

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**Análisis de factibilidad comercial del proyecto multifamiliar con enfoque
de sostenibilidad en el distrito de San Juan de Lurigancho**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGISTER EN GESTIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS E INMOBILIARIAS
OTORGADO POR LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

PRESENTADA POR

Valeria Patricia, Tomateo Chang, DNI: 48298327

Juan Carlos, Zavala Campoverde, DNI: 45660397

ASESOR

Jorge Ernesto Arévalo Sánchez, DNI: 10287669

ORCID código del asesor <https://orcid.org/0000-0002-0943-1603>

JURADO

Carlos Raúl Hoyos Vertiz

Pablo Villarejo Fernández

José Ramón Gámez Guardiola

Pablo Javier Gómez Debarbieri

Surco, julio 2023

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, Jorge Ernesto Arévalo Sánchez, docente del Departamento Académico de Posgrado en Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado Análisis de factibilidad comercial del proyecto multifamiliar con enfoque de sostenibilidad en el distrito de San Juan de Lurigancho,


de los(as) autores(as),

Valeria Patricia Tomateo Chang, Juan Carlos Zavala Campoverde,

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 0%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 26/06/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 24 noviembre 2023

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Arévalo Sánchez, Jorge Ernesto</u>	
DNI: 10287669	Firma 
ORCID: 0000-0002-0943-1603	

Resumen Ejecutivo

El déficit habitacional en Lima Metropolitana es una realidad que la aqueja desde hace varios años, hoy en día de acuerdo al último censo de INEI (2017), Lima posee un déficit habitacional de 177 mil viviendas, el cual aún no se logra cubrir, inclusive considerando el incremento sostenido de la actividad constructiva y oferta de edificaciones que se ha tenido durante los últimos años. De acuerdo al estudio de GRADE (2020), en Lima se requiere una producción de vivienda de 84,298 viviendas para reducir la brecha habitacional que se acumulará en los próximos 10 años, pero la producción anual es de sólo 58,300 viviendas. Adicionalmente, de las unidades de vivienda que se producen anualmente, existe un 66% (GRADE, 2020) que se produce bajo la informalidad, lo cual, si bien aporta a una reducción del déficit habitacional, pone en peligro la vida e integridad de las personas y familias que las ocupan. También debemos considerar que dicho déficit habitacional se concentra en los estratos de niveles socioeconómicos de más bajos recursos (NSE C, D y E), que también son los sectores más desatendidos respecto a la producción de vivienda nueva.

Dadas estas necesidades y condiciones de vivienda, es que en el presente trabajo se desarrolla un proyecto de venta de unidades inmobiliarias dirigida al segmento del mercado de bajos recursos, de los sectores de nivel socioeconómico C y D, que deseen mejorar su calidad y condiciones de vida, algunos de ellos en el mismo distrito en el que viven actualmente, y que apliquen y cumplan las condiciones de los programas Techo Propio y Mivivienda, que son promovidos por el Fondo Mivivienda. Es de esta manera que se plantea y nace el proyecto “Lomas de Campoy”.

El presente trabajo plantea el desarrollo del proyecto inmobiliario “Lomas de Campoy”, ubicado en la Av. Calle 18 Mz T Lote 2, en el distrito de San Juan de Lurigancho en la ciudad de Lima, y que busca beneficiar con mejores condiciones y calidad de vida, bajo las demandas actuales del mercado al sector de Lima Este y sus alrededores.

De acuerdo al estudio de mercado y a la experiencia de empresas desarrolladoras de proyectos similares en la zona y dirigidas a estos sectores, se propone el producto ofrecido que cuenta con dos torres de 11 pisos y un sótano. En las torres de 11 pisos se ubica el total de 220 unidades inmobiliarias, que consideran departamentos de dos dormitorios de aproximadamente 40.00m², en el sótano se ubica una zona de estacionamiento vehicular, en el primer piso también se ubican estacionamientos vehiculares y de bicicletas, así como distintas áreas comunes para esparcimiento y actividades de los usuarios, como zona de juegos para niños, área de usos múltiples y jardines. Así mismo, el proyecto contempla la implementación de elementos adicionales y mejoras de características sostenibles que ayudarán a mejorar las condiciones medioambientales mediante la reducción de uso de recursos, así como brindar un ahorro económico derivado de dicha disminución de uso de recursos.

El sustento de la viabilidad del proyecto se basa en establecer una velocidad de ventas de 15 unidades inmobiliarias mensuales, incluyendo la implementación de todos los elementos de características sostenibles, con lo cual se obtienen los siguientes resultados: TIR de 21.95%, VAN de S/ 883,985.84, ROS de 17.7%, ROE de 165.6% (79.7% anual).

Del estado financiero que se presenta, se puede concluir que el proyecto es rentable, ya que cuenta con $VAN > 0$ y TIR del accionista $> 12\%$. Si bien la implementación de las características de sostenibilidad implica una inversión adicional, la cual se traduce en una disminución de la utilidad de 18,29 % a 17,73%, lo que representa una reducción de S/ 199,847.0 (0,56%) de la utilidad neta; se considera que no representa una disminución considerable, ya que el proyecto mantiene su rentabilidad esperada y adicionalmente contribuye con el medio ambiente y con el usuario final, quien será beneficiado también económicamente a lo largo de la operatividad del proyecto.

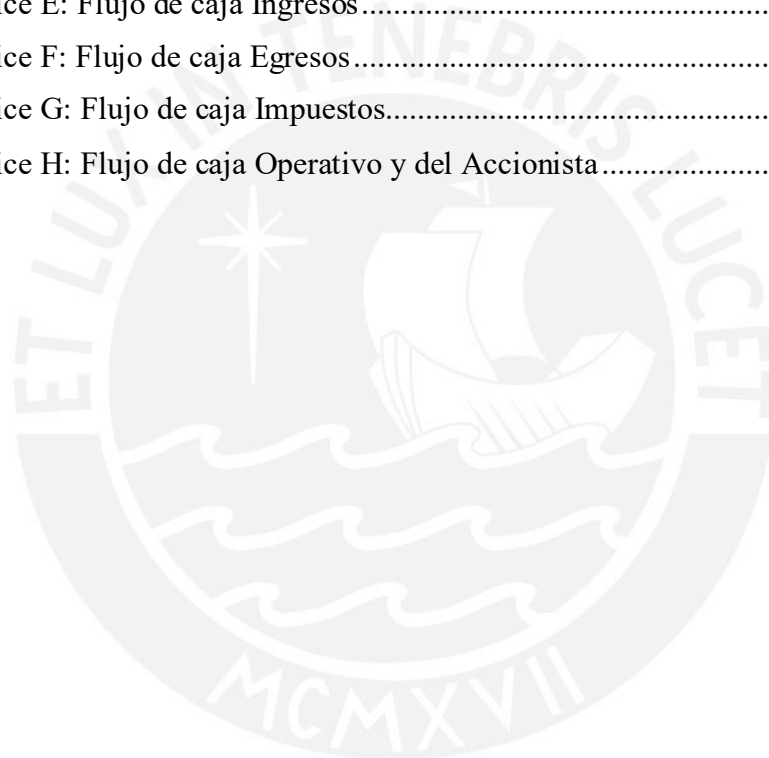
Tabla de Contenidos

Resumen Ejecutivo	iii
Tabla de Contenidos.....	v
Lista de Tablas	ix
Lista de Figuras.....	xii
I Introducción.....	1
1.1 Planteamiento y Justificación.....	1
1.1.1 Planteamiento.....	1
1.1.2 Justificación	3
1.2 Problemas, dificultades o Imprecisiones.....	9
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo general.....	11
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Metodología de trabajo.....	12
1.5 Concepto del negocio	13
1.6 Modelo del negocio.....	14
II Marco de Referencia.....	19
2.1 Vivienda Social	19
2.2 Fondo Mi Vivienda S.A	20
2.2.1 Productos del Fondo Mivivienda S.A.....	21
2.3 Hechos Estilizados	29
III Análisis de la Situación	38
3.1 Macro Entorno.....	38
3.1.1 Situación mundial y la crisis internacional	38
3.1.2 Perú	79
3.1.3 Déficit de Vivienda en Lima Metropolitana	100
3.1.4 Situación de arrendamiento en Lima Metropolitana.....	105
3.1.5 Composición de las familias peruanas.....	109
3.2 Micro Entorno	111
3.2.1 Investigación de Mercado.....	111
3.2.2 El Gobierno y su influencia	117
3.2.3 La Competencia (Estudio de cada competidor o del líder en el mercado, según sea el caso).....	118

3.2.4	Actores relevantes para la empresa y el marketing plan (Stakeholdres).....	126
IV	Análisis de Mercado	128
4.1	Metodología.....	128
4.2	Análisis de Fuentes Secundarias	128
4.2.1	Competencia Vivienda.....	129
4.3	Análisis de Fuentes Primarias	148
V	Segmentación y Targeting.....	149
5.1	Segmentación	149
5.1.1	Tipos de Segmentación adecuada para el marketing plan	149
5.1.2	Variables relevantes para la segmentación del Marketing Plan.....	149
5.1.3	Conclusiones respecto a la segmentación.....	153
5.2	Targeting	154
5.3	Factores analizados previamente que influirían en la elección del target primario y secundario.....	155
5.4	Debilidades estructurales del segmento o segmentos elegidos	156
5.5	Influencia de la especialización.....	156
5.6	Influencia de liderazgo en costos	157
5.7	La Diferenciación.....	157
5.8	Target Primario.....	157
5.8.1	Perfil del Target Primario	157
5.8.2	Análisis de su relevancia y proyección en el tiempo	159
5.9	Target Secundario.....	160
5.9.1	Perfil del target secundario	160
VI	Diseño de la Empresa y Plan Estratégico	162
6.1	Concepto del Producto	162
6.2	Diseño de la Empresa.....	163
6.2.1	Situación Actual.....	163
6.2.2	Misión.....	163
6.2.3	Visión.....	163
6.2.4	Propósito de Producto.....	163
6.2.5	Valores	163
6.2.6	Planes Organizacionales	164
6.2.7	FODA de la Empresa	165
6.2.8	Objetivos Estratégicos.....	169
6.2.9	Organización de la Empresa	170

VII Plan de Marketing.....	172
7.1 Conceptos generales.....	172
7.1.1 Concepto general del Producto	172
7.1.2 Concepto general del Precio	178
7.1.3 Concepto general de la Promoción	180
7.1.4 Concepto general de la Plaza	181
7.2 Marketing Mix – Producto	183
7.2.1 El diseño.....	183
7.2.2 Ingeniería	185
7.2.3 Innovaciones	187
7.2.4 Plan de Producción o Elaboración de Métodos	191
7.2.5 Costos y Presupuestos.....	196
7.3 Marketing Mix – Precio	198
7.3.1 Elementos para tomar en cuenta parar la fijación de precio	198
7.3.2 Fijación de Precio.....	200
7.4 Marketing Mix – Promoción.....	205
7.4.1 Publicidad	205
7.4.2 Marketing Directo.....	206
7.4.3 Venta Directa	207
7.5 Marketing Mix – Plaza.....	210
7.5.1 Convencional	210
7.5.2 Canales Digitales.....	212
7.5.3 Postventa.....	218
7.6 Presupuesto de Marketing	219
VIII Plan Financiero.....	220
8.1 Generalidades	220
8.1.1 Supuestos	220
8.2 Estructura Financiera.....	232
8.2.1 Plazos del Proyecto.....	232
8.2.2 Ingresos	232
8.2.3 Egresos.....	233
8.2.4 Estructura Financiera	234
8.2.5 Situación Tributaria.....	235
8.2.6 Estado de Resultados	236
8.2.7 Flujo de Caja.....	237

8.2.8	Indicadores de Rentabilidad y Financieros.....	239
8.2.9	Análisis de Sensibilidad.....	240
IX	Conclusiones y Recomendaciones.....	243
X	Referencias.....	246
XI	Apéndices.....	255
11.1	Apéndice A: Encuesta a Luz Yadira Vela Matheus.....	255
11.2	Apéndice B: Decreto Supremo N°012-2019-Vivienda.....	259
11.3	Apéndice C: Certificado de Parámetros Urbanísticos N°340- 2022/SGOPHU/GDU/MSJL y N°341 – 2022/SGOPHU/GDU/MSJ.....	263
11.4	Apéndice D: Egresos.....	264
11.5	Apéndice E: Flujo de caja Ingresos.....	265
11.6	Apéndice F: Flujo de caja Egresos.....	268
11.7	Apéndice G: Flujo de caja Impuestos.....	269
11.8	Apéndice H: Flujo de caja Operativo y del Accionista.....	270



Lista de Tablas

Tabla 1 Valor de subsidio según valor de la vivienda y valor de UIT	23
Tabla 2 Valor del Bono Familiar Habitacional según el valor de la vivienda	27
Tabla 3 Panorama de las Proyecciones de Perspectivas de la Economía Mundial (variación porcentual, salvo indicación contraria).....	45
Tabla 4 Preferencias de inversión en mercado capitales USA, US\$ total billones.....	51
Tabla 5 Variación Porcentual Interanual del PBI de Las Américas 2021-2024.....	63
Tabla 6 Variación Porcentual Interanual de la Inflación de Las Américas 2021-2024.....	64
Tabla 7 Resumen del mercado LATAM - 3Q2022.....	72
Tabla 8 Segmentación por país y moneda nacional, TC: 10-11-2022.....	74
Tabla 9 Demanda interna y PBI (%), Perú 2021-2024.....	82
Tabla 10 PBI por sectores económicos (variaciones porcentuales reales), Perú 2022-2024..	83
Tabla 11 Evolución de la población según grandes grupos de edad, 1940-2022 (miles y %)	86
Tabla 12 Ciudades con más de 100 000 habitantes, 1940-2022.....	87
Tabla 13 Colocación de créditos de Fondo Mi Vivienda 2022.....	91
Tabla 14 Oferta total de edificaciones según destino 2017-2020.....	101
Tabla 15 Distribución de miembros de la familia por generación y tipo de familia.....	111
Tabla 16 Tabla I Lista de precios - Terrazas del Sol.....	119
Tabla 17 Cuadro de montos para dpto. promedio “Terrazas de Sol”.....	122
Tabla 18 Comparativo de montos “Lomas de Campoy” vs “Terrazas del Sol”	124
Tabla 19 Cuota mensual Mivivienda – Lomas de Campoy.....	125
Tabla 20 Valores de montos para “Terrazas del Sol”	125
Tabla 21 Comparativo departamentos en alquiler	130
Tabla 22 Comparativo de departamentos de segunda.....	134
Tabla 23 Área libre – Proyecto Lomas de Campoy.....	175

Tabla 24 Costos de Mano de Obra “Lomas de Campoy”	194
Tabla 25 Costos de Producción “Lomas de Campoy”	197
Tabla 26 Presupuesto Principal de Construcción “Lomas de Campoy”	197
Tabla 27 Lista de Precios de Proyecto “Terrazas del Sol”	199
Tabla 28 Lista de precios de Proyecto “Lomas de Campoy”	199
Tabla 29 Monto a Financiar y Cuota Inicial Mi Vivienda promedio “Lomas de Campoy”.	201
Tabla 30 Monto a Financiar y Cuota Inicial Techo Propio – Lomas de Campoy	201
Tabla 31 Techo Propio AVN – Tasa de Interés	202
Tabla 32 Programa Mivivienda – Tasa de Interés	203
Tabla 33 Cuota Mensual Techo Propio – Lomas de Campoy	204
Tabla 34 Presupuesto de Marketing.....	219
Tabla 35 Estructura de financiamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”.....	220
Tabla 36 Proyección de gastos en electricidad en áreas comunes	228
Tabla 37 Proyección de gastos en electricidad en áreas comunes con paneles solares	228
Tabla 38 Ahorro anual con paneles solares en las áreas comunes.....	229
Tabla 39 Resumen Egresos de partidas sostenibles.....	231
Tabla 40 Resumen de incremento por m2 por partidas sostenibles.....	231
Tabla 41 Cronograma del proyecto “Lomas de Campoy”	232
Tabla 42 Ingreso por tipo de unidad inmobiliaria.....	233
Tabla 43 Egresos sin sostenibilidad.....	233
Tabla 44 Egresos con sostenibilidad.....	234
Tabla 45 Estructura de financiamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”.....	235
Tabla 46 Impuestos sin sostenibilidad	235
Tabla 47 Impuestos con sostenibilidad	235
Tabla 48 Indicadores Financieros Proyecto Lomas de Campoy.....	239

Tabla 49 Flujo de caja operativo y flujo de caja financiero o del accionista – sin sostenibilidad	239
Tabla 50 Flujo de caja operativo y flujo de caja financiero o del accionista – con sostenibilidad	240



Lista de Figuras

Figura 1 Distribución de Hogares según NSE 2021 en Lima Metropolitana	3
Figura 2 Plano Estratificado Regional por Ingreso Per Cápita del Hogar, San Juan de Lurigancho	4
Figura 3 Población y Manzanas (unidades & porcentajes), San Juan de Lurigancho	5
Figura 4 Distribución de Zonas Lima Metropolitana por NSE 2021.....	6
Figura 5 Volumen de Construcción de Vivienda en Lima por Destino de Edificación (millones de m ²), 2007-202.....	7
Figura 6 Viviendas Vendidas según Sector Urbano	8
Figura 7 Viviendas Vendidas según Segmento de Mercado	9
Figura 8 Business Model Canvas.....	18
Figura 9 Mapa del covid-19 en el mundo.....	39
Figura 10 Proyecciones de Crecimiento de Perspectivas de la Economía Mundial.....	42
Figura 11 Crecimiento Mundial.....	43
Figura 12 Inflación Mundial General y Subyacente.....	46
Figura 13 Tasas de políticas reales de principales países	48
Figura 14 Volumen de Inversión (US\$ billones) en USA por año.....	52
Figura 15 Inversión Inmobiliaria por sectores (%), 2007 – tercer trimestre de 2022 (% de la inversión total)	54
Figura 16 Variación interanual de compraventa de vivienda España.....	55
Figura 17 Creación de obra nueva y creación neta de hogares 2021 y 2022 España	57
Figura 18 Variación interanual del precio de la vivienda España 2008-2022.....	58
Figura 19 Variación Porcentual Interanual de Inflación en América Latina – 5.....	60
Figura 20 Porcentaje de Pobreza e inseguridad alimentaria en América Latina	61

Figura 21 Perfil del Participante por País de Origen y Perfil del Panorama Inmobiliario de México y LATAM 2023	66
Figura 22 Giros de Especialidad y Tamaño de Empresa, México y LATAM 2023.....	67
Figura 23 Giro Inmobiliario más importante durante 2022-2023.....	68
Figura 24 Evaluación de proyecto de Inversión Patrimonial en México y LATAM 2021-2023	69
Figura 25 Proyección de Desempeño del Sector en Distintos Segmentos en 2023, México y LATAM	70
Figura 26 Características de los departamentos y valores por segmentos para México, Chile, Colombia y Perú 2022.....	73
Figura 27 Valor de ticket promedio por segmento para México, Chile, Colombia y Perú	73
Figura 28 Evolución del valor/m2 (USD) promedio 1Q18 – 3Q22.....	74
Figura 29	84
Figura 30 Proyección Inflación 2022-2024	84
Figura 31 Tasa de crecimiento promedio anual de la población peruana 1836-2030 (%)	85
Figura 32 Clasificación de NSE según valor de departamentos.....	88
Figura 33 Unidades inmobiliarias disponibles 3er Trimestre 2022.....	89
Figura 34 Unidades inmobiliarias vendidas 3er Trimestre 2022.....	89
Figura 35 Sectorización de Lima Metropolitana	90
Figura 36 Distribución de inventario total de Oficinas Prime por submercado Lima 2022 ...	92
Figura 37 Distribución de la disponibilidad total de Oficinas Prime por submercado Lima 2022.....	92
Figura 38 Precio promedio por m2 de renta de Oficinas Prime por submercados 4T 2022...	93
Figura 39 Nueva Oferta, Absorción y Vacancia – Oficinas Prime.....	94
Figura 40 Nueva Oferta, Absorción y Vacancia – Oficinas B+, B.....	94

Figura 41 Renta promedio – Oficinas B+ por ubicación.....	95
Figura 42 Renta promedio – Oficinas B por ubicación	96
Figura 43 Inventario y vacancia en CC 2 Semestre 2022 (tiendas típicas)	97
Figura 44 Rango promedio de renta en CC por m2 por tipo de CC	97
Figura 45 Almacenes tipo A en Lima y Callao 2022.....	98
Figura 46 Precio de renta y evolución mensual	99
Figura 47 Renta promedio en almacenes A por zona 2022	100
Figura 48 Requerimiento anual de producción de viviendas en Perú.....	102
Figura 49 Estructura de oferta de vivienda en el Perú urbano.....	103
Figura 50 Estructura de la oferta de vivienda en Perú urbano, por ciudades principales.....	104
Figura 51 Producción anual de viviendas en Lima, por NSE y tipo de producción.....	105
Figura 52 Viviendas según régimen de tendencia 2012 – 2021, Perú.....	106
Figura 53 Régimen de propiedad de las viviendas de Lima Metropolitana por Sector Urbano y Estrato Socioeconómico.....	106
Figura 54 Viviendas alquiladas 2007-2017, Lima.....	107
Figura 55 Déficit cuantitativo 2018 en Lima Metropolitana	107
Figura 56 Precio mensual de alquiler por distrito en Lima.....	108
Figura 57 Árbol de clasificación de tipos de familia	110
Figura 58 Distribución de tipo de familiar peruanas	110
Figura 59 Ubicación proyecto Terrazas del Sol.....	118
Figura 60 Características departamento- Terrazas del Sol	119
Figura 61 Panel Publicitario - Terrazas del Sol.....	121
Figura 62 Canales Digitales - Terrazas del Sol.....	121
Figura 63 Mapa de ubicación Proyecto Lomas de Campoy	129
Figura 64 Inmueble N°1	131

Figura 65 Inmueble N°2	131
Figura 66 Inmueble N°3	132
Figura 67 Inmueble N°4	132
Figura 68 Inmueble N°5	133
Figura 69 Inmueble N°6	133
Figura 70 Inmueble N°7	135
Figura 71 Inmueble N°8	135
Figura 72 Inmueble N°9	136
Figura 73 Inmueble N°10	136
Figura 74 Inmueble N°11	137
Figura 75 Inmueble N°12	137
Figura 76 Residencial Amancaes.....	138
Figura 77 Condominio los Cipreses.....	139
Figura 78 Mapa de ubicación Proyecto Cipreses Condominio.....	141
Figura 79 Plano de distribución departamento típico 40.5 m2 – aplica a Bono Techo Propio	143
Figura 80 Plano de distribución departamento ático – aplica a Bono Mi Vivienda	144
Figura 81 Sala, comedor y cocina.....	144
Figura 82 Cuarto principal de departamento típico	145
Figura 83 Cuarto secundario de departamento típico	145
Figura 84 Mapa de Ubicación de Proyecto Terrazas del Sol.....	146
Figura 85 Fachada Terrazas del Sol – Etapa 01.....	147
Figura 86 Áreas comunes referenciales de Terrazas del Sol – Etapa 01	148
Figura 87 Relación entre Estilos de vida e ingreso.....	150
Figura 88 Estilo de vida – Distrito de SJL.....	151

Figura 89 Ingresos por Nivel Socioeconómico - SJL.....	151
Figura 90 FODA de C&V	165
Figura 91 Organigrama de la Empresa C&V.....	170
Figura 92 Ubicación Proyecto Lomas de Campoy	172
Figura 93 Planta de distribución Proyecto Lomas de Campoy.....	174
Figura 94 Bono Familiar Habitacional según valor de la vivienda y tipo de VIS	179
Figura 95 Cronograma de Proyecto “Lomas de Campoy”	198
Figura 96 Publicidad Nexo Inmobiliaria.....	206
Figura 97 Flujograma de Ventas.....	209
Figura 98 Emplazamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”	210
Figura 99 Estrategia “incognito”	211
Figura 100 Exposición en Vitrina Inmobiliaria	212
Figura 101 Página Web.....	214
Figura 102 Publicación de promoción en Facebook N°1	214
Figura 103 Publicación de promoción en Facebook N°2	215
Figura 104 Publicación en Instagram	216
Figura 105 Publicidad en Revista Fondo Mivivienda.....	217
Figura 106 Ilustración Principal para mostrar al cliente.....	218
Figura 107 Juego Ecoamigable Kompan.....	230
Figura 108 Estado de Resultados Proyecto Lomas de Campoy Sin Sostenibilidad	236
Figura 109 Estado de Resultados Proyecto Lomas de Campoy Con Sostenibilidad.....	237
Figura 110 Flujo de caja operativo mensual y Flujo de caja operativo acumulado.....	238
Figura 111 Flujo de caja financiero o del accionista	238
Figura 112 Análisis de sensibilidad del precio de venta por m2 vs velocidad de venta.....	241

Figura 113 Análisis de sensibilidad de precio de venta por m2 vs precio por m2 del terreno242

Figura 114 Análisis de sensibilidad de precio de venta por m2 vs costo de construcción sobre rasante242



I Introducción

1.1 Planteamiento y Justificación

1.1.1 Planteamiento

Según el último censo nacional realizado (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2018). En adelante (INEI, 2018), el departamento con mayor población es Lima con 9 millones 485 mil 405 habitantes, el cual concentra el 32,3% de la población nacional. En el periodo intercensal (2007- 2017) la tasa de crecimiento poblacional de Lima se ha mantenido positiva, llegando a 1,2% considerado un crecimiento intermedio. Así mismo, la ciudad de Lima Metropolitana está conformada por 9 millones 562 mil 280 personas, concentrando así un 32,5% de la población total. Adicionalmente, en términos de densidad poblacional, el Perú ha pasado de poseer 5,5 hab/km² a 24,3 hab/km², lo que significa un incremento de más de 4,0 veces entre los años 1940 y 2017. Observando los resultados del último censo realizado (INEI, 2018), se aprecia que la provincia constitucional de Callao y la provincia de Lima son los que más densidad presentan con 6,815.8 hab/km² y 3,276.8 hab/km² respectivamente; y analizando en crecimiento poblacional entre los años 1940 y 2017, la provincia constitucional de Callao ha crecido 12,2 veces, mientras que Lima 11,4 veces, mostrando así algunos de los mayores crecimientos del Perú.

