	\$ 1,870.40	\$ 1,870.40	\$ 1,870.40	\$ 1,870.40	\$ 1,829.12	\$ 1,829.12	\$ 1,246.93	\$ 90,686.13	\$ 11,789.20	\$ 11,335.77
II. EGRESOS	TOTAL	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	MES 13	MES 14	MES 15
Costo del terreno	\$ 598,345.01	\$ 598,345.01	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto Alcabala	\$ 73,955.44	\$ 73,955.44	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Comisión Corretaje	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto predial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos notariales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos registrales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos legales	\$ 6,162.95	\$ 6,162.95	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV gastos terreno	\$ 1,109.33	\$ 1,109.33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costo del terreno	\$ 678,463.41	\$ 678,463.41	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Estudio Topográfico	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Estudio de suelos	\$ 6,250.00	\$ -	\$ 6,250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arquitectura	\$ 9,520.02	\$ -	\$ -	\$ 9,520.02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Estructuras	\$ 9,520.02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,664.01	\$ -	\$ 1,428.00	\$ 1,428.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Electromecanicos	\$ 1,586.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,110.67	\$ -	\$ -	\$ 476.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sanitarios	\$ 1,586.67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,110.67	\$ -	\$ -	\$ 476.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Licencia de construcción	\$ 97,840.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 34,244.00	\$ 34,244.00	\$ 29,352.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV gastos preoperativos	\$ 22,860.61	\$ -	\$ 126.00	\$ 1,125.00	\$ 1,713.60	\$ 1,599.36	\$ -	\$ 257.04	\$ 6,592.32	\$ 6,163.92	\$ 5,283.36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total costo fase inicial de proyecto	\$ 127,003.38	\$ -	\$ 700.00	\$ 6,250.00	\$ 9,520.02	\$ 8,885.35	\$ -	\$ 1,428.00	\$ 36,624.01	\$ 34,244.00	\$ 29,352.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porcentaje valorizado		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	30.00%	0.00%	3.50%	4.50%	4.14%	4.50%	4.50%	5.05%	5.45%
Sobre-rasante Vivienda	\$ 1,149,986.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 344,995.89	\$ -	\$ 40,249.52	\$ 51,749.38	\$ 47,609.43	\$ 51,749.38	\$ 51,749.38	\$ 58,074.31	\$ 62,674.25
Demolición	\$ 6,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Acometidas	\$ 25,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obras Complementarias	\$ 95,450.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10,499.50	\$ 47,725.00	\$ 37,225.50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipamiento áreas comunes	\$ 39,050.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Arquitectura y acabados	\$ 384,578.78	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 115,373.63	\$ -	\$ 13,460.26	\$ 17,306.04	\$ 15,921.56	\$ 17,306.04	\$ 17,306.04	\$ 19,421.23	\$ 20,959.54
IGV costo construcción	\$ 306,191.71	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 84,036.51	\$ -	\$ 11,557.67	\$ 21,020.48	\$ 22,726.17	\$ 12,429.98	\$ 12,429.98	\$ 13,949.20	\$ 15,054.08
Total costo del construcción	\$ 1,701,065.06	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 466,869.52	\$ -	\$ 64,209.28	\$ 116,780.43	\$ 126,256.49	\$ 69,055.43	\$ 69,055.43	\$ 77,495.54	\$ 83,633.80