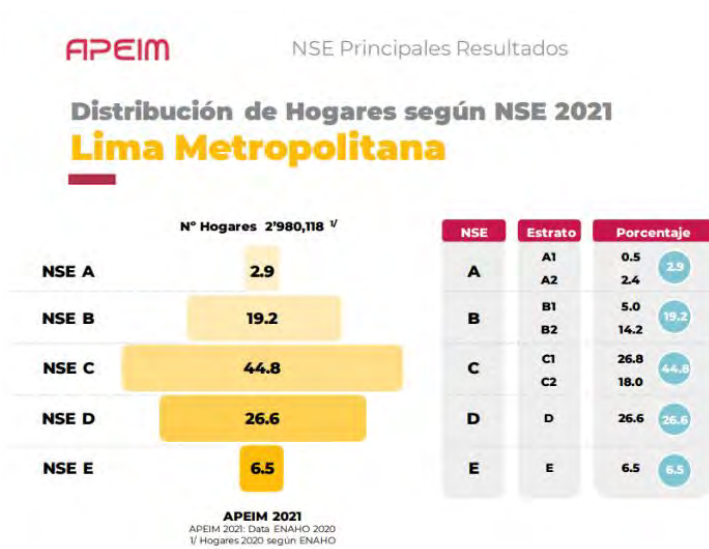
El distrito de San Juan de Lurigancho es el que cuenta con mayor cantidad de habitantes, con un total de 1 millón 38 mil 495 personas, lo que representa el 12,1% de la población de la provincia de Lima, conteniendo adicionalmente el mayor incremento de la población urbana del periodo intercensal con 140 mil 52 (15,59%) personas adicionales. Así mismo, San Juan de Lurigancho presentó también el mayor crecimiento intercensal de la población en edad de trabajar (PET), incrementando su cifra en 131 mil 969 personas (19,62%), demostrando así ser un distrito en el cual gran parte de la población se encuentra posibilidad de realizar alguna actividad laboral de recaudación de capital.

Respecto al aspecto de vivienda, según INEI (2018) en Lima existe un total de 2 millones 607 mil 336 viviendas, de las cuales las casas independientes representan el mayor porcentaje con 70,8%, mientras que los departamentos en edificios que representan el 24,4%, y con porcentajes mucho más pequeños siguen las viviendas en quinta (2,3%) y casas en vecindad chozas o cabañas, viviendas improvisadas y locales no destinados para habitación humana (2,5%). De acuerdo a dicho estudio intercensal, si bien las casas independientes presentan el mayor crecimiento de unidades con 413 mil 201 (29,0%) nuevas viviendas, que en promedio representan 41 mil 320 viviendas anuales; el mayor crecimiento porcentual de unidades de vivienda se dio en las unidades de departamentos en edificios, con una variación de 349 mil 919 viviendas, representando el 122,2% de su crecimiento, que en promedio son 34 mil 945 viviendas anuales adicionales. Esto demuestra que las viviendas de tipo departamentos están en constante incremento de su atractivo de compra como inversión de capital, ya que crecen en más del doble de su existencia previa, evidenciando así la tendencia de aumento de la demanda y también de la oferta ofrecida en el mercado de Lima.

De acuerdo al estudio de niveles socioeconómicos de la Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercado (APEIM, 2021), (ver Figura 1), la mayoría de hogares se encuentran entre los NSE B, C y D, es decir, en los estratos medio a estratos bajos.

Figura 1

Distribución de Hogares según NSE 2021 en Lima Metropolitana



Nota. Tomado de “Niveles Socioeconómicos 2021” por APEIM, 2021. Información de dominio público.

Es por ello que se propone desarrollar un edificio multifamiliar que cuenta con beneficios económicos tales como subsidios y así poder acceder viviendas dignas y de calidad para estos estratos más bajos. Adicionalmente se busca proponer que el edificio multifamiliar cuente con las mayores características eco amigables y de eficiencia energética posible tal que los usuarios finales vean reflejada dicha eficiencia en un ahorro de sus gastos mensuales y se cuente con la rentabilidad esperada para el inversor.

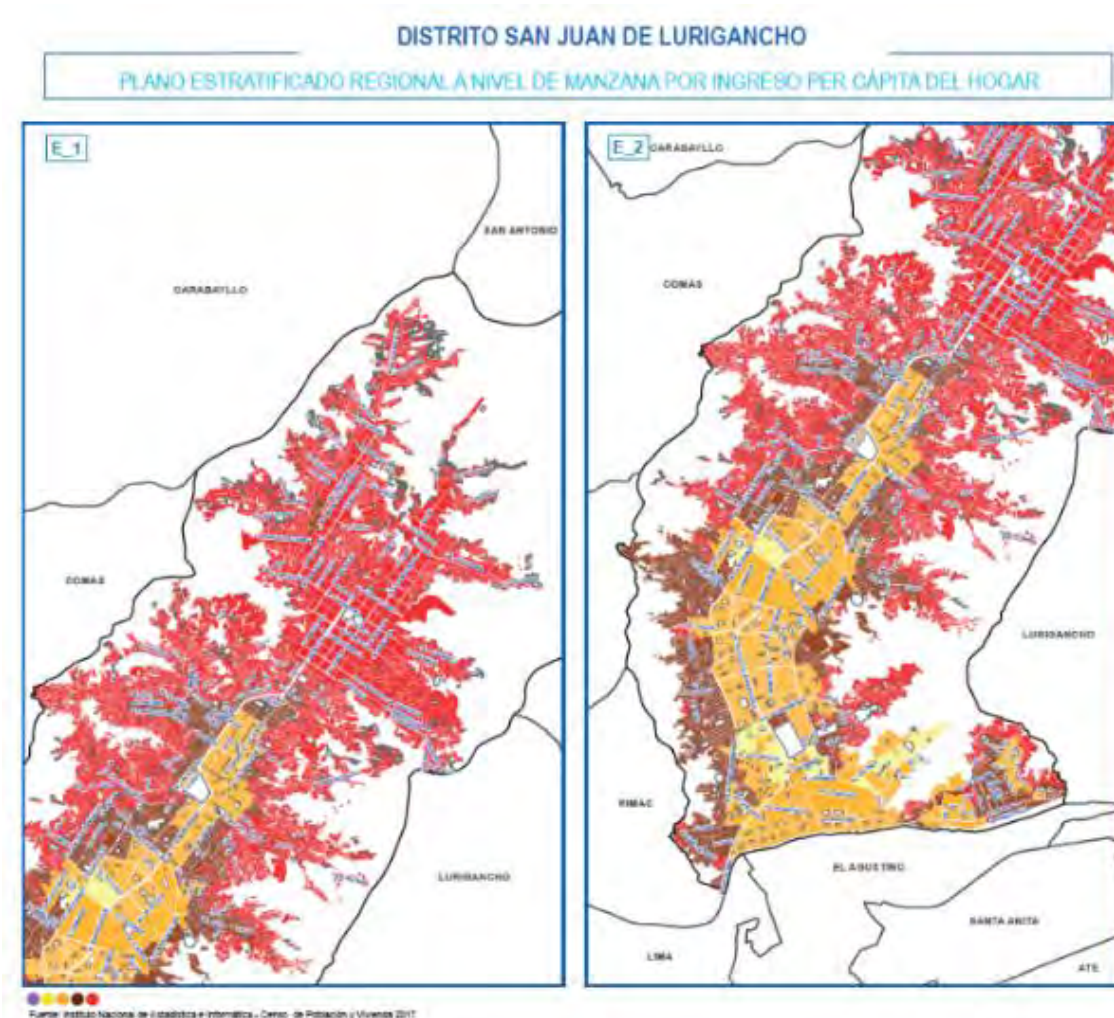
1.1.2 Justificación

El distrito de San Juan de Lurigancho, cuenta con un total de 314 mil 092 viviendas en total (INEI, 2018), de las cuales 260 mil 403 viviendas son casas independientes y 34 mil 097 viviendas son departamentos en edificios, es resto de viviendas son quintas, viviendas improvisadas, casa de vecindad y locales que no están destinados para la vivienda. Según el mismo estudio (ver Figura 2), este distrito está compuesto en su mayoría por el estrato bajo con

un 37,3%, seguido por el estrato medio con 30,7% y luego el estrato medio-bajo con 28,5%; considerando que el ingreso per cápita por hogares en el estrato medio-bajo es de S/. 863.72 – S/. 1,073.00 (ver Figura 3) podríamos decir que existe posibilidad de acceso a créditos hipotecarios para programas de vivienda social en este distrito.

Figura 2

Plano Estratificado Regional por Ingreso Per Cápita del Hogar, San Juan de Lurigancho



Nota. Tomado de “Planos Estratificados de Lima Metropolitana a Nivel de Manzanas 2020” por INEI, 2022. Información de dominio público.

Figura 3

Población y Manzanas (unidades y porcentajes), San Juan de Lurigancho

POBLACIÓN Y MANZANAS (UNIDADES)

ESTRATO	INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Soles)*	PERSONAS	HOGARES	MANZANAS
Alto	2,412.45 a más			
Medio alto	1,449.72 - 2,412.44	35,740	10,009	209
Medio	1,073.01 - 1,449.71	308,614	84,599	1,617
Medio bajo	863.72 - 1,073.00	286,917	74,226	2,769
Bajo	863.71 a menos	375,058	103,714	9,783
TOTAL		1,006,329	272,548	14,378

POBLACIÓN Y MANZANAS (PORCENTAJE)

ESTRATO	INGRESO PER CÁPITA POR HOGARES (Soles)*	PERSONAS %	HOGARES %	MANZANAS %
Alto	2,412.45 a más			
Medio alto	1,449.72 - 2,412.44	3.6	3.7	1.5
Medio	1,073.01 - 1,449.71	30.7	31.0	11.2
Medio bajo	863.72 - 1,073.00	28.5	27.2	19.3
Bajo	863.71 a menos	37.3	38.1	68.0
TOTAL		100.0	100.0	100.0

* A Precios Reales

Nota. Tomado de “Planos Estratificados de Lima Metropolitana a Nivel de Manzanas 2020” por INEI, 2022. Información de dominio público.

El estudio de niveles socioeconómicos de APEIM (2021), evidencia que el distrito de San Juan de Lurigancho contiene el mayor porcentaje de hogares pertenecientes al NSE E en Lima metropolitana con un 20,9% (ver Figura 4).

Figura 4

Distribución de Zonas Lima Metropolitana por NSE 2021

APEIM NSE Principales Resultados

Distribución de zonas APEIM por NSE 2021
Lima Metropolitana

(%) Vertical - Hogares

Zona	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabayillo)	2.9%	7.1%	12.3%	12.8%	9.6%
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	3.7%	11.5%	11.1%	8.7%	4.0%
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	2.4%	6.4%	9.8%	10.9%	20.9%
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	2.8%	16.0%	14.3%	12.0%	7.9%
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	4.2%	9.8%	15.7%	18.3%	20.7%
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	17.1%	11.9%	1.9%	1.3%	0.0%
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	58.8%	12.5%	1.7%	0.9%	1.4%
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	5.1%	9.5%	7.9%	8.0%	4.9%
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	0.0%	6.3%	12.9%	13.1%	12.9%
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla, Mi	1.7%	7.8%	10.3%	11.6%	12.3%
Otros	1.5%	1.3%	2.2%	2.4%	5.6%
Muestra	158	983	1780	926	221
Error	7.8%	3.1%	2.3%	3.2%	6.6%

APEIM 2021: Data ENAHO 2020

Nota. Tomado de “Niveles Socioeconómicos 2021” por APEIM, 2021. Información de dominio público.

Con esto en consideración, podemos ver que este distrito contiene el mayor número de hogares que tiene como objetivo el acceso a una vivienda de las características ofrecidas por el proyecto a desarrollarse.

Debemos tener en cuenta también que en estos hogares del NSE E, tienen por característica principal ser casas independientes propias, con materia predominante en paredes exteriores la madera con 50.5%, con pisos de cemento 72.6% y en su mayoría techos de planchas de calamina, fibra de cemento o similares con 75.7%. Con lo cual podemos decir que las características de la vivienda que habitan no son óptimas, hasta podría decirse que son inclusive condiciones precarias.

El promedio de ingreso familiar mensual del NSE E asciende a S/ 1,381.00, por lo que se encuentra en el rango de acceso a los beneficios de los programas de vivienda ofrecidos por el gobierno peruano, como lo es el programa Techo Propio; así podrán mejorar su calidad de vivienda a un costo alcanzable. El proyecto estará constituido también por amenities, los cuales permitirán distintos usos de las áreas comunes para las familias usuarias, ya que el proyecto además de tener viviendas de áreas mínimas, requiere de zonas para el desarrollo de otras actividades dentro del condominio, como por ejemplo salas de usos múltiples, salas de juegos para niños, jardines, etc.

Como podemos ver según CAPECO (2020), el destino de edificación con el volumen de construcción más bajo entre los años 2007 - 2020, ha pertenecido al programa “Techo Propio” (ver Figura 5); lo cual evidencia una falta de oferta para un nivel socio económico que no posee facilidades para el acceso a vivienda digna.

Figura 5

Volumen de Construcción de Vivienda en Lima por Destino de Edificación (millones de m²), 2007-2020



Nota. Tomado de “25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2020. Copyright CAPECO @2019.

El mismo estudio también revela que la zona de Lima donde se encuentra el distrito de San Juan de Lurigancho (Lima Este), es una de las zonas que posee el menor volumen de construcción durante el mismo periodo de estudio, notándose una desatención para el mercado que se concentra en estas zonas.

Ahora bien, podemos notar que Lima Este (ver Figura 6) posee el mayor volumen de venta de viviendas luego de Lima Top y Lima Moderna, evidenciando así una capacidad e intención de compra en esta zona motivo de evaluación.

Figura 6

Viviendas Vendidas según Sector Urbano

Sector urbano	Total viviendas		Tipo de vivienda			
	Unidades	m ²	Departamentos		Casas	
			Unidades	m ²	Unidades	m ²
Lima Top	4,103	445,703	4,099	444,635	4	1,068
Lima Moderna	4,893	350,495	4,893	350,495	0	0
Lima Centro	1,073	66,004	1,073	66,004	0	0
Lima Este	1,375	85,620	1,375	85,620	0	0
Lima Norte	784	53,263	747	50,579	37	2,684
Lima Sur	846	56,012	632	43,172	214	12,840
Lima Sur - Bañeros	93	10,168	93	10,168	0	0
Callao	558	31,930	476	29,860	82	2,050
Total	13,725	1,101,195	13,388	1,082,553	337	18,642

Fuente: CAPECO. Base: Total viviendas Vendidas

Nota. Tomado de “25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2020. Copyright CAPECO @2019.

Así también se muestra un bajo número de viviendas vendidas bajo la modalidad del programa de vivienda Techo propio (ver Figura 7), lo cual demuestra una falta de la oferta para el público de este segmento que también requiere la atención debida, y que sobretodo posee la intención de compra y/o inversión.

Figura 7

Viviendas Vendidas según Segmento de Mercado

Figura XXIII. Viviendas Vendidas según Segmento de Mercado						
Segmento de mercado	Total viviendas		Tipo de vivienda			
	Unidades	m ²	Departamentos		Casas	
			Unidades	m ²	Unidades	m ²
Techo Propio	363	15,789	281	13,709	82	2,080
MiVivienda 1	4,352	259,182	4,101	243,658	251	15,524
MiVivienda 2	2,389	158,516	2,389	158,516	0	0
No Social 1	4,356	352,725	4,356	352,725	0	0
No Social 2	2,265	315,013	2,261	313,945	4	1,068
Total	13,725	1,101,195	13,388	1,082,553	337	18,642

Fuente: CAPECO. Base: Total viviendas Vendidas

Nota. De “25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2020. Copyright CAPECO @2019.

Según el estudio de CAPECO (2020), podemos observar que Lima Este posee una de las ofertas de vivienda más bajas del mercado con 1,081 unidades de vivienda. Por ello según el mismo estudio, se aprecia que la demanda potencial para unidades de vivienda pertenecientes al programa techo propio corresponde al 3.8% del total de la demanda potencial habitacional, y en Lima Este se concentra el 12.7% de intención de compra de vivienda del programa “Techo Propio”.

Se puede concluir entonces que existe un mercado en los NSE D y E que se encuentra desatendido y que posee una alta intención y capacidad de compra, y dado que está falto de oferta a través de varios años, genera una oportunidad de inversión y de acceso a viviendas dignas para el sector de los hogares que lo necesitan y que poseen las mayores barreras del mercado.

1.2 Problemas, dificultades o Imprecisiones

El desarrollo del tipo de proyectos que se presentan como evaluación de esta tesis, poseen distintos tipos de dificultades para su desarrollo. El estado peruano posee programas de

incentivo para la ejecución de proyectos de vivienda para los sectores socioeconómicos que más lo requieren, para ello brindan un subsidio (ayuda económica) para que aquellas familias interesadas tengan una mayor facilidad de acceso a la compra y/o mejora de una vivienda digna y de calidad. Estos programas son promovidos por el Ministerio de vivienda del estado peruano, y requiere de cierta cantidad de fondos, para así poder brindar los bonos correspondientes a las personas y/o familias que lo requieran, y así disminuir la brecha de vivienda que se tiene en el país. Poseer de dichos fondos, es de vital importancia para mantener el desarrollo de estos programas que buscan que más familias tengan acceso a vivienda, y esa es una de las mayores dificultades del programa, dado que depende de la asignación de fondos requeridos para poder cumplir su objetivo. Con el paso del tiempo han existido variaciones en la asignación de dichos fondos, que son de gran importancia para el desarrollo de las familias peruanas; es por ello que mantener en crecimiento la asignación de presupuesto para estos programas es necesario.

También se presentan las dificultades que las propias personas poseen para poder sustentar y validar su acceso a los bonos promovidos por los programas del estado; al tener el 70% de la población económicamente activa de manera informal, aún existen barreras que impiden un correcto acceso a los programas a las personas que lo necesitan.

Otra dificultad que presenta la ejecución de este tipo de proyectos es la demora en los pagos de los subsidios hacia las empresas promotoras que desarrollan estos proyectos. Dicha demora burocrática, genera malestar y desanima a los promotores para continuar generando este tipo de proyectos y así vean la generación de rentabilidad y el beneficio social que deriva de la ejecución de estos proyectos. Así también se presentan las dificultades en el financiamiento que las entidades bancarias y financieras puedan ofrecer a los promotores que buscan emprender y aportar con el desarrollo de estos proyectos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

El objetivo general de la presente tesis, es el de evaluar la factibilidad comercial de un proyecto multifamiliar en el distrito de San Juan de Lurigancho para un público objetivo de niveles socioeconómicos bajos, que puedan acogerse al beneficio del programa techo propio; evaluando también el alcance de la implementación de características eco amigables y sostenibles para mantener la rentabilidad esperada el inversionista.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Desarrollar un producto atractivo de vivienda para el sector de la población de niveles socioeconómicos bajos (D y E) que durante el paso de los años ha permanecido desatendido, y que actualmente demanda este tipo de desarrollos inmobiliarios los cuales ayudan a mejorar su calidad de vida.
- b) Generar un producto de inversión atractivo para inversionistas inmobiliarios, que cuente con la rentabilidad esperada.
- c) Evaluar el alcance de la aplicabilidad de características eco amigables y sostenibles para el proyecto, de tal manera que continúe cumpliendo los requisitos de rentabilidad para el inversionista.
- d) Evaluar la capacidad de coexistencia de sectores de la población cercanos a nivel socio económico, dado que el proyecto adicional a contar con subsidio del programa Techo Propio (70%) también posee subsidio para el programa Mi vivienda, pero en una menor cantidad (30%).
- e) Concientizar que se puede y se debe continuar con la generación de este tipo de desarrollos inmobiliarios, tal que contribuyan a mejorar la calidad de vida de un sector de la población que posee una gran demanda de este tipo de proyectos, y así también

evidenciar que la continuidad del programa de subsidio Techo Propio es de vital importancia para el acceso a vivienda digna de dicho sector de la población.

1.4 Metodología de trabajo

- Se realiza la descripción y características del mercado objetivo (niveles socioeconómicos D y E) que se interesan por este tipo de proyectos, que son sobre todo personas y familias de la zona; y así determinar sus necesidades y preferencias acerca de vivienda, servicios, conectividad, etc.
- Determinar cuantitativamente el target objetivo del segmento, determinando su ingreso mensual, gasto mensual, capacidad de ahorro, situación actual y calidad de vivienda, etc.
- Se analiza el comportamiento de la coexistencia de dos públicos con niveles socioeconómicos cercanos, en un mismo proyecto; de tal manera que ayuda a corroborar su viabilidad.
- Utilizar un estudio de mercado donde se analicen el comportamiento de la oferta y la demanda de este tipo de proyectos y donde es que poseen su mayor atractivo.
- Se analizan y determinan las tasas de rendimiento requeridas por los inversionistas y determinar costos de capital, etc.
- Se analiza y evalúa el alcance de implementar características eco amigables y sostenibles al proyecto, de tal manera que permanezca con una rentabilidad atractiva para los inversionistas.
- Se realiza el análisis de la estructura de costos para el proyecto implementando estrategias de venta y marketing requeridas, y se plasma en el flujo de caja para determinar la rentabilidad del mismo.

1.5 Concepto del negocio

El concepto del negocio es netamente el planteamiento de ofrecer a la venta un producto inmobiliario de viviendas llamado “Lomas de Campoy”, ubicado en la Calle 18, Mz. T Lote 2, en el distrito de San Juan de Lurigancho en la ciudad de Lima; enfocado a personas y/o familias de escasos recursos pertenecientes a los niveles socioeconómicos D y E, que califican a los subsidios que brinda el gobierno peruano para adquisición de vivienda a través del programa Techo Propio y Mivivienda.

Una de las razones por las que se elige desarrollar este proyecto, es debido a que en Lima existe un gran déficit de oferta de viviendas, sumado al hecho de que el sector de la población ubicado en los niveles socio económicos D y E se ha visto desatendido significativamente durante los últimos años; y que son quienes cuentan con la menor cantidad de recursos económicos para poder adquirir una vivienda digna para sus familias. El proyecto se ubica en el distrito de San Juan de Lurigancho dado que ahí se encuentra una gran parte de la población que pertenece a los NSE D y E, y que se encuentran en búsqueda de mejorar su condición de vivienda; debido a ello y al hecho de que es el único proyecto en dicho distrito que cuenta con los beneficios del programa Techo Propio y Mivivienda, se observa una gran oportunidad de atención al público.

El proyecto considera dotar de viviendas dignas a un sector de la población que lo necesita, incluyendo también en su concepción ciertas áreas que aporten al desenvolvimiento e interacción de las familias y sus integrantes, tales como áreas de estacionamientos para bicicletas, jardines con juegos para niños, áreas de usos múltiples, etc. Adicionalmente, el proyecto considera la implementación de características eco amigables y sostenibles hasta cierto nivel, tales que permitan una contribución a la reducción de la contaminación del medio ambiente, no solo durante su propia construcción, sino también durante el uso y funcionamiento

del mismo con el uso eficiente de recursos energéticos e hídricos; eso sin dejar de ser rentable para los inversionistas.

1.6 Modelo del negocio

El modelo del negocio está enfocado en la venta de unidades inmobiliarias para personas y/o familias de los niveles socioeconómicos D y E; para lo que se propone el desarrollo de un conjunto residencial de vivienda multifamiliar, en respuesta de la necesidad y expectativas del público objetivo (ver Figura 8).

- a. Segmento del mercado: el segmento del mercado para el cual está orientado este proyecto, son las personal y/o familias de escasos recursos económicos pertenecientes a los niveles socio económicos D y E, ya sean dependientes o independientes cuyos ingresos por núcleo familiar no excedan los S/ 3,715.00 mensuales para aplicar a la unidades del programa Techo Propio, y que no hayan adquirido anteriormente alguna otra propiedad para aplicar a alguno de los dos programas (Techo Propio y Mivivienda); y que requieran de mejorar su condición y calidad de vivienda.
- b. Propuestas de valor: la mayor propuesta de valor de este proyecto, es la de dotar y mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias con una vivienda segura y digna; donde podrán encontrar también algunos servicios complementarios de interacción y socialización entre los propietarios y en familias. El proyecto aportará adicionalmente también las siguientes características:
 - Ubicación estratégica: se encuentra en el mismo distrito de San Juan de Lurigancho, del cual muchos potenciales compradores ya son vecinos, por lo que mantendrán la cercanía a las zonas que usualmente frecuentan, ya sea por trabajo, familia u ocio. También mantiene cercanía con vías

principales como Av. Los Próceres, Av. Principal y Av. Ramiro Prialé para su salida a distritos aledaños.

- Mejor calidad de vivienda, lo que garantiza la seguridad e integridad de las familias.
- Compartir espacios con otras familias y vivencia en comunidad.
- Espacios para desarrollar actividades laborales, familiares y/o de entretenimiento.
- Proyecto con enfoque de sostenibilidad y eficiencia energética.
- Cuenta con subsidio del estado para el acceso a vivienda de familias con bajos recursos económicos.

c. Canales: se establece la comunicación y contacto a través de medios físicos y digitales:

- Caseta de ventas física en proyecto
- Anuncios publicitarios en el distrito y alrededores
- Página web
- Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)

d. Relaciones con clientes:

- Acceso inmediato a la información de financiamiento y compra del inmueble.
- Asesoría y seguimiento del financiamiento y subsidio correspondiente del programa Mi vivienda.
- Asesoría y seguimiento para conformación de junta directiva y puesta en marcha del edificio con la junta de propietarios.
- Seguimiento y atención post venta para la correcta operación del edificio e inmuebles.
- Encuestas de satisfacción y feedback del proyecto.

- Interacción continua a través de medios digitales como página web, redes sociales, etc.
- e. Fuentes de ingreso: se consideran debido a sus características 02 fuentes de ingreso:
- Ingreso por la venta de las viviendas.
 - Ingreso por la venta de los estacionamientos.
- f. Recursos clave para un correcto y debido desarrollo del proyecto, se consideran los siguientes recursos:
- Financiamiento del proyecto (inversionistas, bancos, etc.)
 - Personal profesional capaz en la gestión del proyecto de inversión
 - Estrategia de marketing planificada
 - Cultura organizacional definida y consolidada
 - Implementación y uso capacitado de tecnologías
- g. Actividades clave:
- Concepto y definición clara del producto
 - Buen diseño arquitectónico del producto
 - Estrategia de marketing planificada
 - Posicionamiento de la marca
 - Adecuada planificación financiera del proyecto
 - Adecuada y gestión a tiempo de subsidios de compradores
- h. Asociados clave:
- Inversionistas
 - Banca, sistema financiero (bancos, etc.)
 - Empresa constructora
 - Estado: programa Mi vivienda
 - Empresas de servicios básicos (agua, luz, gas, etc.)

- Municipalidad
- i. Estructura de costos: tener clara una estructura de costos, es básico para una correcta gestión del proyecto y sobre todo para alcanzar el éxito esperado, para ello se deben tener consideraciones básicas como:
- Costo del terreno
 - Costo de construcción
 - Costos de diseño y concepción del proyecto
 - Costos operativos, de gerenciamiento y mantenimiento
 - Costos financieros



Figura 8

Business Model Canvas

Asociados clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado
<ul style="list-style-type: none"> -Inversionistas -Banca, sistema financiero -Empresa constructora -Estado: programa Mi vivienda -Empresas de servicios básicos (agua, luz, gas, etc.) -Municipalidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Concepto y definición clara del producto -Buen diseño arquitectónico del producto -Estrategia de marketing planificada -Posicionamiento de la marca 	<p>La mayor propuesta de valor de este proyecto, es la de dotar y mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias con una vivienda segura y digna; donde podrán encontrar también algunos servicios complementarios de interacción y socialización entre los propietarios y en familias. El proyecto aportará adicionalmente también las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ubicación estratégica: se encuentra en el mismo distrito de San Juan de Lurigancho, del cual muchos potenciales compradores ya son vecinos, por lo que mantendrán la cercanía a las zonas que usualmente frecuentan, ya sea por trabajo, familia u ocio. También mantiene cercanía con vías principales como ... y ... para su salida a distritos aledaños. -Mejor calidad de vivienda, lo que garantiza la seguridad e integridad de las familias. -Compartir espacios con otras familias y vivencia en comunidad. -Espacios para desarrollar actividades laborales, familiares y/o de entretenimiento. -Proyecto con enfoque de sostenibilidad y eficiencia energética. 	<ul style="list-style-type: none"> -Acceso inmediato a la información de financiamiento y compra del inmueble. -Asesoría y seguimiento del financiamiento y subsidio correspondiente -Asesoría y seguimiento para conformación de junta directiva y puesta -Seguimiento y atención post venta para la correcta operación de edificio e inmuebles. -Encuestas de satisfacción y feedback de proyecto -Interacción continua a través de medios digitales como página web, redes sociales, etc. 	<p>El segmento del mercado para el cual está orientado este proyecto, son las personal y/o familias de escasos recursos económicos pertenecientes a los niveles socio económicos D y E, ya sean dependientes o independientes cuyos ingresos por núcleo familiar no excedan los S/3,715.00 mensuales para aplicar a la unidades del programa Techo Propio, y que no hayan adquirido anteriormente alguna otra propiedad para aplicar a alguno de los dos programas (Techo Propio y Mi vivienda); y que requieran de mejorar su condición y calidad de vivienda.</p>
	Recursos clave		Canales	
	<ul style="list-style-type: none"> -Financiamiento del proyecto (inversionistas, bancos, etc.) -Personal profesional capaz en la gestión del proyecto de -Estrategia de marketing planificada -Cultura organizacional definida y consolidada -Implementación y uso capacitado de tecnologías 	<ul style="list-style-type: none"> -Caseta de ventas física en proyecto -Anuncios publicitarios en el distrito y alrededores -Página web -Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) 		
Estructura de costos		Fuentes de ingreso		
<ul style="list-style-type: none"> -Costo del terreno -Costo de construcción -Costos de diseño y concepción del proyecto -Costos operativos, de gerenciamiento y mantenimiento -Costos financieros 		<ul style="list-style-type: none"> -Ingreso por la venta de las viviendas. -Ingreso por la venta de los estacionamientos. 		

II Marco de Referencia

2.1 Vivienda Social

Miles de familias de estrato social bajo se enfrentan a la problemática de encontrar una vivienda digna en el Perú, ya que la calidad de la vivienda viene relacionado directamente al nivel de ingresos. La brecha se puede apreciar en la prestación de servicios por nivel de ingreso, por ejemplo, los estratos altos de la sociedad obtienen agua por cañería mientras los niveles más bajos se abastecen por camión de agua potable.

Según la Constitución del Perú, una vivienda digna es un derecho humano, pero en la realidad ¿todos los peruanos podemos tener ese derecho?

Las viviendas informales son un problema latente en el Perú, ya que no cuentan con servicios básicos y para el Estado es 7.5 veces más costoso prevenir la invasión de terrenos para construir viviendas informales que ofrecer subsidios para dichas familias (Bouillon, 2011). Así mismo, Fernández (2015) sostiene que dicho patrón de informalidad es insostenible para el medio ambiente y para su conectividad con la sociedad (p. 82).

Las viviendas sociales pretenden no solo facilitar a familias de escasos recursos en conseguir una vivienda digna, sino también insertarlos en la sociedad ofreciéndoles acceso a salud, educación y al sistema financiero.

Nieto (1999) indica que la definición de vivienda social es diferente en cada país ya que está condicionada a diversos factores como geografía, clima, cultura, costumbres y sobre todo el nivel de carencia que tenga cierto sector de la población. El autor indica que los requerimientos mínimos que debe tener una vivienda social son agua potable, evacuación de aguas servidas y suministro de energía eléctrica (p. 37).

2.2 Fondo Mi Vivienda S.A

El Fondo Hipotecario de Promoción de la Vivienda o también llamado Fondo MIVIVIENDA fue creado en 1998 durante el Gobierno de Alberto Fujimori. La Ley N°26912 promueve la Ley de promoción del acceso a la propiedad privada de vivienda y fomento del ahorro, mediante mecanismos de financiamiento con participación del sector público.

En enero 2006, el Fondo Mivivienda se convierte en sociedad anónima (S.A) de acuerdo a la Ley N° 28579 la cual indica que se vuelve una empresa estatal de derecho privado siendo adscrito al Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento cuyos fondos provendrían del Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado – FONAFE. Posteriormente, la norma fue modificada en el 2021 para darle un enfoque sostenible cambiando el enfoque del Fondo Mivivienda orientado al desarrollo de ciudades sostenibles, accesibles, inclusivas, competitivas, justas, diversas y generadoras de oportunidades para la sociedad (Mivivienda, s.f. -b).

El Fondo Mivivienda S.A (s.f.-a) tiene los siguientes objetivos:

- La promoción y financiamiento de la adquisición, mejoramiento y construcción de viviendas, especialmente las de interés social.
- La realización de actividades relacionadas con el fomento del flujo de capitales hacia el mercado de financiamiento para vivienda.
- La participación en el mercado primario y secundario de créditos hipotecarios, así como a contribuir al desarrollo del mercado de capitales.

La institución ha ido centrándose en el enfoque social, y es ahí donde a través del Decreto Legislativo N° 1037, publicado el 25 de junio del 2008, se promulgó la autorización para que el Fondo Mi Vivienda ofrezca financiamiento para permitir habilitar los predios que no eran urbanos.

Debido a que el Fondo Mivivienda S.A funciona como fuente de financiamiento, se encuentra bajo la supervisión de la Superintendencia de Banca Seguros y AFP dispuesto por la resolución promulgada SBS N° 980-2006 y por la Superintendencia del Mercado de Valores según lo dispuesto en la Ley N° 28579 y por la Resolución CONASEV N° 059-2007-EF/94.01.1.

2.2.1 Productos del Fondo Mivivienda S.A

La Institución promueve siete productos que benefician a potenciales familias que buscan adquirir una vivienda:

1. Nuevo Crédito Mi Vivienda
2. Mis Materiales
3. Techo Propio
4. Bono de Reforzamiento Estructural
5. Mi Terreno
6. Registro administrativo de Arrendamiento para Vivienda RAV
7. Bono Renta Joven

A continuación, desarrollaremos cada uno de los productos siendo más extensos en “Nuevo Crédito Mivivienda” y “Techo Propio” ya que son productos que se ofrecerán en el proyecto “Lomas de Campoy”.

2.2.1.1 Nuevo Crédito Mi Vivienda. Conocido también como Bono Mivivienda es un crédito hipotecario que ofrece tres modalidades: Compra de Vivienda Nueva, Construcción en terreno Propio y Mejoras en una Vivienda.

2.2.1.1.1 Compra de Vivienda Nueva. El FMV (s.f. -b) indica que los requisitos para la adquisición de Vivienda Nueva son los siguientes:

- Ser persona natural residente en el Perú o peruano residente en el extranjero.

- Tener un crédito aprobado en una Entidad Financiera.
- No tener propiedades o copropietarios a nivel nacional.
- No haber adquirido, ni solicitado el titular ni el cónyuge una vivienda bajo los recursos de Mivivienda SA, Techo Propio o Mis Materiales, así la vivienda ya no esté a nombre del solicitante (FMV, s.f. -c).

Así mismo, las condiciones del crédito Mivivienda es dar un aporte mínimo del 7.5% siendo el máximo de inicial permitido 30%, plazo entre 05 y 25 años y tasas fijas, y en moneda nacional los beneficios que promueve dicho crédito hipotecario son los siguientes:

En primer lugar, el bono del Buen pagador (BBP) definido como una ayuda económica no reembolsable por adquirir un crédito Mivivienda y el Premio al Buen Pagador como complemento de la cuota inicial (PBP). El monto del subsidio se determina en base a dos indicadores. En segundo lugar, el valor de la vivienda que para el 2023 oscila entre S/65,200 a S/464,200. El precio de la vivienda no puede estar fuera del rango, la Tabla 1 presenta los rangos de subsidios dependiendo del valor de la vivienda. En segundo lugar, el subsidio se base en la unidad impositiva tributaria- UIT. Según el Banco Central de Reserva del Perú [BCRP] (2011) la UIT se define como:

Monto de referencia utilizado en las normas tributarias a fin de mantener en valores constantes las bases imponibles, deducciones, límites de afectación y demás aspectos de los tributos que considere conveniente el legislador. También puede ser utilizada para aplicar sanciones, determinar obligaciones contables y otras formales. El valor de la UIT se determina anualmente mediante Decreto Supremo (p. 205)

Cada año la UIT actualiza su valor siendo el 2023 S/4,950 para lo cual debido a que el subsidio está determinado en número de UIT, el monto de tal se recalcula. A continuación, se puede observar (ver Tabla 1) el número de UIT según tipo de vivienda (tradicional o sostenible).

Tabla 1

Valor de subsidio según valor de la vivienda y valor de UIT

Valor de Vivienda	BBP Tradicional (UIT)*	BBP Tradicional	BBP Sostenible (UIT)**	BBP Sostenible
Desde S/ 65,200 hasta S/ 93,100	5.58139	S/ 25,700	6.74418	S/ 31,100
Mayores a S/ 93,100 hasta S/ 139,400	4.65116	S/ 21,400	5.81395	S/ 26,800
Mayores a S/ 139,400 hasta S/ 232,200	4.25581	S/ 19,600	5.4186	S/ 25,000
Mayores a S/ 232,200 hasta S/ 343,900	1.58139	S/ 10,800***	2.74418	S/ 16,200***

Notas: (*) Medida aplicada de manera excepcional y temporal según Decreto Supremo N° 003-2022 VIVIENDA; (**) Se aplica 1.16279 UIT a los valores del BBP (UIT) de Vivienda Tradicional; (***) Se incluye S/3,500 del Premio al Buen Pagador como complemento de la cuota inicial. Adaptado de “Bono del Buen Pagador”, por Fondo Mi Vivienda, 2023 (<https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-viviendas/pagina.aspx?idpage=22>). Información de dominio público.

En segundo lugar, el Fondo Mivivienda financia el 90% del valor de la vivienda en comparación a la banca tradicional que solicita el 15-20% de inicial. Con ello, lo que se busca es que el posible cliente tenga mayor accesibilidad.

En tercer lugar, cuotas fijas de pago en fechas estipuladas, con la posibilidad de poder amortizar antes de los 05 años la totalidad del crédito hipotecario pero sujeto a una penalidad de devolución del BBP.

Cuando el cliente toma la decisión de adquirir una vivienda bajo la modalidad de Nuevo Crédito Mi Vivienda, deberá seguir los siguientes pasos:

- Solicitud de calificación: Solicitar que una Entidad Financiera afiliada al Fondo Mivivienda evalúe la capacidad de pago que el cliente posee, en base al ahorro que tiene el cliente para la cuota inicial. Para ello, la Entidad Financiera debe de evaluar al cliente según sus ingresos; en el caso de personas dependientes se solicita las últimas 03 boletas de pago y en el caso de personas independientes se le realiza un seguimiento exhaustivo para determinar los ingresos que tiene de forma diaria.
- Búsqueda de vivienda: las búsquedas se pueden realizar en el buscador web del Fondo Mivivienda, Revista del Fondo Mivivienda, Vitrina Inmobiliarias ubicada en Centro de Lima, promotores inmobiliarios, portales de Entidades Financieras, entre otros.
- Elección de vivienda: Dentro de la oferta que se encontrará está BBP Tradicional y BBP Sostenible.
- Adquisición de vivienda: Toma de firma de minuta de compra y posterior a la aprobación del financiamiento la vivienda puede ser entregada.

2.2.1.1.2 Construcción en terreno propio. El Fondo Mivivienda promueve esta modalidad para familias que desean realizar construcciones en Terrenos Propios. En dicha modalidad, la cuota inicial puede ser atribuida al valor de espacio en donde se construya siendo aires independizados o terreno libre. Así mismo, no hay límite del valor del terreno como cuota inicial (FMV, s.f.-c).

2.2.1.1.3 Mejoramiento de Vivienda. La siguiente modalidad pretende realizar mejoras en la vivienda, la cuota inicial se podrá cubrir con el valor de la vivienda sin embargo no aplica el BBP ni el PBP como complemento.

2.2.1.2 Mis Materiales. Producto de financiamiento hipotecario cuyo objetivo es financiar la compra de materiales destinada para la construcción, ampliación o mejoramiento de una vivienda propia ya existente. Como requisito, dicho programa indica que se debe de contar con un asesor técnico el cual es proporcionado por un proveedor autorizado por parte del FMV. A continuación, se señalan las condiciones del programa:

- El crédito puede ser entre 3UIT hasta 10 UIT.
- Como restricción el crédito no podrá ser mayor al 125% del valor del autoevalúo del predio ni tampoco podrá exceder el 100% del Valor de Realización Inmediata (VRI).
- El predio será evaluado por el Registro de Peritos Valuadores a cargo de la Superintendencia (REPEV).
- El plazo de pago será máximo 05 años.
- El inmueble debe estar libre de cargas y gravámenes.
- Tasa de interés fija, en donde se considera como cuota inicial el valor del predio.

2.2.1.3 Techo Propio. El programa fue creado en setiembre del 2022 publicado en la Resolución Ministerial N° 054-2002- VIVIENDA con el objetivo de “impulsar a través de una entidad especializada, el diseño y la implementación de políticas, así como la ejecución de medidas económicas y financieras necesarias para propiciar la construcción de viviendas, así como de mejorar las condiciones de vida de la población, facilitando su acceso a una vivienda digna.” (MVCS, 2002).

La finalidad de dicho programa no es solo promover y facilitar la construcción de viviendas para personas de bajos recursos, sino también fomentar al sector privado en participar en la construcción de viviendas de interés social (Meza, 2016).

El Programa “Techo Propio” está dirigido a un sector específico de la población, que debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Ingresos mensuales como unidad familiar que no excedan a S/ 3,715 para compra de una vivienda nueva y S/ 2,706 para construir o mejorar un inmueble propio. Definamos familia a un grupo de personas que esté compuesta por un jefe de familia y un familiar dependiente ya sea hermanos, hijos o nietos (menores de 25 años o mayores con discapacidad).
- No haber obtenido apoyo del Estado para comprar, mejorar o construir una vivienda.
- No tener propiedades a su nombre a nivel nacional.
- Contar con el ahorro mínimo requerido.

El Beneficio que el programa ofrece es un Bono Familiar Habitacional (BFH) el cual es un subsidio que le otorga el Estado Peruano a una familia, que cumple con las características previamente mencionadas, de forma gratuita.

El Programa Techo Propio tiene 03 modalidades:

2.2.1.3.1 Adquisición de Vivienda. Dirigida a familias que no poseen terrenos ni aires independizados y desean comprar una vivienda de Interés Social (VIS) obteniendo el BFH. A continuación, se muestra el valor del Bono Familiar Habitacional según el valor de vivienda (ver Tabla 2) tomando en cuenta que el monto de BFH fue aprobado por la Resolución Ministerial N° 415-2022-VIVIENDA hasta el 31 de diciembre de 2023.

Tabla 2

Valor del Bono Familiar Habitacional según el valor de la vivienda

Tipo VIS	Valor de Vivienda	Bono Familiar Habitacional
VIS Priorizada en Lote Unifamiliar	Hasta S/ 55,000	9.4 UIT S/ 46,530
VIS Priorizada en Edificio Multifamiliar/Conjunto Residencial/Quinta	Hasta S/ 68,000	9.7 UIT S/ 48,015
VIS en Lote Unifamiliar	Hasta S/ 102,800	8.75 UIT S/ 43,312.5(*)
VIS en Edificio Multifamiliar/Conjunto Residencial/Quinta	Hasta S/ 128,400	

Nota. Adaptado de “Adquisición de Vivienda”, por Fondo Mi Vivienda, 2023

([https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-](https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-viviendas/pagina.aspx?idpage=32)

[viviendas/pagina.aspx?idpage=32](https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-viviendas/pagina.aspx?idpage=32)). Información de dominio público.

El proceso de registro al Programa “Techo Propio” para la adquisición de una vivienda inicia cuando el grupo familiar se inscribe en los centros autorizados presentando su documento de identidad (DNI) del propietario y cónyuge. Posterior a ello, el FMV evalúa el cumplimiento de los requisitos ya estipulados y de ser aprobado lo inscribe en el registro de Grupo Familiar (GF) como Grupo Familiar Elegible (GFE) (FMV, s,f, - d).

En esta modalidad de compra, el grupo familiar únicamente puede adquirir Proyectos Techo Propio AVN registrados.

2.2.1.3.2 Construcción en Sitio Propio. Dirigido a familias que poseen aires independizados inscritos o predios que no cuenten con carga ni gravamen. El valor del Bono Familiar Habitacional asciende a la suma de S/27,600 ¹.

2.2.1.3.3 Mejoramiento de Vivienda. Dirigido a familias que desean hacer mejoras en su inmueble. El valor del Bono Familiar Habitacional para mejoras es de S/ 10,580².

2.2.1.4 Bono de Reforzamiento Estructural. Es un programa que otorga un subsidio a familias de manera gratuita, para reforzar estructuralmente una habitación del hogar ya que es una vivienda vulnerable a riesgos sísmicos. Los requisitos son: ser propietaria del inmueble y figurar en el padrón de viviendas elegidas por el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS). Para el 2023, el valor del subsidio es de S/15,000.

2.2.1.5 Mi Terreno. Crédito hipotecario que ayuda a la obtención de un terreno urbano para vivienda. El valor máximo por financiar es S/ 50,000 cuyo plazo máximo es de 08 años y los requisitos que se deben cumplir son no ser propietario de terrenos ni inmuebles a nivel nacional y contar con un mínimo de 30% de cuota inicial FMV, s.f. - b).

¹ Valor de BFH aprobado por la Resolución Ministerial N° 415-2022-VIVIENDA hasta el 31 de diciembre 2023.

² Valor de BFH aprobado por la Resolución Ministerial N° 415-2022-VIVIENDA hasta el 31 de diciembre 2023.

2.2.1.6 Registro administrativo de Arrendamiento para Vivienda RAV. Programa que pretende promover el alquiler de viviendas en el Perú bajo 03 modalidades: alquiler, alquiler-venta y leasing.

2.2.1.7 Bono Renta Joven. Programa que ofrece un subsidio para el arrendamiento de viviendas, con el objetivo de incentivar el ahorro. El bono se encuentra dirigido a alquileres que oscilan entre S/ 890 y S/ 1,840.

2.3 Hechos Estilizados

Los proyectos sociales se desarrollan con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los sectores de bajos recursos, proporcionándoles servicios básicos completos como agua, luz y desagüe, viviendas estructuralmente de calidad, entre otros.

En el presente marco de referencia se van a discutir dos relaciones: (i) impacto de programas sociales en la calidad de vida de sectores de bajos recursos; y (ii) convivencia de diversos estratos socioeconómicos en un mismo multifamiliar.

Existe mucha literatura que evalúa a través de métricas el impacto positivo que genera una mejora en la calidad de vida producto de la adquisición de viviendas sociales.

Cubas Huanca, E. (2022) en su investigación tiene como objetivo identificar que tan eficaz es la gestión del programa techo propio de un proyecto ubicado en el distrito Zapatero. Se evaluaron 42 jefes de familia que participaron en el programa “Techo Propio” como beneficiarios, en donde se concluyó que la gestión de dicho programa se relaciona en un 70.39% con la satisfacción del cliente. Por otro lado, como recomendaciones en base a la estadística previamente analizada, se sugiere una mejora en las políticas públicas para la gestión y seguimiento dada a los hogares beneficiados.

Mendoza, Burbano y Mendoza (2021) analizaron las viviendas de hogares con bajos ingresos o condiciones de pobreza bajo la mirada de beneficiarios del programa gratuito

(Programa promovido en Colombia). Se evaluaron 72 hogares del proyecto Antonia Santos ubicado en el municipio de Tunja, Colombia, cuya información fue utilizada para realizar indicadores estadísticos. Como resultado, se mostró que los usuarios valoran las características ambientales, físicas y funcionales de las viviendas. Indicaron que los encuestados están contentos con la distribución de la vivienda, no obstante, los acabados no son lo que esperaron.

Así mismo, indican que el 60% tiene acceso a centros de salud cercano, 45% indicó que no están contentos con la salud ambiental e indicaron que el acceso a centros educativos (41%) y parques (72%), centros comerciales (54%) son regulares.

Olivera Velásquez (2022) evalúa el impacto de la vivienda social en la calidad de vida de los hogares beneficiados por el Programa Mivivienda, dicha evaluación se realizó a 78 familias en el departamento de Piura. Los resultados determinaron que existe una correlación del 0,788, mostrando un impacto positivo entre viviendas sociales y la calidad de vida de los hogares. Por otro lado, dicho estudio indica que la conformidad de las familias que viven en dichas viviendas tiene un grado de satisfacción del 0.69. Dicho indicador muestra que las familias indican que la vivienda tiene algunas limitaciones debido a la funcionalidad del espacio al ser en su mayoría reducido. Adicionalmente dicho estudio concluye, que existe un grado de correlación del 0,707 con respecto a la relación que tiene la vivienda con su entorno ya que existe una falta de infraestructura que les permita conectarse con la comunidad.