Marketing y Publicidad	\$ 29,750.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85	\$ 1,101.85
Gestion de ventas	\$ 20,778.37	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57	\$ 769.57
Sala de ventas	\$ 21,600.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21,600.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Post venta	\$ 32,949.29	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV gestión comercial	\$ 18,913.98	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4,224.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86	\$ 336.86
Total gestión comercial	\$ 105,077.66	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 23,471.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42	\$ 1,871.42
Supervisión técnica	\$ 50,750.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00	\$ 3,625.00
Consolidación legal (Independiz. y levant. Hipotecas)	\$ 2,500.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 178.57	\$ 178.57	\$ 178.57	\$ 178.57	\$ 178.57	\$ 178.57	\$ 178.57
Declaratoria de fábrica	\$ 1,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Factibilidad y conexión de servicios electricos y sanit	\$ 26,360.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,908.00	\$ -	\$ 922.60	\$ 1,186.20	\$ 1,091.30	\$ 1,186.20	\$ 1,186.20	\$ 1,331.18	\$ 1,436.62
IGV gestión de proyectos	\$ 9,585.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 684.64	\$ 684.64	\$ 684.64	\$ 684.64	\$ 684.64	\$ 684.64	\$ 684.64
Total gestión de proyectos	\$ 80,610.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,908.00	\$ -	\$ 4,726.17	\$ 4,989.77	\$ 4,894.88	\$ 4,989.77	\$ 4,989.77	\$ 5,134.75	\$ 5,240.19
Personal de oficina administrativa	\$ 205,200.00	\$ -	\$ -	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57
Materiales y servicios de oficina	\$ 12,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contingencias	\$ 26,057.25	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23	\$ 1,861.23
IGV Gestión administrativa	\$ 43,786.30	\$ -	\$ -	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,319.14	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16	\$ 1,654.16
Total gestión administrativa	\$ 243,257.25	\$ -	\$ -	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 7,328.57	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80	\$ 9,189.80
Comisión Estructuración Banco	\$ 6,514.31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,514.31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IGV gestión bancaria	\$ 1,172.58	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,172.58	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total gestión bancaria	\$ 6,514.31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,514.31	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto a la renta por pagar	\$ 246,796.27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.50	\$ 22.50	\$ 339.79	\$ 339.79	\$ 2,841.88	\$ 3,089.00	\$ 3,081.50	\$ 3,081.50	\$ 2,975.73	\$ 2,975.73	\$ 2,141.70	\$ 2,059.33
IGV por pagar (ver anexo 1)	\$ 68,471.34	\$ 1,109.33	\$ 126.00	\$ 2,444.14	\$ 3,032.75	\$ 7,019.51	\$ 1,532.15	\$ 42.64	\$ 90,414.43	\$ 7,823.44	\$ 3,685.62	\$ 6,733.78	\$ 8,439.47	\$ 1,274.54	\$ 1,274.54	\$ 4,835.66	\$ 6,393.98
Total Tributos por pagar	\$ 246,796.27	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.50	\$ 22.50	\$ 339.79	\$ 339.79	\$ 2,841.88	\$ 3,089.00	\$ 3,081.50	\$ 3,081.50	\$ 2,975.73	\$ 2,975.73	\$ 2,141.70	\$ 2,059.33
TOTAL EGRESO EFECTIVO	\$ 3,188,787																