Pérez (2016) centró su investigación en estudiar cómo el diseño de viviendas sociales satisface las necesidades de los usuarios. Se realizó una investigación tipo no experimental, en donde se analizaron 03 dimensiones: (i) relación de la vivienda con la ciudad, (ii) vínculo de la vivienda con el entorno donde se desarrolla y (iii) vivienda como tal. En conclusión, el autor obtuvo los siguientes resultados: en primer lugar, la vivienda no se encuentra bien conectada a la ciudad, está a las afueras del distrito y les toma tiempo poder movilizarse; en segundo lugar,

los encuestados indican que el clima social no fue el esperado ya que cada familia posee costumbres y tradiciones diferentes; y por último, indicaron que las viviendas son muy pequeñas y que si bien es cierto cumple sus necesidades no permite que más de 3 personas descansen plácidamente. Por otro lado, se estudió la importancia de mejorar la iluminación y ventilación de la vivienda lo cual debe de tomarse en cuenta cuando se determina el sistema constructivo que se utilizará para la construcción de este.

Santa María y Tijero (2016) buscó identificar las limitaciones que no les permite a algunas familias peruanas de sectores B, C, D y E a conseguir una vivienda digna a través del financiamiento ofrecido por el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento a través de los programas sociales que ofrecen como Mi Vivienda y Techo Propio. El presente estudio se realizó utilizando información pública ofrecida por el INEI y MVSCS en donde se encontró que existen más de 4,744 personas entre el 2013 y 2015 que conviven y solo 558 familias obtuvieron el subsidio del estado. Así mismo los autores detallan cuales son las limitaciones de la oferta en el Perú, siendo las principales las siguientes:

- a. Escasez de Suelo Urbano: definamos dicho término como la imposibilidad de encontrar un predio urbano que cuente con las características necesarias para la edificación de un multifamiliar. El terreno debe de contar con zonificación, conectividad vial y factibilidad de los servicios de agua y desagüe,
- b. Acceso limitado de financiamiento al cliente final: Según el reporte “La Informalidad y la Fuerza de Trabajo” publicado por INEI en el 2019, el 77% tienen un empleo informal como actividad principal y un 23% es formal (p.112). Dicho esto, La PEA por nivel educativo según informalidad indica que las personas sin nivel de educación, primaria y secundaria completas son 4%, 27% y 47% informales respectivamente. En base a la información previamente mostrada, muchos potenciales clientes ven como limitación la adquisición de un crédito hipotecario debido a su condición de informal.

Unas de las problemáticas comunes que enfrentan son incapacidad de probar ingresos en el canal formal, falta de cultura de ahorro, incapacidad de pago de cuotas, récord crediticio precario, entre otros.

Gonzabay (2017) realizó una investigación a nivel institucional en donde analiza el impacto de la inversión pública social en el desarrollo urbano en viviendas sociales en Ecuador en el periodo 2010-2016. El programa “Casa para Todos” tiene como objetivo generar condiciones que promuevan el acceso a vivienda segura, adecuada y digna permitiéndole a las familias que alcancen crecimiento teniendo los siguientes objetivos cualitativos: (i) Promover proyectos donde no existe oferta (zonas rurales y urbanas), (ii) Implementar y mejorar programas de vivienda social que disminuya el déficit habitacional (Gobierno Nacional del Ecuador, 2020) y (iii) incentivar la consolidación de las ciudades y ocupación del suelo disponible contribuyendo al planificación estatal para evitar densificar las ciudades (Gonzabay, 2020). En suma, se determinó que la inversión social ha incrementado el acceso de vivienda digna trayendo consigo que la cobertura de servicios públicos, como agua potable y alcantarillado, se amplíe mejorando la calidad de vida de las localidades.

Vásquez (2020) realizó un trabajo de investigación llamado “Análisis de la Misión “Casa para Todos”, Programa Plan toda una vida y sus efectos en el desarrollo social y humano en Ecuador” el cual tiene como objetivo determinar los efectos positivos que tuvo el programa en la sociedad, reduciendo brechas en términos de poder adquisitivo. El programa no solo pretende ofrecer viviendas dignas con buenos acabados y métodos constructivos, sino también mejorar las condiciones de vida a través de la concientización de la comunidad. Por ejemplo, la implementación de biohuertos, áreas verdes, rampas para discapacitados, canchas y lozas deportivas y conciencia de ciudadanía (reciclaje, recolección de basura entre otros).

Vélez (2021) analizó el impacto de la inversión social del Programa “Casa para Todos” en la calidad de vida de las familias que fueron beneficiadas en la ciudad de San Lorenzo de Jipijapa, Ecuador. Para ello, el autor utilizó un método no experimental implementando métodos teóricos teniendo como base la encuesta realizada a 193 familias beneficiarias del Programa. El presente estudio concluyó que dichas familias pasaron de tener una vivienda arrendada a tener una vivienda digna propia con áreas verdes y un entorno adecuado, por lo cual se recomienda ampliar y mejorar los programas de vivienda social en donde se promuevan que las entidades financieras regulen sus tasas para que cada vez más familias puedan lograr tener una vivienda propia.

Por otro lado, la convivencia de distintos estratos socioeconómicos en un tipo de vivienda es otro punto importante que tratar ya que el Proyecto Lomas de Campoy ofrece 70% de viviendas bajo la modalidad Nuevo Crédito Mi Vivienda y 30% Techo Propio.

Como concepto Romero (2011) define convivencia, como la capacidad de vivir juntos respetándose y consensuando las normas básicas. Es la cualidad que posee el conjunto de relaciones cotidianas entre los miembros de una sociedad cuando se han armonizado los intereses individuales con los colectivos, y, por tanto, cuando los conflictos se desenvuelven de manera constructiva (p.11)

Así mismo, el autor explica que existen diversos tipos de conflictos que los individuos enfrentan en su vida, siendo puntos de divergencia de pensamiento entre dos o más personas. Del mismo modo Romero (2011) indica que hay diversos motivos que generan conflictos como:

- Poca tolerancia
- Falta de diálogo
- Falta de respeto

- Falta de empatía con el entorno

Bernal (2012) realizó una propuesta de proyecto de viviendas en Villavicencio – Colombia cuyo objetivo fue mostrar que es posible integrar grupos sociales en el mismo complejo habitacional. El autor muestra estrategias en donde logra integrar sistemas recreativos, económicos y sociales. Así mismo, conecta la vivienda multifamiliar a la sociedad, generando de dicha forma un impacto urbano positivo (p.12). En conclusión, el autor indica que es posible realizar un proyecto social en donde habiten grupos sociales con diferentes estratificación y cultura. Así mismo, pretende concientizar a la población que dichos proyectos alternativos sirven como ordenamiento en el desarrollo integral de la ciudad (p. 80).

Rincón (2018) desarrolló la seguridad y convivencia en multifamiliares en Cali, en donde indagó sobre los motivos que tienen las personas para pasar de una vivienda unifamiliar a una multifamiliar debido a que se sienten más seguros dentro de una residencia (p.194). Por otro lado, con respecto a la convivencia las personas indicaron que existe una línea fina entre lo privado y lo público, por ejemplo, los chismes llevan la vida íntima hacia lo público.

Rasse (2015) presentó un estudio en donde discute sobre las consecuencias de la proximidad residencial de los hogares más pobres hacia un estrato socioeconómico superior. Luego de realizar estudios cualitativos de casos de fronteras entre hogares de diferentes estratos socioeconómicos ubicadas en la ciudad de Santiago de Chile, concluye que la proximidad está relacionada a dinámicas de inclusión social para las familias de menores ingresos y al reforzamiento de generar cohesión social (p.125). Es decir, la proximidad permite un mejor estándar de vida del sector más reprimido y una continua inversión pública por parte del Estado en espacios públicos en los sectores con mayores ingresos (p.134).

Sanabria y Rodríguez (2019) describió los principales tipos de conflictos vecinales que afectan la convivencia entre vecinos del conjunto Margaritas I ubicada en la localidad

Kennedy, Bogotá, siendo dichas viviendas de interés prioritario ya que fue otorgado por el Estado a las víctimas de conflicto armado interno en Colombia. Los autores determinaron que existen tres principales conflictos vecinales que afectan la convivencia los cuales son los siguientes:

- Conflicto privado: pago de obligaciones económicas
- Conflicto colectivo: deterioro de áreas comunes
- Conflicto general: ruido considerable de algunos vecinos

En el presente caso, existe una fractura en la calidad de las relaciones entre los vecinos debido a conflictos entre las dinámicas individuales, familiares y colectivas. La recomendación realizada fue mejorar la calidad de la comunicación entre los individuos donde prime respeto, tolerancia, unión entre otros.

Y, por último, incluir métodos constructivos sostenibles en el sector construcción para combatir el cambio climático y proporcionar productos sostenibles. La industria de la construcción trae consigo grandes afectaciones al medio ambiente debido a que la industria es responsable del 40% de las emisiones de CO₂, alto consumo energético, contaminación atmosférica, contaminación de agua potable, residuos en los vertederos, materiales entre otros (Rodríguez 2019, p.5).

Zimbrón y Toledo (2011) analizaron la vivienda de interés social en México y la importancia de incluir sostenibilidad en el método constructivo implementando de esa forma nuevos diseños de edificios en donde le brinden soluciones sustentables dando diversas alternativas de abastecimiento energético (p. 194). Los autores señalaron que la vivienda de interés social debe tomar en cuenta tres dimensiones importantes: económicas, sociales y ecológicas del entorno. De este modo, al integrarlas ordenadamente y sobre todo en armonía con el entorno, se podrán lograr proyectos sociales eficientes para las familias que lo habiten

(p.200). En conclusión, los autores indican que es indispensable que las viviendas de interés social cumplan con las regulaciones de sostenibilidad ya que la sustentabilidad es una condición de la calidad de vida.

Mendoza y Hernández (2019) realizó un estudio de climatización sostenible para viviendas sociales en zonas cálidas en Colombia, en donde la temperatura ambiente dentro de las viviendas es muy alta lo cual afecta la calidad de vida de las familias. Para ello, debido a que las familias que viven en dichas viviendas tienen ingresos reducidos, se implementó un sistema que permitía una disminución de 3 a 4 Celsius en el interior del hogar utilizando una técnica que no utilizaba energía. En conclusión, los autores indicaron que la construcción de viviendas sostenibles tiene un impacto positivo en la calidad de vida de las familias ya que permite mejorar condiciones de vida que muchas veces necesitan recursos adquisitivos para mejorar su situación.

Godoy y Gándara (2018) realizaron un estudio en donde describen soluciones habitacionales para viviendas sociales con el enfoque de sostenibilidad. Para ello, proponen una arquitectura bioclimática que tiene como objetivo lograr mayor confort en la vivienda utilizando consumo energético eficientemente. Para el diseño de una vivienda con diseño bioclimático, los autores indican que se debe de realizar un estudio previo en donde se evalúen los siguientes componentes:

- Temperatura
- Humedad
- Topografía
- Luz
- Vegetación
- Cobertura

Así mismo, los autores proponen técnicas de enfriamiento en viviendas para zonas tropicales o calurosas en donde se llegan a temperaturas muy altas. En primer lugar, el sistema de ventilación cruzada permite realizar transferencia de calor utilizando los vientos predominantes del espacio para generar ventilación a través de circulación de vientos. Dicha técnica propone orientar las puertas según el sentido de los vientos predominantes de la zona (p.8). En segundo lugar, el sistema chimenea solar térmica que se basa en el sistema de refrigeración por evaporación. Este sistema consta de un ducto que recibe energía solar durante el día, y es donde a través de este se genera una corriente de aire que sube y permite succionar el aire caliente del interior de la vivienda (p.9). Por último, techos jardín que permiten generar enfriamiento y evaporación ya que funcionan como aislamiento térmico y acústico.



III Análisis de la Situación

3.1 Macro Entorno

3.1.1 *Situación mundial y la crisis internacional*

Al referirnos a la situación mundial y la crisis internacional, nos enfocamos especialmente en el estado situacional y coyuntural por el que está atravesando el mundo y en su comportamiento y reacción ante estas condiciones en varios sectores, y en especial en sector construcción e inmobiliario. El mundo actualmente atraviesa por momentos difíciles marcados por dos temas principales y específicos, los cuales afectan directamente el desempeño y desarrollo de todos los países.

El primer problema con el que sigue lidiando el mundo son los remanentes producto de la pandemia del COVID-19 iniciada el 2020 (ver Figura 9), con sus distintas variantes y rebrotes, los cuales hoy en día son puntuales en algunos países. La pandemia del COVID-19 marcó un hito en la humanidad, afectando no sólo un sector o un país específico sino al mundo entero sin distinción alguna.

Figura 9

Mapa del covid-19 en el mundo



Nota. Tomado de “COVID-19 Dashboard”, por CSSE at Johns Hopkins University & Medicine, 2023 (<https://coronavirus.jhu.edu/map.html>).

Información de dominio público.

Sin duda la pandemia afectó directamente todos los sectores de todos los países, obligando a ejercer restricciones de movilidad, se incrementó la inflación mundial, hubo bajas en la elaboración de productos y alza de precios en las materias primas y servicios, lo cual estancó al mundo en una situación en la cual solo se tuvo como prioridad la salud y lograr encontrar una vacuna para en algún momento poder volver a una normalidad a la que el mundo estaba acostumbrado. Ciertamente dicha normalidad ha llegado hasta cierto punto, pero incluyendo adaptaciones y lineamientos dependiendo del país en cuestión. Si bien es cierto, gracias a los programas de vacunación y mejoras en las medidas de contingencia se ha puesto un freno a los contagios, y se podría decir que el coronavirus se ha podido controlar; no obstante, aún existen algunos países y zonas del mundo donde los rebrotes y el nacimiento de nuevas variantes no han permitido la continuidad en el reencauzamiento del desarrollo de dichas regiones. El mundo sigue en la lucha contra el covid-19, pero es una batalla la cual va brindando un mejor panorama para la humanidad a corto plazo.

El segundo problema con el que está lidiando el mundo, es la invasión de Rusia a Ucrania; hecho que hoy en día es el que más afecta el panorama internacional, debido al efecto que causa directamente al abastecimiento de recursos energéticos y alimentarios.

Durante el año 2022, fuimos testigos de un encarecimiento desproporcionado de recursos energéticos, lo cual generó un efecto de inflación en el mundo entero, tanto en países del primer mundo como Estados Unidos, como también otras economías emergentes y subdesarrolladas.

3.1.1.1 Mercados internacionales y su evolución futura. La economía mundial se encuentra en un estado muy difícil, se podría decir que se encuentra en estado crítico a vísperas de una recuperación sostenida, debido a que continúa lidiando con problemas de gran envergadura. Se podría decir que existen tres grandes y poderosas fuerzas que

están generando estas condiciones sumamente retadoras para todo el mundo, estas son principalmente la invasión de Rusia a Ucrania, la desaceleración de China producto de las aún existentes restricciones y alteraciones a las cuales está sujeta su actividad económica, y los efectos de la mayor inflación registrada en muchos años, lo cual ha generado el endurecimiento de las condiciones financieras en varios países incrementando el costo de vida.

Si bien producto de la pandemia COVID-19, se establecieron políticas monetarias y fiscales que brindaron apoyo y sostenimiento a los varios sectores a nivel mundial; tal normalización está paralizando la demanda al mismo tiempo que los países intentan reducir la inflación a niveles sus establecidos como meta y por ello se evidencia que el crecimiento de varias economías mundiales está desacelerándose como consecuencia también de una contracción inevitable.

Según el informe de perspectivas económicas del FMI (2023, enero) se pronostica que el crecimiento mundial se vea desacelerado en 3,4% en 2022 a 2,9% en 2023 y con un repunte de 3,1 en 2024 (ver Figura 10).

Figura 10

Proyecciones de Crecimiento de Perspectivas de la Economía Mundial

(PIB real, variación porcentual anual)	2022	2023	2024
Producto mundial	3,4	2,9	3,1
Economías avanzadas	2,7	1,2	1,4
Estados Unidos	2,0	1,4	1,0
Zona del euro	3,5	0,7	1,6
Alemania	1,9	0,1	1,4
Francia	2,6	0,7	1,6
Italia	3,9	0,6	0,9
España	5,2	1,1	2,4
Japón	1,4	1,8	0,9
Reino Unido	4,1	-0,6	0,9
Canadá	3,5	1,5	1,5
Otras economías avanzadas	2,8	2,0	2,4
Economías emergentes y en desarrollo	3,9	4,0	4,2
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	4,3	5,3	5,2
China	3,0	5,2	4,5
India	6,8	6,1	6,8
Economías emergentes y en desarrollo de Europa	0,7	1,5	2,6
Rusia	-2,2	0,3	2,1
América Latina y el Caribe	3,9	1,8	2,1
Brasil	3,1	1,2	1,5
México	3,1	1,7	1,6
Oriente Medio y Asia Central	5,3	3,2	3,7
Arabia Saudita	8,7	2,6	3,4
África subsahariana	3,8	3,8	4,1
Nigeria	3,0	3,2	2,9
Sudáfrica	2,6	1,2	1,3
Partidas informativas			
Economías emergentes y de ingreso mediano	3,8	4,0	4,1
Países en desarrollo de ingreso bajo	4,9	4,9	5,6

Fuente: FMI, Actualización de Perspectivas de la economía mundial, enero de 2023

En el caso de India, los datos y pronósticos se presentan en base al ejercicio fiscal, y en la columna de 2022 se presentan los datos del ejercicio fiscal 2022/2023 (que comienza en abril de 2022). Las proyecciones de crecimiento para India son 5,4% en 2023 y 6,8% en 2024 en base al año calendario.

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

IMF.org

Nota. Tomado de “Perspectivas de Economía Mundial”, por Fondo Monetario Internacional (FMI). 2023, enero. Información de dominio público.

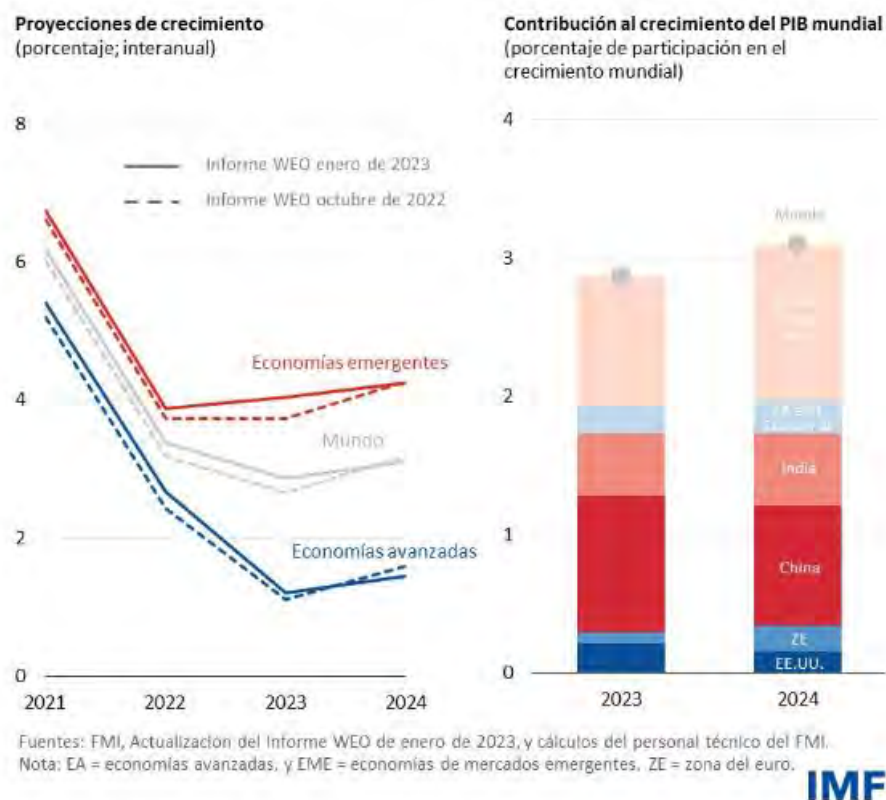
Empezamos a ser testigos de una tendencia a salir del estancamiento y a la resiliencia del crecimiento económico los últimos meses del 2022, ya que se tuvo una serie de adaptaciones a la crisis energética producida por la invasión a Ucrania, solidez

en el consumo de hogares y mercados laborales fuertes. Esto mostró una mejora en la inflación, que, si bien la mayoría de países está iniciando un retiro de medidas drásticas, aún no se han dado picos en los precios de productos energéticos y de alimentos.

Por su lado China, aún golpeada por los rebotes del COVID-19 pronostica un repunte en su actividad económica (ver Figura 11), debido a su reapertura repentina. Con la mejora de las condiciones y disminución de presiones financieras mundiales se evidencia un mejor panorama económico, inclusive para los países emergentes y en desarrollo debido a un debilitamiento del dólar desde noviembre del año pasado cuando llegó a su máximo.

Figura 11

Crecimiento Mundial



Nota. Tomado de “Perspectivas de Economía Mundial”, por Fondo Monetario Internacional (FMI). 2023, enero. Información de dominio público.

Este escenario es netamente el reflejo de la desaceleración de economías principales como la de Estados Unidos, que sufrió una gran contracción de su PBI en el primer semestre del 2022, una contracción en la zona euro durante el segundo semestre de 2022, y los continuos rebotes de COVID-19 y medidas restrictivas en China, han hecho que estas economías permanezcan estancadas. Se pronostica también que la inflación mundial se reduzca de 8,8% en 2022 a un 6,6% en 2023 y 4,3% en 2024; al mismo tiempo que los riesgos continúan siendo inusualmente grandes y se inclinan a la baja, no sin antes estimarse llegar a un pico de 9,5% este año 2023 antes de desacelerarse, debido a la persistencia de las presiones inflacionarias.

El desaceleramiento más pronunciado se verá en las economías avanzadas, tal como el caso de Estado Unidos que presentará una desaceleración de hasta 1,4% en 2023. La zona del euro por su lado posee las condiciones más difíciles a pesar de mantenerse estable frente a la crisis energética y al gran apoyo fiscal, se prevé un crecimiento del 0,7% este año. Algunas perspectivas regionales se presentan a continuación:

- Economías emergentes y en desarrollo de Asia: se prevé que el crecimiento a 5,3% en el 2023.
- Economías emergentes y en desarrollo de Europa: se prevé un crecimiento de 1,5% en el año 2023.
- América Latina y el Caribe: se proyecta que el crecimiento disminuya de 3,8% en el 2022 a 1,8% para el 2023.
- Oriente medio y Asia central: se pronostica una disminución de crecimiento de 5,3% en el año 2022 a un 3,2% en el año 2023.

Los mercados emergentes y en desarrollo presentarán un crecimiento moderado entre 4% y 4,2% este año y el próximo, debido a que los países de esta zona, ya han tocado como grupo su punto más bajo (ver Tabla 3).

Tabla 3

Panorama de las Proyecciones de Perspectivas de la Economía Mundial (variación porcentual, salvo indicación contraria)

	Interanual						T4 a T4 2/		
	Estimaciones		Proyecciones		Diferencia con las proyecciones del informe WEO de octubre de		Estimaciones	Proyecciones	
	2021	2022	2023	2024	2022 1/	2024	2022	2023	2024
Producto mundial	6,2	3,4	2,9	3,1	0,2	-0,1	1,9	3,2	3,0
Economías avanzadas	5,4	2,7	1,2	1,4	0,1	-0,2	1,3	1,1	1,6
Estados Unidos	5,9	2,0	1,4	1,0	0,4	-0,2	0,7	1,0	1,3
Zona del euro	5,3	3,5	0,7	1,6	0,2	-0,2	1,9	0,5	2,1
Alemania	2,6	1,9	0,1	1,4	0,4	-0,1	1,4	0,0	2,3
Francia	6,8	2,6	0,7	1,6	0,0	0,0	0,5	0,9	1,8
Italia	6,7	3,9	0,6	0,9	0,8	-0,4	2,1	0,1	1,0
España	5,5	5,2	1,1	2,4	-0,1	-0,2	2,1	1,3	2,8
Japón	2,1	1,4	1,8	0,9	0,2	-0,4	1,7	1,0	1,0
Reino Unido	7,6	4,1	-0,6	0,9	-0,9	0,3	0,4	-0,5	1,8
Canadá	5,0	3,5	1,5	1,5	0,0	-0,1	2,3	1,2	1,9
Otras economías avanzadas 3/	5,3	2,8	2,0	2,4	-0,3	-0,2	1,4	2,1	2,2
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	6,7	3,9	4,0	4,2	0,3	-0,1	2,5	5,0	4,1
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	7,4	4,3	5,3	5,2	0,4	0,0	3,4	6,2	4,9
China	8,4	3,0	5,2	4,5	0,8	0,0	2,9	5,9	4,1
India 4/	8,7	6,8	6,1	6,8	0,0	0,0	4,3	7,0	7,1
Economías emergentes y en desarrollo de Europa	6,9	0,7	1,5	2,6	0,9	0,1	-2,0	3,5	2,8
Rusia	4,7	-2,2	0,3	2,1	2,6	0,6	-4,1	1,0	2,0
América Latina y el Caribe	7,0	3,9	1,8	2,1	0,1	-0,3	2,6	1,9	1,9
Brasil	5,0	3,1	1,2	1,5	0,2	-0,4	2,8	0,8	2,2
México	4,7	3,1	1,7	1,6	0,5	-0,2	3,7	1,1	1,9
Oriente Medio y Asia Central	4,5	5,3	3,2	3,7	-0,4	0,2
Arabia Saudita	3,2	8,7	2,6	3,4	-1,1	0,5	4,6	2,7	3,5
África subsahariana	4,7	3,8	3,8	4,1	0,1	0,0
Nigeria	3,6	3,0	3,2	2,9	0,2	0,0	2,6	3,1	2,9
Sudáfrica	4,9	2,6	1,2	1,3	0,1	0,0	3,0	0,5	1,8
Partidas informativas									
Crecimiento mundial según tipos de cambio de mercado	6,0	3,1	2,4	2,5	0,3	-0,1	1,7	2,5	2,5
Unión Europea	5,5	3,7	0,7	1,8	0,0	-0,3	1,8	1,2	2,0
ASEAN-5 5/	3,8	5,2	4,3	4,7	-0,2	-0,2	3,7	5,7	4,0
Oriente Medio y Norte de África	4,1	5,4	3,2	3,5	-0,4	0,2
Economías de mercados emergentes e ingreso mediano	7,0	3,8	4,0	4,1	0,4	0,0	2,5	5,0	4,1
Países en desarrollo de bajo ingreso	4,1	4,9	4,9	5,6	0,0	0,1
Volumen del comercio mundial (bienes y servicios) 6/	10,4	5,4	2,4	3,4	-0,1	-0,3
Economías avanzadas	9,4	6,6	2,3	2,7	0,0	-0,4
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	12,1	3,4	2,6	4,6	-0,3	0,0
Precios de las materias primas									
Petróleo 7/	65,8	39,8	-16,2	-7,1	-3,3	-0,9	11,2	-9,8	-5,9
No combustibles (promedio basado en ponderaciones de la	26,4	7,0	-6,3	-0,4	-0,1	0,3	-2,0	1,4	-0,2
Precios mundiales al consumidor 8/	4,7	8,8	6,6	4,3	0,1	0,2	9,2	5,0	3,5
Economías avanzadas 9/	3,1	7,3	4,6	2,6	0,2	0,2	7,8	3,1	2,3
Economías de mercados emergentes y en desarrollo 8/	5,9	9,9	8,1	5,5	0,0	0,2	10,4	6,6	4,5

Nota: Se parte del supuesto de que los tipos de cambio efectivos reales se mantienen constantes a los niveles vigentes entre el 26 de octubre de 2022 y el 23 de noviembre de 2022. Las economías se enumeran en base a su tamaño. Los datos trimestrales agregados están desestacionalizados. Informe WEO = Perspectivas de la economía mundial.

1/ Diferencia basada en cifras redondeadas, tanto en los pronósticos de esta Actualización como en los de la edición de octubre de 2022 de Perspectivas de la economía mundial. Los países cuyo pronóstico ha sido revisado en relación con la edición del informe WEO de octubre de 2022 generan aproximadamente 90% del PIB mundial medido por la ponderación de la paridad de poder adquisitivo.

2/ En el caso del producto mundial (economías de mercados emergentes y en desarrollo), las estimaciones y proyecciones trimestrales corresponden a alrededor de 90% (80%) del producto anual mundial (de las economías de mercados emergentes y en desarrollo) ponderado por la paridad del poder adquisitivo.

3/ Excluye el Grupo de los Siete (Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón y el Reino Unido) y los países de la zona del euro.

4/ En el caso de India, los datos y las proyecciones pronósticos se presentan en base al ejercicio fiscal; el ejercicio fiscal 2022/23 (que comienza en abril de 2022) se muestra en la columna de 2022. Las proyecciones de crecimiento para India son 5,4% en 2023 y 6,8% en 2024 en base al año calendario.

5/ Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia, Singapur, Vietnam.

6/ Promedio simple de las tasas de crecimiento de los volúmenes de exportación e importación (bienes y servicios).

7/ Promedio simple de los precios de las variedades de crudo U.K. Brent, Dubai Fateh y West Texas Intermediate. El precio medio supuesto del petróleo, con base en los mercados de futuros (al 29 de noviembre de 2022), es USD 81,13 en 2023 y USD 75,36 en 2024.

8/ Excluye Venezuela.

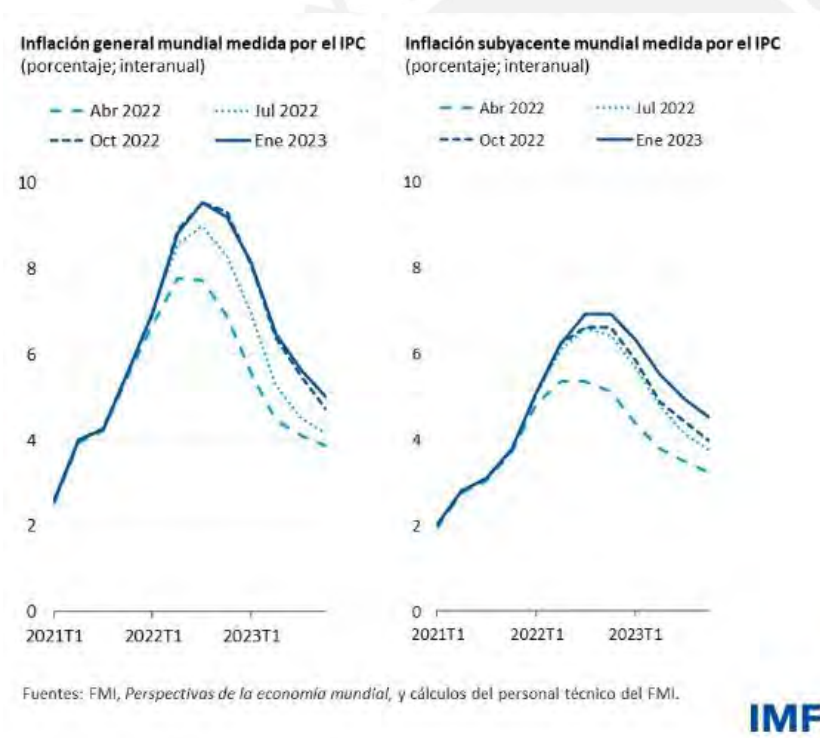
9/ La tasa de inflación para la zona del euro es 5,7% en 2023 y 3,3% en 2024, para Japón es 2,8% en 2023 y 2,0% en 2024, y para Estados Unidos es 4,0% en 2023 y 2,2% en 2024.

Nota. Tomado de “Perspectivas de Economía Mundial”, por Fondo Monetario Internacional (FMI). 2023, enero. Información de dominio público.

En China se ha previsto un repunte a 5,2% en su crecimiento debido a la reapertura de su economía, con la recuperación de sus actividades y grandes campañas de vacunación y cuidado del COVID-19, se podrá continuar con la mejora de condiciones. La India se suma a China dentro del marco de una gran recuperación este año, contribuyendo ambos con el 50% de crecimiento mundial este 2023, pero aun así aun los niveles de inflación permanecerán por encima a los niveles presentados antes de la pandemia (ver Figura 12).

Figura 12

Inflación Mundial General y Subyacente



Nota. Tomado de “Perspectivas de Economía Mundial”, por Fondo Monetario Internacional (FMI). 2023, enero. Información de dominio público.

El efecto de establecer una política monetaria estricta con el fin de restaurar la estabilidad de los precios ha funcionado y se debe mantener ya que se ven en los resultados de proyecciones de inflación mundial; así también como para aliviar las

presiones sobre el costo de vida, las políticas fiscales deben estar alineadas con las políticas monetarias y a su orientación restrictiva.

Los riesgos para poder mantener a la baja las perspectivas si bien han mejorado desde el último trimestre del 2022, siguen inclinados a la baja, y es difícil para los países encontrar las políticas monetarias ideales para hacerle frente a la crisis del costo de vida; estos riesgos para el FMI octubre 2023 son:

- China podría ver estancada su recuperación y producir perturbaciones económicas no previstas y mayores a lo esperado; nuevas olas de COVID 19 podría afectar dicha estabilidad de crecimiento, o un freno en el sector inmobiliario no esperado.
- La incertidumbre de mercados financieros podría deteriorar las condiciones financieras, aumentando inversiones de activos seguros, aumentaría la inflación sobretodo en economías emergentes y en desarrollo
- Persistencia de la inflación, que exija más restricciones en las políticas monetarias, lo cual acentuaría la desaceleración de las actividades.
- La invasión de Rusia a Ucrania acentúa sus consecuencias y empeoraría las condiciones energéticas y alimentarias de la zona del euro y otras partes del mundo.

Las tasas de interés ajustadas por la inflación siguen siendo bajas, incluso negativas en la zona de euro; se evidencia el efecto positivo de las políticas monetarias con la reducción de la actividad de construcción de nueva vivienda en muchos países (ver Figura 13).

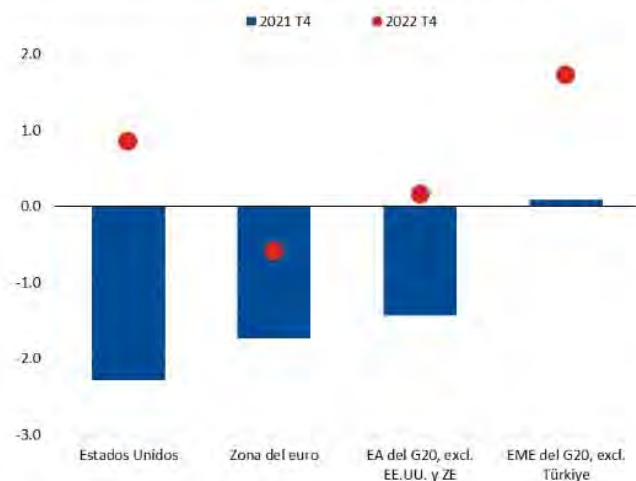
Figura 13

Tasas de políticas reales de principales países

Tasas reales

Las tasas de política reales se mantienen bajas en algunos países y, en la zona del euro, negativas.

(tasa de política nominal menos inflación medida por el IPC a 3 años; porcentaje)



Fuentes: Haver Analytics; pronóstico consensuado; FMI; Actualización del informe WEO de enero de 2023; y cálculos del personal técnico del FMI. Nota: Los agregados son promedios ponderados por el PIB-PPA en 2022. EA = economías avanzadas. EME = economías de mercados emergentes. ZE = zona del euro.

IMF

Nota. Tomado de “Perspectivas de Economía Mundial”, por Fondo Monetario Internacional (FMI). 2023, enero. Información de dominio público.

Establecer restricciones de política monetaria y en la medida correcta es de crucial importancia para poder controlar la inflación y el incremento de los precios. Esta tarea de restaurar la estabilidad económica ha recaído en los bancos centrales, quienes han tenido que no solamente endurecer, sino que también acelerar dicho endurecimiento de política monetaria. Los bancos centrales deben tener extremo cuidado en establecer un excesivo o insuficiente endurecimiento, así como en su aceleración, ya que un error de estas magnitudes podría generar un enquistamiento de la inflación o un costo mucho mayor para controlarla. En cualquiera de estos escenarios los bancos centrales deben mantenerse firmes y enfocarse en brindar estabilidad en sus controles.

Las perspectivas económicas van mejorando, pero aún no es suficiente; entrar en una zona de confort y relajación podría implicar destruir todos los avances logrados hasta ahora, considerando que los bancos centrales se encuentran en un camino desconocido con el objetivo de reducir sus balances.

3.1.1.1 Mercado de producción y logístico

Durante el periodo de la pandemia del covid-19 fuimos testigos del alza progresivo del precio de los materiales de construcción y de los productos que se importan otros países. Un gran ejemplo de esto fue el precio del acero de construcción (China siendo el principal productor), materiales de revestimiento como porcelanatos, mármol, etc., y de equipos como ascensores. Si bien estos productos estuvieron afectados por el incremento de la inflación mundial, una variable bastante importante que tuvo y continúa teniendo influencia sobre los precios, son los problemas logísticos para el traslado de estos materiales por vía marítima, producto de la llamada “Crisis internacional de contenedores”. Dicha crisis se dio también como consecuencia de la pandemia de COVID-19, dado a la alta demanda y a los costos de cumplimiento de los protocolos de bioseguridad exigidos para combatir la pandemia. Con la posterior reactivación de la actividad económica, se sostuvo un incremento en la demanda de productos y en la tasa de exportación e importación, lo que conllevó un aumento también de la carga de trabajo y como consecuencia de ello, demoras en los despachos; sumado a los eventos de la invasión de Rusia a Ucrania con el aumento del costo de la energía, empeoró la situación de contenedores.

Según el Grupo IFS Perú (2023), se estima que los precios de los contenedores se vayan regularizando y lleven su tendencia a una normalidad durante

el año 2023 dado a la mejoría del tiempo de llegada de las embarcaciones y a la reactivación de las actividades mundiales. Así mismo, el mundo de los contenedores afrontaría otro desafío durante su periodo de normalización, que es el excedente de contenedores. Debido a la primera etapa de la crisis, en la que existió escasez de contenedores, los transportistas optaron por encargar la fabricación de nuevas unidades para incluirlas en la cadena de suministro. Hoy en día con la estabilización del mercado, dichos contenedores saldrán de la cadena de suministro y entrarán a ser almacenados, lo que generaría un costo elevado de almacenamiento. Con el tiempo se espera que la situación se normalice al mismo tiempo que se vayan agotando los inventarios; estas mejoras podrían prolongarse en un escenario desfavorable hasta setiembre de 2023.

3.1.1.1.2 Mercado inmobiliario

Si bien el mercado inmobiliario internacional viene de una recuperación por parte del efecto que tuvo la pandemia del COVID-19, el 2023 presentará un escenario duro para el sector, ya que se enfrentará a una realidad en la que se verán ciertos ajustes significativos. La inestabilidad política y la incertidumbre macroeconómica están jugando un papel clave en el desarrollo del sector. La inflación impulsada por el incremento en el costo de la energía como consecuencia del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, el alza en los tipos de interés como estrategia para combatir la inflación que a su vez generan la subida de las tasas de interés de créditos, han marcado sin duda alguna el camino del mercado inmobiliario el 2022 estableciendo un freno en la actividad.

De acuerdo al informe de mercados capitales CBRE Research de enero 2023, en Estado Unidos se evidencia según el último trimestre de 2022, que continua la

preferencia por el tipo de inversión de inmuebles multifamiliares, aunque este haya tenido una baja de casi 70% (\$48 billones) respecto del último trimestre de 2021.

Tabla 4

Preferencias de inversión en mercado capitales USA, US\$ total billones

	Total (\$ billions)		Change (%)	Market Share (%)
	Q4 2022	Q4 2021		
Todos los tipos de inversión				
Multifamily	48.1	158.1	-69.6	37.5
Industrial	31.9	75.6	-57.8	24.9
Oficina	18.7	55.2	-66.1	14.6
Retail	15.4	36.6	-57.8	12.0
Hotel	11.9	13.6	-12.3	9.3
Otros	2.1	4.7	-55.7	1.6
Total	128.2	343.8	-62.7	100.0
Solo inversiones de activo único				
Multifamily	36.1	103.5	-65.1	38.9
Industrial	18.8	41.2	-54.4	20.2
Oficina	16.4	38.8	-57.8	17.7
Retail	12.6	22.8	-44.7	13.6
Hotel	7.2	10.6	-32.2	7.7
Otros	1.8	2.3	-24.4	1.9
Total	92.8	219.2	-57.7	100.0
Solo inversiones en activos de portafolio				
Total	19.3	98.0	-80.3	
Solo inversiones en activos a nivel de entidad				
Total	16.1	26.6	-39.5	

Nota. Adaptado de U.S. Real Capital Analytics, por CBRE Research 2023

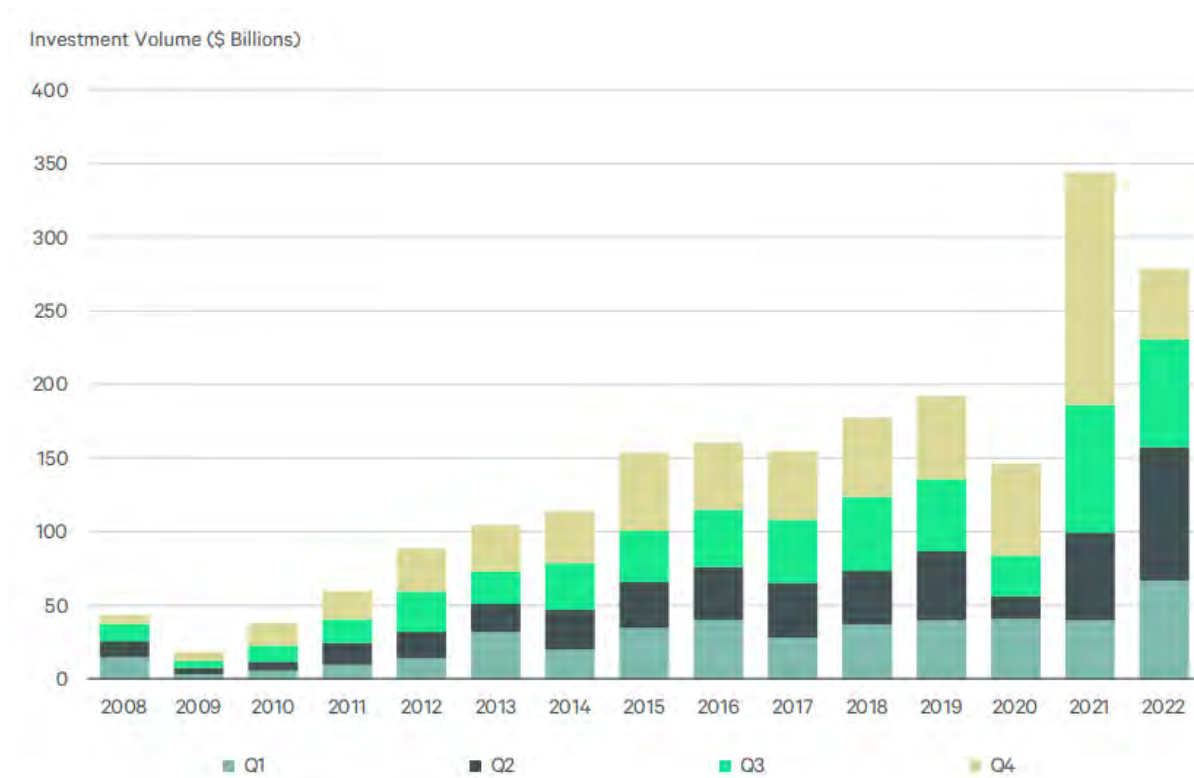
(<https://www.cbre.com/insights#sort=%40publishdate%20descending&numberOfResults=9>).

Información de dominio público.

Según CBRE Research enero 2023, en 2022 el total de la inversión en el sector multifamiliar fue de \$278.8 billones (ver Figura 14), habiendo decrecido un 18.9% respecto al 2021; aun así, llegó al segundo récord anual más alto. Esto demuestra la posición de fortaleza en el mercado inmobiliario del sector de vivienda multifamiliar, evidenciando así que es un sector de gran oportunidad para inversión.

Figura 14

Volumen de Inversión (US\$ billones) en USA por año



Source: CBRE Research, Real Capital Analytics, Q4 2022

Nota. De “U.S. Real Capital Analytics” por CBRE Research, 2023

(<https://www.cbre.com/insights#sort=%40publishdate%20descending&numberOfResults=9>).

Información de dominio público.

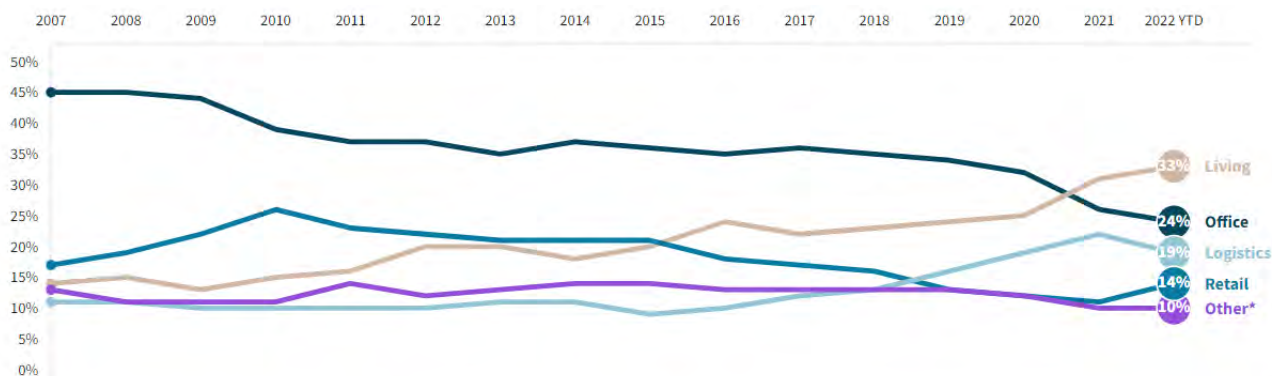
De acuerdo a Zillow (2023), un importante portal de bienes raíces, el 2022 mostró una caída importante en la actividad de construcción nueva, disminuyendo la oferta. Dado ello es probable que muchos compradores potenciales estén a la espera de una mejora en la asequibilidad de viviendas. El PBI de Estados Unidos creció un 2,1% en 2022, lo que refleja un crecimiento y mejoramiento de condiciones en comparación al 2021, dado ello y una expectativa de la caída de la inflación, las tasas de interés se han ido reduciendo y han aumentado las solicitudes hipotecarias, por lo que se espera que en 2023 los precios se estabilicen siendo un año más tranquilo para la vivienda.

En concordancia con lo mencionado por el diario AS (USA 2023), si bien el 2023 apunta más para un escenario donde sea más asequible rentar una vivienda en lugar de comprarla, se espera un impulso por parte de nuevas generaciones a través de la modalidad de “combinación de ventas de vivienda”, que radica en que dos o más personas (familiares o amigos) invierten en la compra de su propia vivienda compartida; bajo este enfoque la compra de una vivienda sería una buena oportunidad de inversión.

De acuerdo al informe de JLL (2022) la confianza de los inversores y el volumen de transacciones se han debilitado a medida que los obstáculos proporcionados por las políticas monetarias han sido ejercidos, lo cual afectó la actividad. En el mercado de oficinas, se ha visto una baja evidente en el dinamismo del sector, disminuyendo un 5% a escala mundial respecto al trimestre anterior (2T-2022) durante el tercer trimestre (3T-2022), manteniéndose aun así por encima del tercer trimestre de 2021. El sector logístico ha mantenido su demanda, aun así, no ha llegado a los niveles máximos en las tres regiones debido a la falta de espacio físico disponible. En el sector de las ventas, el crecimiento mundial se ha moderado durante el tercer trimestre de 2022, debido al impacto sobre el consumo generado por compresión de ingresos reales (ver Figura 15).

Figura 15

Inversión Inmobiliaria por sectores (%), 2007 – tercer trimestre de 2022 (% de la inversión total)



*Otros incluye sanidad, hoteles y hostelería, instalaciones especiales, infraestructuras y energía y sectores de uso mixto • Transacciones de más de 5 millones de dólares, excluyendo las operaciones de suelo/promoción y a nivel de entidad
Fuente: JLL, octubre de 2022

Nota. Tomado de “Global Real Estate Perspective marzo 2023”, por Jones Lang LaSalle (JLL), 2022 (<https://www.jll.es/es/analisis-y-tendencias/informes/global/gmp>). Información de dominio público.

El panorama económico mundial ha brindado cierta volatilidad a las divisas y coberturas, lo cual es propiciado por un escenario lleno de desafíos económicos, políticos y geopolíticos. Dado ello, la incertidumbre y el panorama mundial se ve incierto, lo que provoca demoras y prudencia en la toma de decisiones de inversión. Esto puede ser visto como un escenario de oportunidad para inversores capaces de detectar la oportunidad antes las pruebas de volatilidad del mercado, debido a la anticipación de dichas disrupciones por parte de los inversores.

Es verdad que el nivel de ventas no ha entrado en un mal ritmo y se han registrado buenos números, aunque en menor medida que el 2021, pero también es cierto que a raíz del alza de los costos de construcción disminuyó la oferta, generando un incremento en los precios. Según el informe de tendencias en el mercado inmobiliario en Europa 2023 de Pwc, se espera que continúe con la buena marcha ante la crisis inflacionaria; se espera que se continúe con la mejora y

evolución de la coyuntura internacional a fin de presentarse una moderación en las transacciones esperando una ligera pero moderada subida en los precios.