Anexo 2: Parámetros Urbanísticos



Municipalidad de Pueblo Libre
GERENCIA DE DESARROLLO URBANO Y DEL AMBIENTE
Subgerencia de Obras Privadas y Habilitaciones Urbanas

CERTIFICADO DE PARÁMETROS URBANÍSTICOS Y EDIFICATORIOS

N° 0175 - 2019 MPL-GDU/SGOPHU

La Subgerencia de Obras Privadas y Habilitaciones Urbanas, de conformidad con el Plano de Zonificación del distrito aprobado mediante Ordenanzas N° 1015, N° 1017-MWL, certifica que el predio ubicado en:

UBICACIÓN DEL PREDIO				
Vía Pública	Número	Mz.	Lote	Sub Lote
AV. PASEO DE LOS ANDES	1117	25
Urbanización	Referencia			
LA FLORIDA CHICA			

Se sujeta a los siguientes parámetros urbanísticos y edificatorios:

PARÁMETROS URBANÍSTICOS Y EDIFICATORIOS				
Área Territorial	Distrito de Pueblo Libre			
Área de Tratamiento Normativo	II			
Zonificación	RDA - Residencial Densidad Alta			
Usos Permitidos	Unifamiliar/Multifamiliar/Conjunto residencial			
Usos Permisibles y Compatibles	Multifamiliar/Conjunto Residencial			
	Conforme al Índice para la Ubicación de Actividades Urbanas			
		ZONIFICACION	(m2)	(hab/Ha.)
Densidad Neta maxima (*)	RDA	Unifamiliar
		Multifamiliar	300-450	2250
		Conjunto Residencial	2500	2250
Área de lote normativo y frente mínimo normativo	RDA	Multifamiliar	300.00 m ²	10.00 ml
		Multifamiliar	450.00 m ²	10.00 ml
		Conjunto Residencial	2,500.00 m ²	25.00 ml
Altura de Edificación (máxima) (**) (dependiendo del área del lote)	RDA	Multifamiliar	300.00 m ²	8 pisos
		Multifamiliar	450.00 m ²	1.5 (ancho de vía - retiros) (3)
		Conjunto Residencial	2,500.00 m ²	1.5 (ancho de vía - retiros)
Área libre (mínima) (dependiendo del área del lote)	RDM	35% Multifamiliar (300.00 m2)		
		40% Multifamiliar (450.00 m2)		
		50% Conjunto Residencial (2500.00 m2)		
Retiro Frontal		5.00 ml	AV. PASEO DE LOS ANDES	
Retiro Lateral		
Retiro Fondo		
Alineamiento (distancia entre límite propiedad y límite de fachada en 1er piso)		5.00 ml	AV. PASEO DE LOS ANDES	
		
Índice de espacios de estacionamientos	RDA	1 cada 1.5 viviendas (4) y (5)		
Tratamiento especial/otros particulares				



Administrado			Domicilio Fiscal		Número	Urbanización	Distrito
OSCAR MAXIMILIANO SALVATIERRA CASTRO			CA. GALVEZ SILVERA		272	LA VIÑA	SAN LUIS
Expediente	1509	2019	Expedición	22	MARZO-2019	Caducidad	22
							MARZO-2022

REFERENCIAS:

- (3) Frente a Avenidas con ancho mayor de 20 ml.
- (4) Incluye a los proyectos desarrollados bajo el Reglamento de Habilitación y Construcción Urbana Especial - MI VIVIENDA (Art. 3 Ord. N° 337-MPL)
- (5) Para Conjuntos Residenciales se aplicara lo dispuesto en la Ordenanza N° 360-MPL. (11.06.11)
- (6) La numeracion es proporcionada por el administrado , los parametros rigen para todo el lote , No registra numeracion en los archivos de la mpl.
- (7) Para Anteproyecto y/o Licencia de Edificación debere acreditar la Habilitación Urbana

NOTAS:

- a. Se considera un área mínima de 75 m² para departamentos de 3 dormitorios, se podrán incluir departamentos de 2 y 1 dormitorio con áreas y en porcentajes a definir, se contará como dormitorio todo ambiente cuyas dimensiones permitan dicho uso.
- b. En zonas residentes se podrá construir viviendas unifamiliar en cualquier lote superior a 90 m².
- c. Se permite el uso de Azotea sobre la altura máxima (Ver Ord(s) N°-330-MPL y N°- 347-MPL)
- d. La delimitación de las zonificaciones deberá respetar lo dispuesto en el artículo 1.4.2.2 del Reglamento de Zonificación General de Lima Metropolitana.
- e. Todos los proyectos que se acojan al Reglamento de Habilitación y Construcción Urbana Especial-MI VIVIENDA, deberán cumplir lo dispuesto en los Decretos Supremos N° 006-2017-VIVIENDA, N° 010-2018-VIVIENDA, D.S. 022-2016-VIVIENDA; excepto el requerimiento de estacionamiento que se sigue por lo establecido en la Ordenanza 337 MPL

(*) Ordenanza N° 369-MPL

El presente certificado no constituye autorización para el inicio o ejecución de obras
Se expide el presente certificado a solicitud del administrado para los fines que estime pertinentes.



Arq. **FMTF**