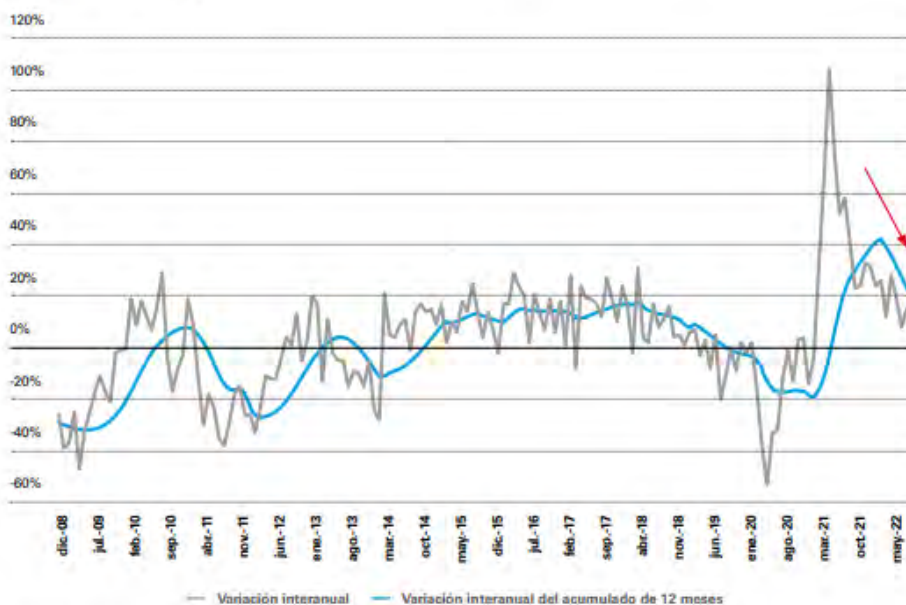
Se presentan también estas tendencias y predicciones en el mercado inmobiliario español, según el informe sectorial de enero 2023 de CaixaBank Research en 2021 el número de compraventas venía creciendo desde la mitad del año, pero luego a mitad de 2022 con la subida de los tipos de interés este número ha disminuido; para este 2023 se prevé un retroceso en el número de compra-ventas aproximado de 20% hasta las 480,000 viviendas, junto con una desaceleración del precio de las mismas como consecuencia del enfriamiento de la demanda y perspectivas económicas (ver Figura 16).

Figura 16

Variación interanual de compraventa de vivienda España

La compraventa de vivienda empieza a ralentizarse

Variación interanual (%)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Nota. De “Informe Sectorial España” por Inmobiliario CaixaBank Research, 2022.

Información de dominio público.

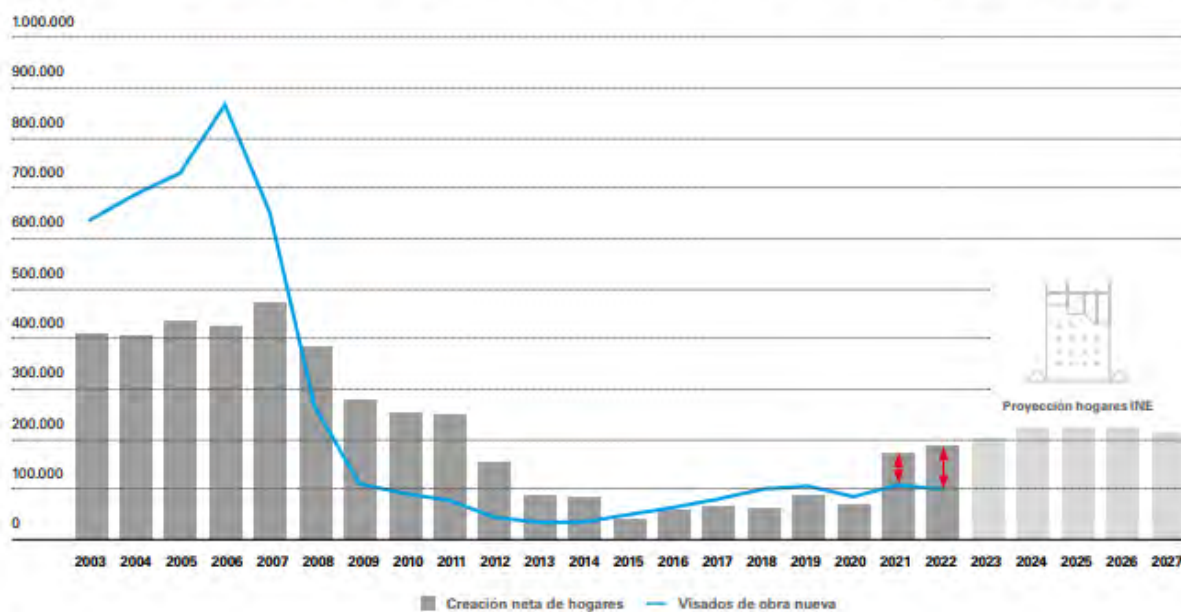
Se evidencia el efecto del incremento del tipo de interés en el desempeño del mercado de compraventas, el euríbor a 12 meses subió en 330 p.b. en 2022 a 2,83% en noviembre por parte del BCE, y se prevé otro incremento que situará alrededor del 3% en promedio durante el 2023. Esto se traduce en el aumento de las cuotas hipotecarias.

A ello se suma una ralentización en la construcción de obra nueva, lo que disminuye la oferta de vivienda en comparación de la creación de hogares. Se han realizado una cantidad total de 108,000 visados (permisos) para obra nueva en los últimos 12 meses, siendo este número muy inferior al número de nuevos hogares creados hasta el segundo trimestre de 2022 con 207,000 nuevos hogares. Dicha ralentización según el informe de CaixaBank se debe principalmente al incremento de los costos de construcción, escasez de algunos insumos y la insuficiencia de la mano de obra sufridos durante el 2022; pero recientemente esta tendencia se ha visto frenada, junto con el precio de los metales, así que podemos esperar una mejora y descenso de los costos de construcción moderarse este 2023 (ver Figura 17).

Figura 17

Creación de obra nueva y creación neta de hogares 2021 y 2022 España

La producción de nueva vivienda ha sido inferior a la creación neta de hogares en 2021 y 2022



Notas: Los datos de número de hogares proceden de la EPA excepto el periodo 2014-2019 (Encuesta continua de hogares). Para el año 2022, se extrapola para el conjunto del año el crecimiento de hogares de la EPA en los tres primeros trimestres. A partir de 2023, los datos corresponden a la proyección de hogares del INE.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del MITMA y del INE.

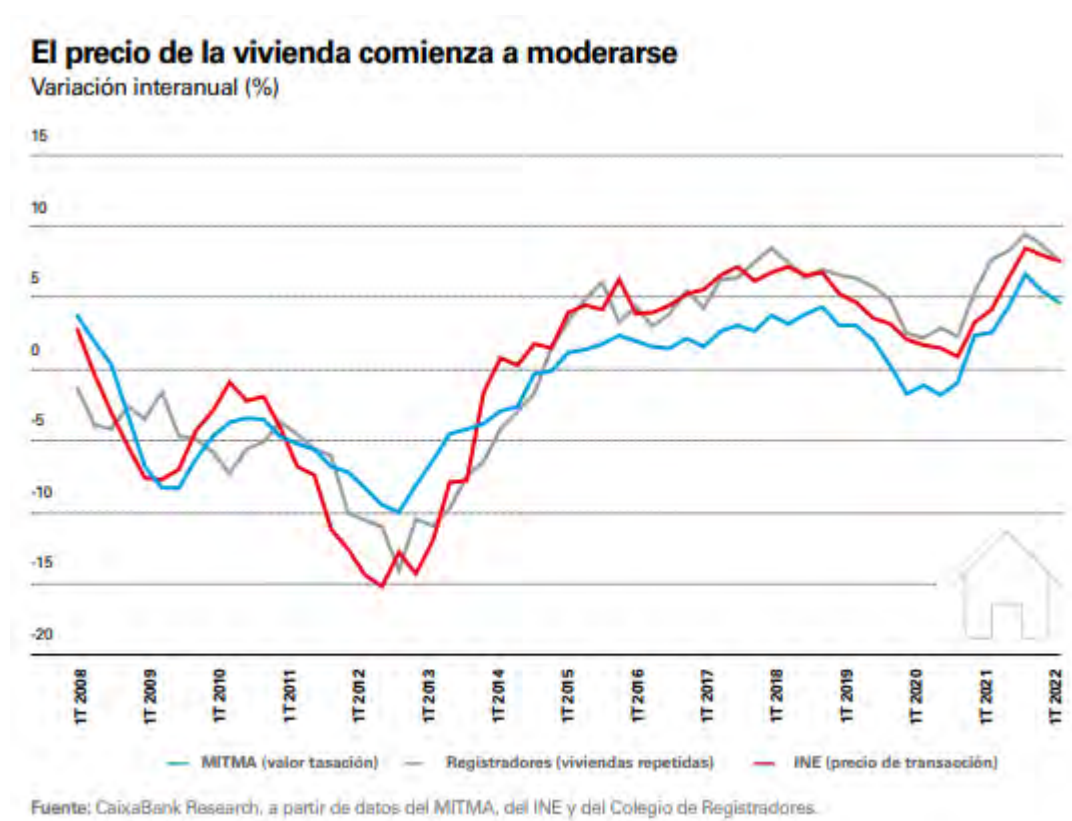
Nota. De “Informe Sectorial España” por Inmobiliario CaixaBank Research, 2022.

Información de dominio público.

Con esta desaceleración de construcción nueva y reducción de la oferta, los precios de viviendas han comenzado a moderarse, los índices de crecimiento interanual han pasado de tasas entre 6,7%-9,5% en el primer trimestre del 2022, a un 4,7%-7,6% en el tercer trimestre del 2022. Según este estudio se prevé que el precio de la vivienda siga su tendencia a ralentizarse durante el inicio de 2023 hasta un estancamiento de nivel moderado (ver Figura 18).

Figura 18

Variación interanual del precio de la vivienda España 2008-2022



Nota. De “Informe Sectorial España” por Inmobiliario CaixaBank Research, 2022.

Información de dominio público.

Con la moderación de precio de las viviendas, se espera que inversionistas que han mantenido prudencia durante el último periodo debido a la variabilidad del mercado, hagan efectiva su inversión en el mercado inmobiliario como un posible valor de refugio, que puedan brindar rentabilidades más que interesantes dado también a la tendencia a la baja de las tasas de interés y presiones económicas de tasas inflacionarias.

3.1.1.2 La Región

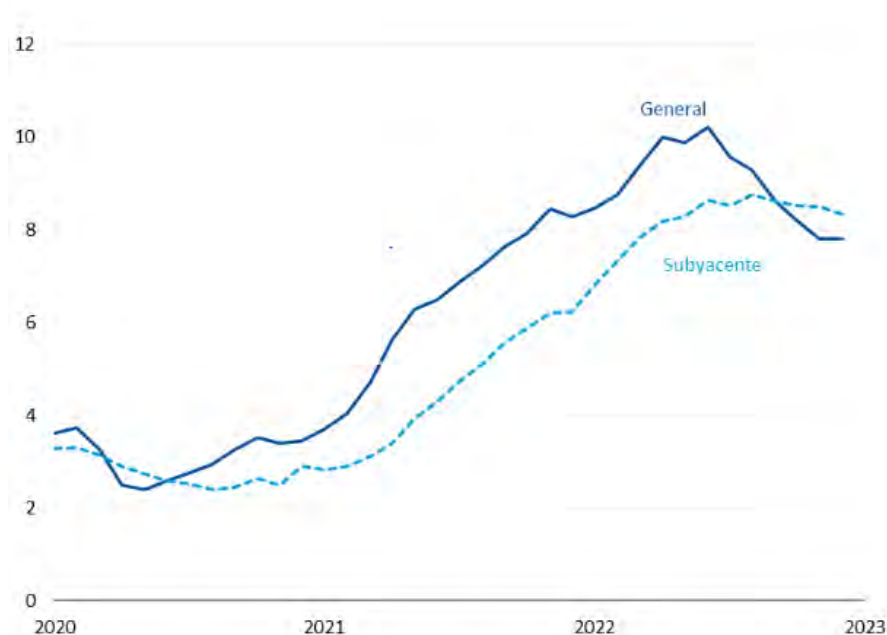
3.1.1.2.1 Acontecimientos Recientes

Durante el 2022, se puso a prueba la estabilidad de toda la región, con los rebrotes residuales producto del COVID-2019, los efectos de invasión de Rusia a Ucrania, la inflación y sus medidas restrictivas por parte de los bancos centrales para mermar su seguida crecida. Se puede decir que se pasó la prueba de un periodo difícil, y hoy en día se tiene un escenario un tanto más estable sobre el cual ejercer acciones de mejora.

Las presiones inflacionarias han sido reducidas en medida por las acciones inmediatas de los bancos centrales, aunque lentamente, y también han descendido los precios de productos alimenticios y energéticos. Según el FMI (2023), la región tuvo una expansión de casi un 4% y el sector de servicios y de empleo tuvieron un repunte con fuerza (ver Figura 19), sin embargo, la inflación subyacente (sin considerar energía y alimentos) se mantuvo a un nivel alto de alrededor de un 8% en Brasil, México y Chile, un tanto más alto en Colombia, pero más bajo en Perú. Dicha estabilización de la inflación meta fijada en cada país, corresponde a un proceso largo y tedioso, que estará sujeto a riesgos los cuales deberán ser continuamente mermados por las acciones de cada banco central.

Figura 19

Variación Porcentual Interanual de Inflación en América Latina – 5



Fuentes: Autoridades nacionales, Haver Analytics y cálculos del personal técnico del FMI.
 Nota: AL-5 es el promedio ponderado por el PIB en función de la paridad del poder adquisitivo de Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Perú se refiere a Lima.

IMF

Nota. Tomado de “América Latina enfrenta un crecimiento más lento e inflación alta en medio de tensiones sociales” por FMI Blog, 2023

(<https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2023/02/01/latin-america-faces-slowing-growth-and-high-inflation-amid-social-tensions>). Información de dominio público.

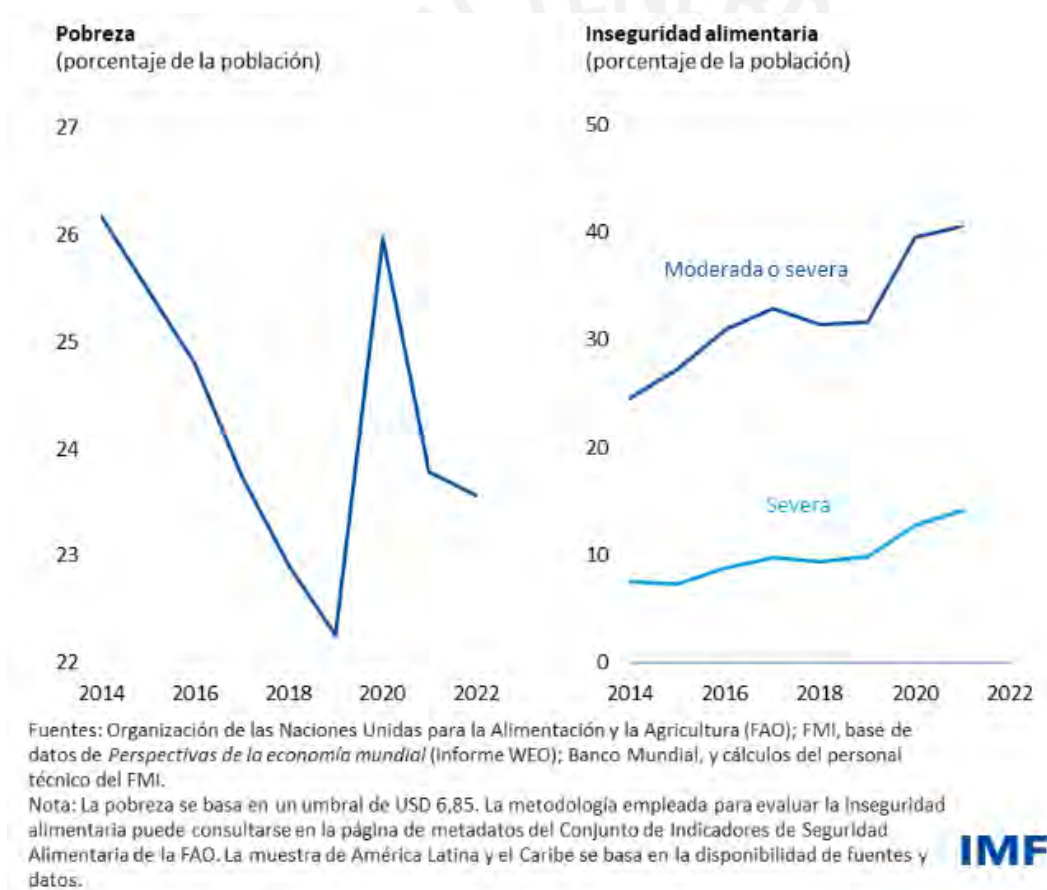
3.1.1.2.2 Perspectivas económicas

Aunque se tienen perspectivas alentadoras y un escenario prometedor, con una tendencia a la baja de la inflación, es probable que el 2023 sea un año difícil para la región. De acuerdo al FMI (2023, febrero), el crecimiento de la región proyecta desacelerarse en 2% ya que considera que aún se tiene tasas de interés elevadas; con el gasto de consumo de bienes y servicios, así como la creación de empleo que viene desacelerándose.

También debemos tomar en cuenta que en la región existe un tema bastante particular que es son las tensiones sociales por la economía de los más pobres. En la región ha existido una tendencia ya hace varios años de desconfianza a las instituciones públicas, este efecto junto con las consecuencias de la pandemia aumentó el malestar y tensión social, dado que el apoyo público no bastó para mitigar la necesidad económica de los más pobres (ver Figura 20).

Figura 20

Porcentaje de Pobreza e inseguridad alimentaria en América Latina



Nota. Tomado de “América Latina enfrenta un crecimiento más lento e inflación alta en medio de tensiones sociales” por FMI Blog, 2023. Información de dominio público.

A pesar de tener evidentes dificultades, las políticas económicas de la región deben concentrarse en alcanzar la estabilidad económica fijada por cada país e

incentivar el crecimiento y la creación de empleo mediante la fomentación de la iniciativa privada, y atender las acuciantes necesidades sociales a las que se enfrentan muchas personas en la región; con ello podrá aliviar el malestar social y también restablecer la confianza en las instituciones públicas. De acuerdo al FMI febrero 2023 la proyección del PBI real para América Latina y el Caribe (excluidas Venezuela y Argentina) para el 2023 es de 1,7 y de 2,1 para el 2024 (ver Tabla 5), teniendo como principales protagonistas en América del sur a Paraguay (4,3), Uruguay (3,6) y Ecuador (3,0); mientras que la proyección para la inflación (ver Tabla 6) es de 5,2 para el 2023 y de 3,4 para el 2024 (excluidas Venezuela y Argentina) con principales protagonistas Ecuador (2,3) y Perú (3,0).

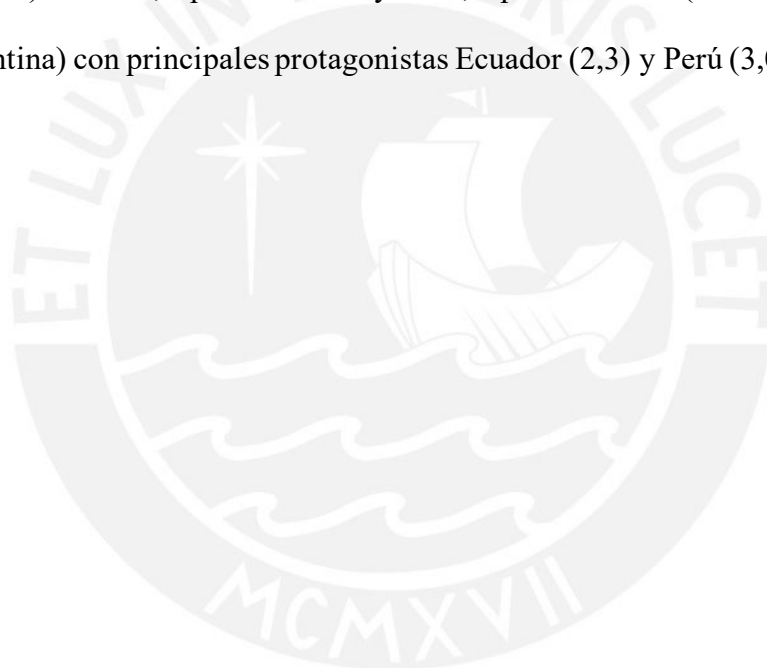


Tabla 5

Variación Porcentual Interanual del PBI de Las Américas 2021-2024

	2021	EST. 2022	PROYECCIONES 2023	PROYECCIONES 2024
América del Norte	5,7	2,2	1,4	1,1
Canadá	5,0	3,5	1,5	1,5
México	4,7	3,1	1,7	1,6
Estados Unidos	5,9	2,0	1,4	1,0
Puerto Rico	2,7	4,8	0,4	-1,6
América del Sur	7,4	3,9	1,5	1,9
Argentina	10,4	4,6	2,0	2,0
Bolivia	6,1	3,4	2,9	2,8
Brasil	5,0	3,1	1,2	1,5
Chile	11,7	2,7	-1,5	1,9
Colombia	10,7	8,1	1,1	2,1
Ecuador	4,2	2,7	3,0	2,8
Paraguay	4,2	0,2	4,3	3,5
Perú	13,6	2,6	2,5	3,2
Uruguay	4,4	5,3	3,6	2,7
Venezuela	0,5	6,0	6,5	n.d.
CAPRD	11,0	5,0	3,5	3,8
Costa Rica	7,8	4,3	2,9	3,0
República Dominicana	12,3	5,0	4,3	5,0
El Salvador	10,3	2,6	1,7	1,5
Guatemala	8,0	4,0	3,4	3,5
Honduras	12,5	3,4	3,5	3,6
Nicaragua	10,3	4,0	3,0	3,3
Panamá	15,3	9,0	4,0	4,0
El Caribe: Dependientes del turismo	7,8	6,2	3,8	2,5
Antigua y Barbuda	5,3	6,0	5,6	5,4
Aruba	17,2	4,4	1,6	1,2
Bahamas, Las	13,7	11,0	4,3	1,8
Barbados	0,7	10,5	5,0	3,0
Belice	15,2	9,5	4,5	2,0
Dominica	4,8	5,9	4,8	4,6
Granada	4,7	5,6	3,6	4,1
Jamaica	4,6	2,8	3,0	2,3
Saint Kitts y Nevis	-4,3	9,0	8,4	3,8
Santa Lucía	12,2	9,1	5,8	3,8
San Vicente y las Granadinas	0,8	5,0	6,0	4,8
El Caribe: No dependientes del turismo	3,2	16,1	9,3	8,6
Haiti	-1,8	-1,5	0,3	1,2
Exportadores de materias primas	5,9	23,8	12,8	11,3
Guyana	23,8	57,8	25,2	21,2
Suriname	-3,5	1,3	2,3	3,0
Trinidad y Tobago	-1,0	2,3	3,5	2,0
América Latina y el Caribe	7,0	3,9	1,8	2,1
ALC excluida Venezuela	7,1	3,9	1,7	2,1
ALC excluidas Argentina y Venezuela.	6,7	3,8	1,7	2,1
AL-5	6,4	3,6	1,3	1,7

Fuentes: FMI, base de datos del informe WEO, y cálculos del personal técnico del FMI.
 Nota: Las proyecciones se basan en información disponible hasta mediados de enero de 2023. Los agregados regionales son promedios ponderados por el PIB en función de la paridad del poder adquisitivo. CAPRD = América Central, Panamá y la República Dominicana; ALC = América Latina y el Caribe.

IMF

Nota. Tomado de “América Latina enfrenta un crecimiento más lento e inflación alta en medio de tensiones sociales” por FMI Blog, 2023. Información de dominio público.

Tabla 6

Variación Porcentual Interanual de la Inflación de Las Américas 2021-2024

Las Américas: Inflación, fin del período

(variación porcentual interanual)

	2021	EST.		PROYECCIONES	
		2022	2023	2023	2024
América del Norte	7,2	6,9	2,8	2,2	
Canadá	4,7	6,7	3,3	2,1	
México	7,4	8,5	4,8	3,5	
Estados Unidos	7,4	6,7	2,5	2,1	
Puerto Rico	4,2	4,8	2,3	2,5	
América del Sur	14,1	18,3	12,7	8,9	
Argentina	50,9	95,9	60,0	44,0	
Bolivia	0,9	3,8	3,5	3,5	
Brasil	10,1	5,8	5,7	3,5	
Chile	7,1	12,5	5,0	3,0	
Colombia	5,6	12,7	7,3	3,2	
Ecuador	1,9	3,7	2,3	1,3	
Paraguay	6,8	8,2	4,2	4,0	
Perú	6,4	8,0	3,0	2,3	
Uruguay	8,0	8,9	7,2	5,8	
Venezuela	686,4	220,0	150,0	n.d.	
CAPRD	5,1	7,4	4,5	3,5	
Costa Rica	3,3	8,3	4,1	3,4	
República Dominicana	8,5	7,2	4,9	4,0	
El Salvador	6,1	6,0	2,0	1,5	
Guatemala	3,1	10,0	5,5	4,5	
Honduras	5,3	9,8	6,2	4,0	
Nicaragua	7,2	11,2	6,1	4,8	
Panamá	2,6	2,2	3,1	2,0	
El Caribe: Dependientes del turismo	5,4	8,1	4,5	3,5	
Antigua y Barbuda	1,2	8,5	2,8	2,0	
Aruba	3,6	6,3	3,0	2,4	
Bahamas, Las	4,1	7,0	4,3	3,2	
Barbados	5,2	10,0	6,7	4,2	
Belice	4,9	6,7	2,5	2,0	
Dominica	3,5	7,2	4,7	2,0	
Granada	1,9	4,5	3,2	2,0	
Jamaica	7,3	9,5	5,5	4,5	
Saint Kitts y Nevis	1,9	6,0	1,0	2,0	
Santa Lucía	4,1	5,5	2,3	2,0	
San Vicente y las Granadinas	3,4	8,0	2,1	2,0	
El Caribe: No dependientes del turismo	11,7	19,1	10,8	6,5	
Haití	13,1	38,7	21,0	13,4	
Exportadores de materias primas	10,9	11,4	7,0	4,2	
Guyana	5,7	9,4	6,0	4,1	
Suriname	60,7	35,2	22,9	12,1	
Trinidad y Tobago	3,5	7,6	4,4	2,4	
América Latina y el Caribe	11,6	14,8	9,9	7,0	
ALC excluida Venezuela	11,6	14,8	9,9	7,0	
ALC excluidas Argentina y Venezuela	7,8	7,9	5,2	3,4	
AL-5	8,3	8,0	5,4	3,4	

Fuentes: FMI, base de datos del informe WEO, y cálculos del personal técnico del FMI.
 Nota: Las proyecciones se basan en información disponible hasta mediados de enero de 2023. Los agregados regionales son promedios geométricos ponderados por el PIB en función de la paridad del poder adquisitivo. Se excluye a Venezuela de todos los agregados de inflación. CAPRD = América Central, Panamá y la República Dominicana; ALC = América Latina y el Caribe.

IMF

Nota. Tomado de “América Latina enfrenta un crecimiento más lento e inflación alta en medio de tensiones sociales” por IMF Blog, 2023. Información de dominio público.

3.1.1.2.3 Mercado inmobiliario

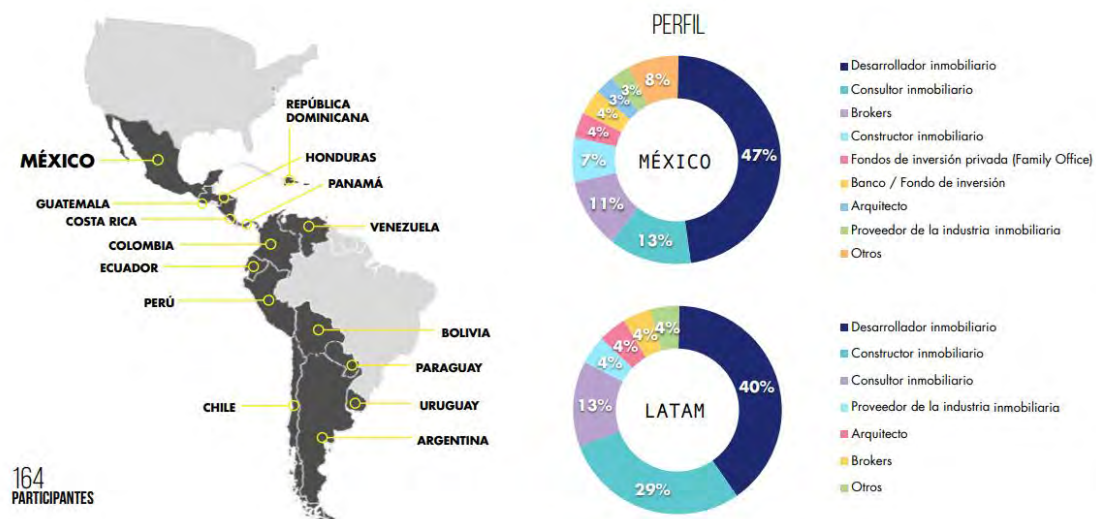
De acuerdo a Ignacio Torres, director general de 4S Real Estate, la mayor complicación para desarrolladores e inversionistas durante el 2022 fue la inflación, y pronostica que para el 2023 seguirá siendo el factor de mayor importancia para el sector, ya que el incremento en los precios de materiales e insumos de construcción es lo que marca la pauta en el mercado inmobiliario.

Según Ignacio Torres, una de las maneras para mitigar los efectos de la inflación en los costos de construcción, es la de tener una mayor y mejor planeación de los proyectos, de manera que, si se sufre un retraso en el inicio de obra o en la propia construcción, no sufra un efecto considerable dentro de los ingresos ya fijos y pronosticados.

Según 4S Real Estate en latino américa el 40% de los participantes en el sector inmobiliario son desarrolladores, por lo que notamos que dicho porcentaje es prácticamente el motor del 60% restante de participantes del rubro (ver Figura 21).

Figura 21

Perfil del Participante por País de Origen y Perfil del Panorama Inmobiliario de México y LATAM 2023

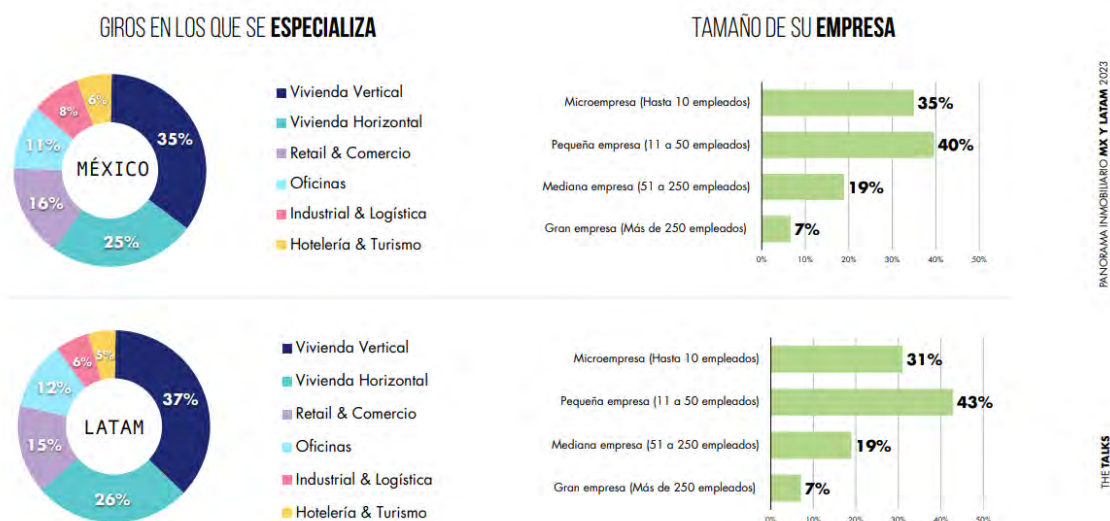


Nota. Tomado de “Panorama Inmobiliario México y Latinoamérica 2023” por 4S Real Estate Foresight, 2023. Información de dominio público.

En latino américa el giro de espacialidad en el que se aprecia mayor participación de empresas es el de vivienda vertical con 37%, seguido por el giro de vivienda horizontal con 26%, y en tercer lugar el sector de retail & comercio con un 15% (ver Figura 22). Así mismo, el sector inmobiliario está compuesto en su mayoría por la pequeña empresa con un 43% y por la microempresa con el 31% del mercado.

Figura 22

Giros de Especialidad y Tamaño de Empresa, México y LATAM 2023

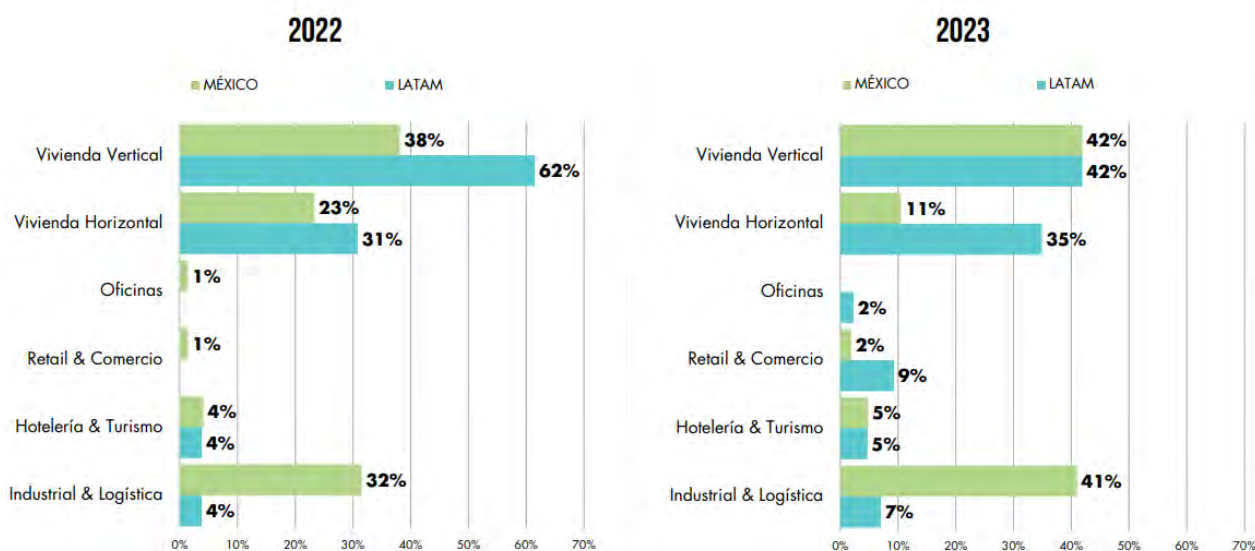


Nota. Tomado de “Panorama Inmobiliario México y Latinoamérica 2023” por 4S Real Estate Foresight, 2023. Información de dominio público.

Para el panorama inmobiliario de México y Latino américa 2023, se muestra que el giro con mayor importancia será el de vivienda vertical con un 42% siendo esta de un ritmo de colocación moderada, mientras que el segundo giro con mayor importancia para latino américa sería el sector de vivienda horizontal con 35% también de colocación moderada, mientras que en México sería el sector industrial y logístico con 41% pronosticada con una colocación rápida; esto muestra que la principal actividad inmobiliaria en latino américa será la construcción de vivienda en todas sus, siendo liderada por la modalidad de construcción vertical (ver Figura 23). Esto representa una gran oportunidad para el público que busca vivienda para su propio uso y también para inversionistas que busquen generar ingresos por rentas, ya que se evidencia que la mayor parte de los recursos para construcción en el sector inmobiliario serán destinados a la construcción de vivienda.

Figura 23

Giro Inmobiliario más importante durante 2022-2023

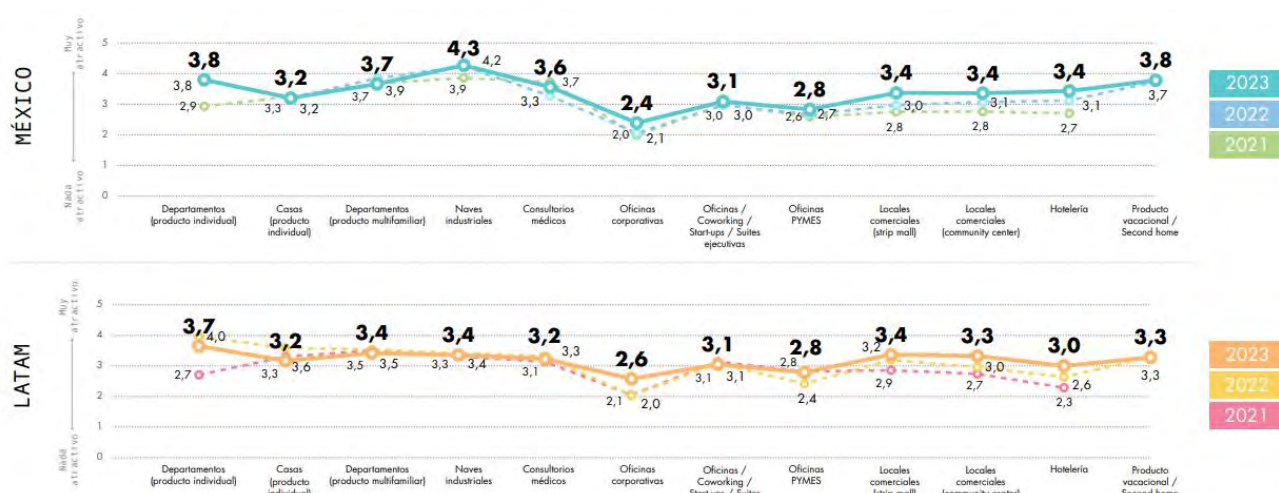


Nota. Tomado de “Panorama Inmobiliario México y Latinoamérica 2023” por 4S Real Estate Foresight, 2023. Información de dominio público.

Dentro de la evaluación de proyectos de interés para latino américa para el 2023, se muestra que el proyecto de inversión con mayor atractivo para los inversionistas serán los departamentos como producto individual (ver Figura 24), seguido por los departamentos como producto multifamiliar junto con las naves industriales y los locales comerciales (strip mall).

Figura 24

Evaluación de proyecto de Inversión Patrimonial en México y LATAM 2021-2023



Nota. Tomado de “Panorama Inmobiliario México y Latinoamérica 2023” por 4S Real Estate Foresight, 2023. Información de dominio público.

Dentro de los distintos factores que afectan el sector inmobiliario en el 2023, encontramos como principal factor de importancia a la inflación, el incremento de los costos de construcción y la volatilidad en los precios de las materias primas. Las variaciones en las tasas de interés y la volatilidad del precio del dólar son factores también considerados de alta importancia para el sector. El lento crecimiento de la economía, así como las dificultades para la obtención de capital mediante estrategias de preventa serán también factores importantes para mantener el repunte en la mejoría que se ha venido desarrollando en el sector durante el 2022.

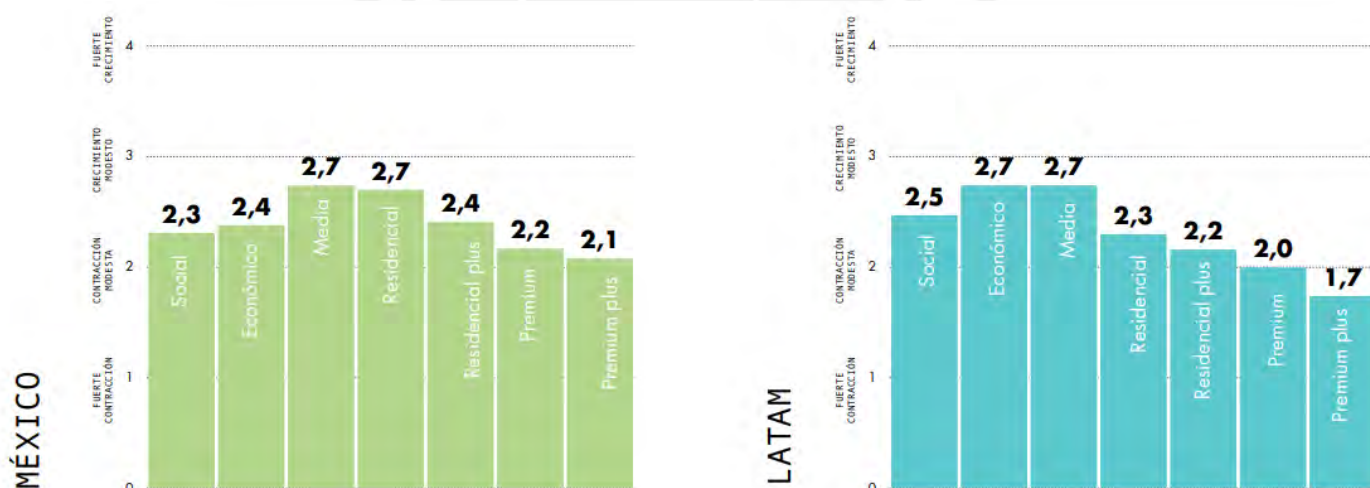
En referencia a las próximas tendencias, los cambios demográficos y nuevas preferencias del mercado serán el punto de mayor importancia en el sector; así también como el replanteo de tipologías y funcionalidades como también la reconversión de productos, lo cual ya se venía desarrollando de acuerdo a los requerimientos contemplados por la “nueva normalidad” dentro de los proyectos

desarrollados durante el periodo de reactivación económica y más aún durante el 2022.

De acuerdo al análisis de 4S Real State, en el mercado de vivienda, los segmentos en los cuales se verá un mayor desempeño serán los de nivel socio-económico social, económico y medio (ver Figura 25); teniendo como principal consumidor protagonista a la generación X. Esto demuestra que se puede prever una gran oportunidad de inversión para este tipo de proyectos.

Figura 25

Proyección de Desempeño del Sector en Distintos Segmentos en 2023, México y LATAM







Nota. Tomado de “Panorama Inmobiliario México y Latinoamérica 2023” por 4S Real Estate Foresight, 2023. Información de dominio público.

De acuerdo al reporte del panorama del mercado residencial para latino américa de TINSA, para la región (México, Colombia, Perú y Chile) podemos observar al cierre del 3er trimestre del 2022, el siguiente comportamiento:

- Existe una reducción anual de 8.3% en su stock de disponibilidad para la venta, producto de la desaceleración del sector a nivel mundial y regional.
- El segmento social, medio bajo y medio, concentran el 58% del stock de viviendas, mientras que el residencial y residencial plus concentran el 35%
- Las capitales de Chile y Perú reportan el 51% y 41% de sus unidades vendidas en los segmentos medios
- El número de proyectos ha presentado en promedio de la región una variación anual de decremento en un 2,3%, se podría decir debido a las medidas económicas de alza de tasas de referencia para controlar la inflación, lo que decantó en una baja en la actividad, mientras que la variación trimestral se mantuvo en 0%. Los países de México y Perú reportaron una baja en la actividad, mientras que Chile y principalmente Colombia presentaron un alza.
- Respecto a las ventas se reporta una variación anual negativa de 0.7% demostrando la tendencia de la recuperación en la actividad durante el 2022. Chile es el único país que reporta una baja de 46,7% de variación anual. México y Colombia son los que presentan una mejor variación para las ventas tanto respecto del año anterior como al trimestre anterior.
- En cuanto al ticket promedio, este se incrementó en 6,5% anual, y se observa que México mantiene el ticket promedio más elevado y Colombia en más bajo; y México presenta la mayor variación trimestral al alza (ver Tabla 7).

Tabla 7

Resumen del mercado LATAM - 3Q2022

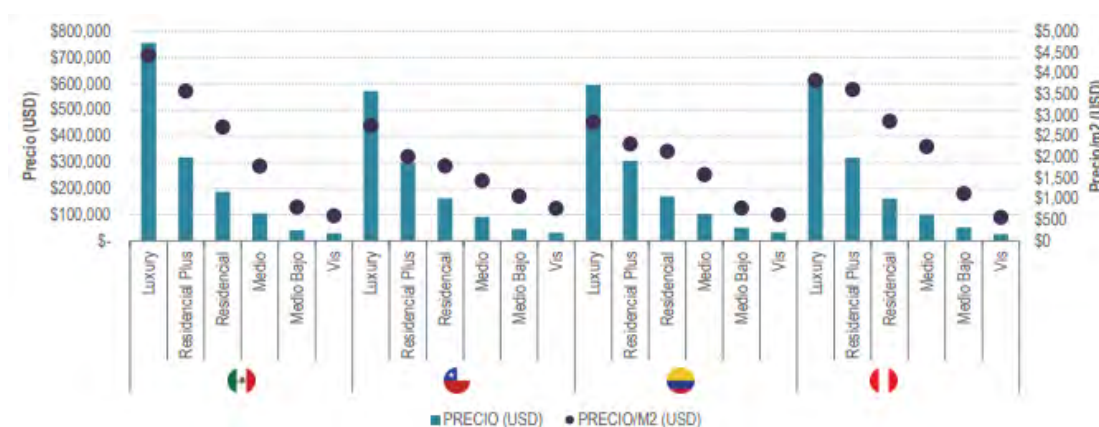
	TRIM / AÑO					LATAM
# DE PROYECTOS	3T21	1,551	1,021	571	1,075	4,218
	2T22	1,563	1,095	485	979	4,122
	3T22	1,545	1,113	560	905	4,123
	VAR. TRIM (%)	-1.2%	1.6%	15.5%	-7.6%	0.0%
	VAR. ANUAL (%)	-0.4%	9.0%	-1.9%	-15.8%	-2.3%
STOCK ACTUAL	3T21	57,781	52,667	20,084	29,859	160,391
	2T22	58,988	54,318	18,321	23,405	155,032
	3T22	58,927	53,764	15,815	18,594	147,100
	VAR. TRIM (%)	-0.1%	-1.0%	-13.7%	-20.6%	-5.1%
	VAR. ANUAL (%)	2.0%	2.1%	-21.3%	-37.7%	-8.3%
VENTAS	3T21	4,963	11,051	14,869	3,904	34,787
	2T22	6,071	5,752	10,363	4,760	26,946
	3T22	6,911	5,891	17,616	4,116	34,534
	VAR. TRIM (%)	13.8%	2.4%	70.0%	-13.5%	28.2%
	VAR. ANUAL (%)	39.3%	-46.7%	18.5%	5.4%	-0.7%
SUPERFICIE HABITABLE (M2)	3T21	89	63	59	91	74
	2T22	90	63	58	90	74
	3T22	90	63	56	91	74
	VAR. TRIM (%)	-0.4%	0.1%	-3.9%	0.7%	-0.5%
	VAR. ANUAL (%)	1.1%	0.0%	-5.2%	-0.3%	-0.6%
TICKET PROMEDIO (USD)	3T21	\$191,877	\$148,972	\$73,442	\$129,184	\$138,980
	2T22	\$207,095	\$133,225	\$68,905	\$134,260	\$138,804
	3T22	\$215,076	\$152,248	\$62,298	\$138,483	\$148,009
	VAR. TRIM (%)	3.9%	14.3%	-9.6%	3.1%	6.6%
	VAR. ANUAL (%)	12.1%	2.2%	-15.2%	7.2%	6.5%
VALOR M2	3T21	\$1,873	\$2,423	\$1,235	\$1,520	\$1,804
	2T22	\$2,045	\$2,125	\$1,156	\$1,626	\$1,783
	3T22	\$2,139	\$2,370	\$1,098	\$1,675	\$1,900
	VAR. TRIM (%)	4.6%	11.5%	-5.0%	3.0%	6.6%
	VAR. ANUAL (%)	14.2%	-2.2%	-11.1%	10.2%	5.3%
MESES DE INVENTARIO	3T21	35	14	4	23	14
	2T22	24	16	3	13	11
	3T22	24	17	2	11	10
	VAR. TRIM (%)	-0.6%	1.8%	-15.8%	-12.1%	-4.6%
	VAR. ANUAL (%)	-31.3%	16.3%	-46.2%	-51.2%	-26.6%
VELOCIDAD DE VENTAS (%)	3T21	1.2%	3.0%	4.3%	1.8%	2.6%
	2T22	1.9%	2.5%	6.3%	2.7%	3.3%
	3T22	1.9%	2.4%	7.1%	2.6%	3.4%
	VAR. TRIM (%)	0.0%	-0.1%	0.8%	-0.1%	0.1%
	VAR. ANUAL (%)	0.7%	-0.6%	2.8%	0.8%	0.8%

Nota. Tomado de “Residencial Market Overview LATAM 3Q 2022” por Tinsa Research, 2022. Información de dominio público.

Podemos observar que México posee el mayor precio de vivienda para el segmento de vivienda de lujo (ver Figura 26) y también posee la brecha más grande entre vivienda de lujo y vivienda social (VIS); mientras que Chile posee el precio más bajo para vivienda social (ver Figura 27).

Figura 26

Características de los departamentos y valores por segmentos para México, Chile, Colombia y Perú 2022



Nota. Tomado de “Residencial Market Overview LATAM 3Q 2022” por TINSÁ Research, 2022. Información de dominio público.

Figura 27

Valor de ticket promedio por segmento para México, Chile, Colombia y Perú

SEGMENTO	México		Chile		Colombia		Perú		LATAM	
	TICKET PROMEDIO	VALOR/ M2	TICKET PROMEDIO	VALOR/ M2	TICKET PROMEDIO	VALOR/ M2	TICKET PROMEDIO	VALOR/ M2	TICKET PROMEDIO	VALOR/ M2
Vis	\$31,696	\$606	\$25,277	\$565	\$31,969	\$778	\$28,276	\$551	\$31,116	\$707
Medio Bajo	\$50,769	\$729	\$51,108	\$1,083	\$44,232	\$1,065	\$51,567	\$746	\$47,838	\$928
Medio	\$102,913	\$1,375	\$100,873	\$2,206	\$92,251	\$1,423	\$102,661	\$1,578	\$100,258	\$1,822
Residencial	\$188,561	\$2,674	\$164,216	\$2,730	\$164,276	\$1,672	\$169,632	\$2,086	\$172,762	\$2,505
Residencial Plus	\$318,501	\$3,544	\$313,151	\$3,350	\$306,003	\$1,865	\$303,625	\$2,269	\$314,931	\$3,285
Luxury	\$758,502	\$4,372	\$623,465	\$3,761	\$550,363	\$2,494	\$694,019	\$2,808	\$707,372	\$4,081

Nota. Tomado de “Residencial Market Overview LATAM 3Q 2022” por TINSÁ Research, 2022. Información de dominio público.

En referencia a los segmentos y sus brechas entre sus precios máximos y mínimos, podemos observar (ver Tabla 8) que éstas se mantienen aproximadamente en la misma proporción para los países en caso de estudio.

Tabla 8

Segmentación por país y moneda nacional, TC: 10-11-2022

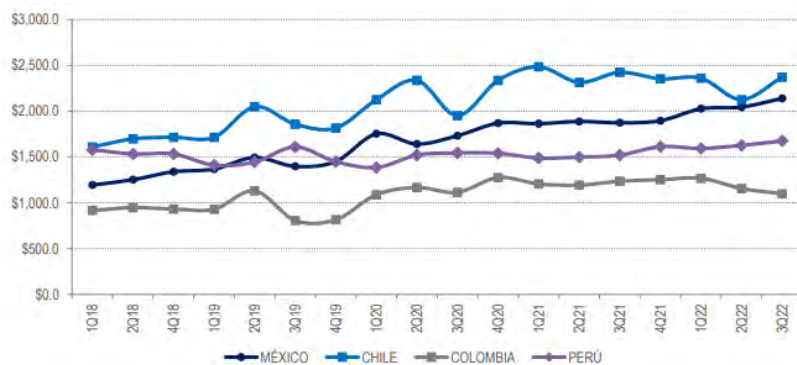
	T.C.		19.3683		4.846.25		886.588		3.82274	
2021	USD		Peso Mexicano		Peso Colombiano		Peso Chileno		Sol Peruano	
Segmentos LATAM	Min.	Máx.	Min.	Máx.	Min.	Máx.	Min.	Máx.	Min.	Máx.
Luxury	USD\$ 400,001		\$ 7,467,561		\$ 1,156,172,001		\$ 254,886,801		S/. 1,308,029	
Residencial Plus	USD\$250,001	USD\$400,000	\$ 4,667,226	\$ 7,467,560	\$ 722,607,501	\$ 1,156,172,000	\$ 159,304,251	\$ 254,886,800	S/. 817,519	S/. 1,308,028
Residencial	USD\$130,001	USD\$250,000	\$ 2,426,958	\$ 4,667,225	\$ 375,755,901	\$ 722,607,500	\$ 82,638,211	\$ 159,304,250	S/. 425,110	S/. 817,518
Medio	USD\$65,001	USD\$130,000	\$ 1,213,480	\$ 2,426,957	\$ 187,877,951	\$ 375,755,900	\$ 41,419,106	\$ 82,638,210	S/. 212,556	S/. 425,109
Medio bajo	USD\$35,001	USD\$65,000	\$ 653,413	\$ 1,213,479	\$ 101,165,051	\$ 187,877,950	\$ 22,302,596	\$ 41,419,105	S/. 114,453	S/. 212,555
Vis		USD\$35,000		\$ 653,412		\$ 101,165,050		\$ 22,302,595		S/. 114,452

Nota. Tomado de “Residencial Market Overview LATAM 3Q 2022” por TINSA Research, 2022. Información de dominio público.

En relación a la evolución del valor por metro cuadrado durante 2018 y 2022, se observa que México y Chile, son los países que más alza han sufrido a través de los años, que, si bien ha sido progresiva durante el tiempo, evidencia cierta tendencia de inestabilidad (ver Figura 28).

Figura 28

Evolución del valor/m² (USD) promedio 1Q18 – 3Q22



Nota. Tomado de “Residencial Market Overview LATAM 3Q 2022” por TINSA Research, 2022. Información de dominio público.

3.1.1.3 Ciclo económico mundial. Hemos sido testigos de lo que la pandemia producto del virus del COVID-19, generó durante su periodo de restricciones sociales muy duras restricciones al consumo y por ello existió una gran contracción económica a nivel mundial de muchas actividades comerciales. Luego del confinamiento mundial obligatorio, cada país dio cabida a normativas y estimulaciones que incentiven nuevamente el consumo e inversión y así hacer frente a las consecuencias generadas por el virus en los mercados económicos. Ciertamente dicho escenario se mostró motivador, ya que se evidenció que las personas confiaban nuevamente en un resurgimiento de la economía; se pudo notar que el consumo e inversión repuntan las situaciones de la pandemia y se veía con buenos ojos los siguientes meses luego del fin del confinamiento. Lamentablemente, estalló un evento que no se tenía previsto, y menos que se presentará durante este periodo de recuperación económica mundial; la invasión de Rusia a Ucrania.

Si bien efectivamente se podría decir que se evidenciaba una recuperación económica con miras a una expansión y así tener las esperanzas de llegar al auge económico nuevamente durante algunos pocos años, la invasión de Ucrania está haciendo temblar tal posibilidad. Ya habíamos caído en una depresión producto de la pandemia, y este escenario de guerra ha llevado al mundo a una recesión global de la cual estamos tratando de salir; lamentablemente no se tiene claro un panorama de cuánto será la duración de este conflicto, el cual se está tratando de mitigar al máximo y dentro de lo posible.

Las consecuencias sobre los precios de los productos energéticos y alimenticios se ven a nivel mundial, el combustible ha alcanzado un alza enorme que hasta se duplica en muchos países del mundo. La inflación generada por todas estas alzas de precios, no hacen más que restringir el consumo de las familias, y los productos financieros están

sufriendo la pegada también con el alza de créditos.

Ahora, si bien estamos ante un escenario de incertidumbre desfavorable a nivel mundial, aún no se presenta una crisis de niveles incontrolables, después de todo, el consumo a nivel mundial se ha visto reducido, pero se sigue consumiendo, se siguen comercializando commodities en el mundo; la situación es verdaderamente adversa, pero también se evidencia un gran optimismo por una pronta recuperación debido a que la baja en los consumos no ha sido tan grande.

Dicho esto, claramente la economía mundial se encuentra en un estado de recesión, ya que nos encontramos ante una caída importante en la producción, el empleo y la inversión; pero con miras a nivel global de una recuperación no muy lejana que dependerá básicamente del fin de la guerra entre Rusia y Ucrania y/o la dependencia mundial de los recursos alimenticios y energéticos de estos dos países, y de la estabilización de la inflación mundial.

3.1.1.4 Influencia sobre el Perú. Producto de la desaceleración de la economía mundial y de la guerra entre Rusia y Ucrania, existieron diversas repercusiones en la economía peruana.

El alza del precio de ciertos commodities, en su mayoría el petróleo crudo y el trigo trajo consigo daños a diversas industrias y mercados peruanos, lo cual encarece ciertas producciones lo cual resulta en alza de precios en los productos que las familias peruanas adquieren.

Por otro lado, una de las sanciones a Rusia precisa excluir a los bancos rusos del sistema; con lo cual, muchos pagos a exportadores se encuentran congelados, lo que dificulta el proceso de comercialización de bienes (importación y exportación).

La economía peruana avanzó un 3.84% en el primer trimestre del 2022, en

comparación con los primeros tres meses del año 2021, y en el periodo anualizado desde abril del 2021 presentó un incremento del 13.19%, según cifras divulgadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

De acuerdo con el informe del INEI (2023), el producto bruto interno (PBI) peruano acumuló en el periodo del último trimestre 2022 un crecimiento del 1.7%, evidenciando la desaceleración económica al compararse con los tres primeros trimestres. De acuerdo al informe técnico N°1 de febrero 2023 de INEI, el crecimiento del PBI se explica principalmente por el buen desempeño de la demanda interna (2,1%), explicada por el consumo de las familias que se incrementó en 2,3%, así como el aumento de la inversión bruta fija que creció en 2,6%, sin embargo, la contracción de la inversión privada fue de -1,8%. Así mismo, se indica que la evolución del PBI en el último trimestre del 2022, se da en un contexto en el que la economía mundial posee menor ritmo de crecimiento; y así los principales socios comerciales del Perú (EE. UU, zona euro y China) mostraron un crecimiento menor a 3,0%. Cabe resaltar que, según dicho análisis, los efectos del COVID-19 fueron marginales, así que no incidieron en la actividad económica.

El informe de situación BBVA Research (2022, diciembre), ha revisado con un sesgo a la baja, en condiciones externas más favorables, las previsiones de crecimiento de la economía peruana para 2023 y 2024. En ellas ha considerado que hay una expansión del PBI de 2,5% y de 2,4 en el 2024.

Es cierto que los indicadores sanitarios en el país han presentado una mejora sensible, pero, aun así, el PIB viene perdiendo impulso, ya que no encierra un clima de debilidad de la confianza empresarial, mayor conflictividad social (sobre todo en los pueblos mineros) y de mayores presiones inflacionarias vinculadas a factores externos como lo es el conflicto entre Rusia y Ucrania.

Por otra parte, según el informe de situación Perú BBVA Research diciembre 2022, la inversión privada presentará una variación de 0,0% este año 2023, considerando que la inversión de proyectos empresariales se tomaría con mayor cautela y habría un retroceso de la inversión minera dada la conclusión de Quellaveco y se inicia la construcción de nuevas minas que son de menor tamaño (San Gabriel, Magistral).

En cuanto a la política fiscal, el informe Situación Perú de BBVA Research asume un proceso de consolidación muy gradual e indica que, con la trayectoria prevista para el déficit fiscal, la deuda pública bruta, como porcentaje del PIB, se mantendrá relativamente inalterada este año, en torno a un nivel equivalente a 34,3% del PIB, pero hacia adelante BBVA Research prevé que seguirá escalando, aproximándose a 36,2% en 2027”.

Según el reporte de Inflación marzo 2023 del BBVA Research, la inflación interanual se redujo ligeramente a 8,65% en febrero de 2023, desde 8,66% en enero de 2023, impulsada por el mayor precio de los alimentos con alto contenido importado, los combustibles; así como por la depreciación del sol. La inflación sin alimentos y energía aumentó de 5,80% a 5,87% en el mismo periodo, ubicándose por encima del rango meta.

De acuerdo al estudio de situación del BBVA Research (202, diciembre), el Banco Central ha seguido en los últimos meses aumentando y ajustando su tasa de política monetaria, sin embargo, redujo la magnitud de dichos incrementos a un ritmo de 25 pb por mes (antes 50pb por mes).

Adicionalmente, la crisis alimentaria producida por la escasez de fertilizantes como consecuencia del conflicto entre Rusia y Ucrania, pone en una situación aún más delicada al país; ya que no se están sembrando las hectáreas disponibles para la producción requerida. De no solucionarse este problema, la producción de alimentos

caería, con lo que se elevarían los precios de los alimentos en la primera mitad de 2023, haciéndolos menos asequibles a las familias peruanas.

3.1.2 Perú

3.1.2.1 Acontecimientos recientes. El Perú viene de un repunte económico producto de un escenario desfavorable por la pandemia del COVID-19, que afectó duramente el país, estableciendo una de las tasas de mortalidad más altas del mundo. Producto de la masificación de la vacunación y las políticas sanitarias, el país se encuentra en un estado más estable y de mejora respecto de la pandemia, cuyos efectos se van menguando conforme se van minimizando las fuentes de contagio, lo cual benefició la reactivación económica de los sectores productivos.

Las discrepancias políticas no han llegado a perpetuar del todo el crecimiento que se venía desarrollando durante los últimos dos años; y la modalidad de trabajo remoto, ha cambiado la interacción entre colaboradores y sus centros de trabajo, y permitiendo también una mayor dinámica en los sectores, con mayor flexibilidad; de igual manera el sector educación, atendiendo hoy en día mediante clases a distancia.

3.1.2.2 La situación política del Perú se encuentra en un estado de constante intriga e inestabilidad en cuanto a sus líderes; ya que muchos ex representantes de distintas carteras ministeriales del gobierno del expresidente Pedro Castillo, han sido relacionados con procesos de corrupción; esto conlleva a la desconfianza y cuestiona las decisiones de la principal línea de mando del país. Hoy en día con el ingreso de la nueva presidenta Dina Boluarte, si bien existe un cambio para mejor en la idoneidad al escoger los representantes de las carteras ministeriales de país, existe un sector de la población que aún apoya al ex presidente Castillo, ciertamente manipulado por el sector radical de la izquierda política, y que manifiesta su “descontento y discrepancia” con su salida y detención de manera agresiva a lo largo de todo el país, invocando a la violencia,

vandalismo y paros económicos de muchos sectores. Ante estos acontecimientos, el gobierno no ha evidenciado una postura clara y fuerte referente a las consecuencias de dichos actos que, de una u otra manera, han representado daños materiales, personas heridas y hasta muertas, y una mayor desaceleración económica.

Así mismo, la escasa probabilidad de un acuerdo entre líderes y actores políticos llena de incertidumbre todas las decisiones importantes que están por tomarse, ya que sin consenso y apertura a la escucha activa y percepción de distintos puntos de vista, no se sabe el resultado final. El ingreso de un nuevo gobierno de izquierda, que ganó terreno silenciosamente a nivel de líderes de instituciones, dificulta frente a la derecha predominante hasta el momento en el congreso, la toma de las mejores decisiones y la colaboración eficaz para el desarrollo del país que se encontraba rebrotando de las consecuencias de la pandemia por el COVID-19; a esta post crisis de salud, le sumamos la crisis alimentaria, la inflación mundial y la escasa capacidad de decisión por parte del gobierno para mitigar sus efectos.

El escenario político no es muy prometedor a mejorar a corto plazo, dado las situaciones de conflicto sociales en las comunidades mineras, casos de exministros y el ex presidente cuestionados por actos de corrupción, y un escenario de elecciones generales incierto.

Podemos decir que aún existe inestabilidad en cuanto a sus líderes, y sumado a la crisis post pandemia y la crisis alimentaria, atrasan y no ayudan a mejorar el repunte que se tenía desde el 2021. Ello pone en modo de alerta a los inversionistas quienes decidirán pausar o retirar sus inversiones del país ante la potente amenaza de una crisis mucho mayor. Una alerta positiva, es que durante las últimas semanas de febrero se ha visto una disminución de protestas y actos violentos en la mayoría de regiones del país; junto al efecto de cambio de gobierno a uno de postura “neutral”, pronostican que si

bien a corto plazo aún tendremos dificultades para la estructuración y consenso del nacional; a mediano plazo existe una esperanza de mejora, al poder elegir nuevamente y con mayor sabiduría a nuestros representantes, que recibirán un mejor escenario político-económico internacional.

3.1.2.3 Economía. La situación económica del país está viendo mermada su capacidad de repunte frente al desarrollo post pandemia COVID 19, debido a la crisis mundial alimentaria y de insumos, debido a la incapacidad de decisiones estabilizadoras por parte del pasado gobierno y el de turno frente a la situación interna. La incapacidad disuasiva y de resolución de conflictos frente al problema en el sector minero y la paralización de sus actividades, ve fuertemente golpeado el desarrollo del país y su capacidad de sopesar los demás efectos de la crisis internacional que ya alcanzó su pico. Pese a ello, y esperando una solución del problema, el Perú afronta un crecimiento económico estable, que requerirá principalmente de la confianza del sector privado para mantener y ampliar sus inversiones, así como de las mejoras de las condiciones económicas internacionales.

De acuerdo al reporte de inflación de diciembre 2022 del BCRP (ver Tabla 9), se ha registrado un decremento de 2,9% interanual el 2022 respecto del 2021 (13,6%) escenario que se esperaba, producto de la desaceleración en la actividad económica e incremento de la inflación mundial. Se presenta un estancamiento en la inversión empresarial la cual sustenta la menor proyección de la inversión privada. Se proyecta también un crecimiento mantenido para el 2023 de 2,9% y de manera similar para el 2024 de 3,0%.

Tabla 9*Demanda interna y PBI (%), Perú 2021-2024*

	2021	2022*			2023*		2024*
		Ene.-Set.	RI Set.22	RI Dic.22	RI Set.22	RI Dic.22	RI Dic.22
Demanda interna	14,7	2,5	2,5	2,7	2,7	2,5	3,1
Consumo privado	12,4	5,1	4,2	4,4	3,1	3,0	3,0
Consumo público	10,6	-0,2	1,5	-1,6	2,0	2,0	3,0
Inversión privada	37,4	0,2	0,0	0,0	1,8	1,0	2,5
Inversión pública	24,9	0,6	2,1	6,0	0,0	0,0	4,0
Var. de inventarios (contribución)	-2,5	-0,9	-0,5	-0,2	0,0	0,0	0,0
Exportaciones	13,7	6,1	5,5	5,0	7,7	6,4	2,5
Importaciones	18,6	4,1	3,8	4,3	6,5	4,6	2,9
Producto Bruto Interno	13,6	2,9	3,0	2,9	3,0	2,9	3,0

RI: Reporte de Inflación.

* Proyección.

Fuente: BCRP.

Nota. Tomado de “Reporte de Inflación diciembre 2022, Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2022-2024” por Banco Central de Reserva del Perú, 2022. Información de dominio público.

Referente al PBI por sectores económicos, se ha registrado una baja en el PBI no primario durante de -0,6% durante el periodo enero-setiembre 2022, y un cierre proyectado de 6,3% el 2023; mientras que, en las actividades no primarias, el PBI muestra una ligera caída de 3,9% en el periodo enero –setiembre 2022 a 3,4% al cierre del 2022 y de 2,0% al cierre de 2023, con una recuperación de 3,1% en 2024 (ver Tabla 10). Respecto al sector construcción, se muestra al cierre del 2022 un crecimiento de 3,5%, viéndose este crecimiento mermado durante el 2023 hasta una proyección de 1,3%.

Tabla 10*PBI por sectores económicos (variaciones porcentuales reales), Perú 2022-2024*

	2021	2022*			2023*		2024*
		Ene.-Set.	RI Set.22	RI Dic.22	RI Set.22	RI Dic.22	RI Dic.22
PBI primario	6,4	-0,6	1,9	0,7	5,8	6,3	2,8
Agropecuario	4,6	4,1	2,4	-3,5	2,4	2,4	2,7
Pesca	9,9	-16,6	-5,7	-13,4	5,3	11,6	3,5
Minería metálica	10,5	-2,8	1,6	0,0	8,4	8,6	2,8
Hidrocarburos	-4,6	6,9	8,0	4,2	4,7	4,7	4,9
Manufactura	3,2	-4,1	-0,2	-1,8	4,9	6,9	2,0
PBI no primario	15,7	3,9	3,3	3,4	2,3	2,0	3,1
Manufactura	25,2	4,1	3,6	2,8	2,6	2,0	3,0
Electricidad y agua	8,5	3,5	3,0	3,8	5,0	5,0	3,9
Construcción	34,5	2,0	0,5	3,5	2,0	1,3	3,2
Comercio	17,8	3,5	2,6	3,1	2,5	2,4	3,5
Servicios	11,8	4,2	3,7	3,6	2,2	2,0	2,9
Producto Bruto Interno	13,6	2,9	3,0	2,9	3,0	2,9	3,0

RI: Reporte de Inflación.
 *Proyección.
 Fuente: BCRP.

Nota. Tomado de “Reporte de Inflación diciembre 2022, Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2022-2024” por Banco Central de Reserva del Perú, 2022. Información de dominio público.

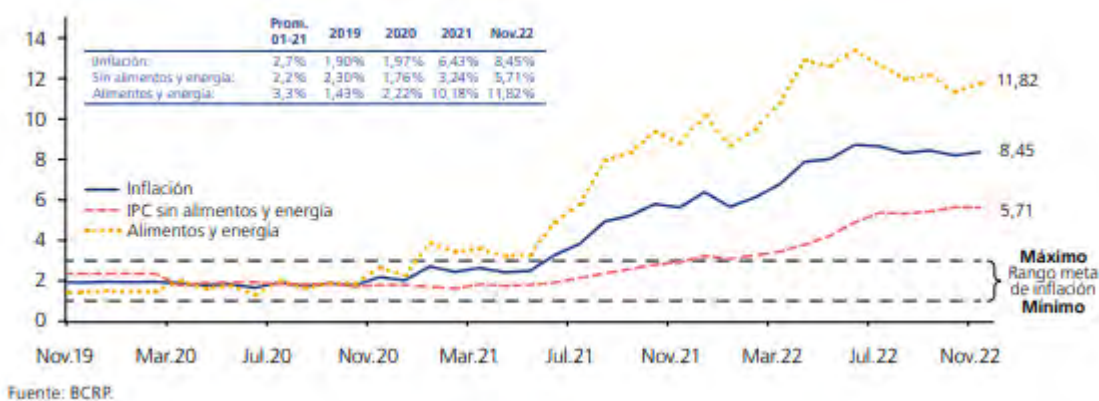
Se evidencia un crecimiento sostenido durante el 2022, y se pronostica que permanecerá constante durante el periodo 2023 y hasta el 2024, enfrentándose a un escenario internacional de restricciones económicas a fin de controlar la inflación mundial, las cuales han surtido el efecto deseado. Durante el 2022 se mantuvo escenario de discrepancias políticas, que no permitían el desarrollo deseado en el país, paralizando inclusive las actividades más productivas. Hoy en día se espera una disminución en dichas diferencias ideológicas de gobierno, que puedan ayudar al consenso y así restaurar la confianza mermada durante el último año.

Respecto a la inflación, este año se reportó una tasa de 8.40% interanual en agosto 2022 a 8,45% en noviembre 2022 (ver Figura 29). Dicha tasa está compuesta principalmente por lo rubros que más contribuyen que son el transporte local, las comidas fuera del hogar, la papa y el huevo. El BCRP proyecta que la inflación

interanual retorne al rango meta hacia fines del 2023, asumiendo el efecto del tipo de cambio, precios de combustible internacional y granos (ver Figura 30).

Figura 29

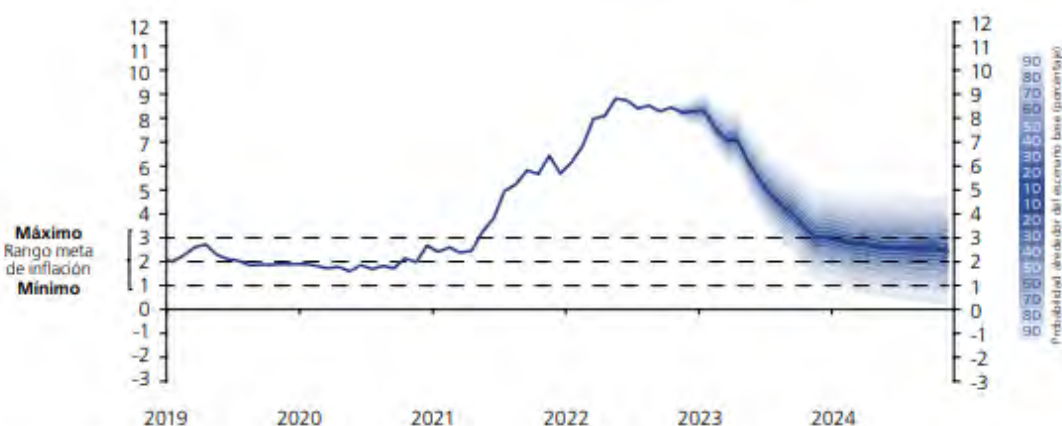
Inflación (variación %)



Nota. Tomado de “Reporte de Inflación diciembre 2022, Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2022-2024” por Banco Central de Reserva del Perú, 2022. Información de dominio público.

Figura 30

Proyección Inflación 2022-2024



Nota: Este Fanchart presenta la distribución de los posibles valores de la proyección de la inflación a lo largo del horizonte de proyección. Su línea central, es la moda de la distribución y muestra la proyección del escenario base presentado en este Reporte de Inflación. Cada par de bandas del abanico (cada tono o sombreado) acumula un 10% de probabilidad, e indica los posibles valores para la evolución de la inflación en el horizonte de proyección asociado con este nivel de confianza.

Fuente: BCRP.

Nota. Tomado de “Reporte de Inflación diciembre 2022, Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2022-2024” por Banco Central de Reserva del Perú, 2022. Información de dominio público.

Así mismo, se proyecta según el BCRP un tipo de cambio esperado de entre S/. 3,90 y S/.4,00 para 2023 y 2024, lo cual contribuirá también a que la inflación retorne al rango meta en su horizonte de proyección. Esta depreciación del sol por dólar continuará hasta que el estado de señales de estabilidad y seguridad, y así evitar la fuga masiva de capital de inversión de moneda extranjera.

3.1.2.4 Demografía. De acuerdo al estudio de INEI “Perú: 50 años de cambios, desafíos y oportunidades poblacionales” publicado en julio de 2022, la población peruana tendría 33 millones 396 mil 700 habitantes. Según dicho estudio, se puede evidenciar que existe una tendencia a la desaceleración del crecimiento de la población desde el año 1972 hasta la actualidad, en la que se proyecta una tasa de 1,3 para finales del 2025 y de 0,8 para finales del 2030 (ver Figura 31).

Figura 31

Tasa de crecimiento promedio anual de la población peruana 1836-2030 (%)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Nota. Tomado de “Perú: 50 años de cambios, desafíos y oportunidades poblacionales” por INEI, 2022. Información de dominio público.

Referente a la composición por grupos de edad, se muestra que la proporción de la población menores de 15 años de edad se mantuvo desde 1940 con 42,1% hasta 1981 con 41,2%; demostrando que el país poseía una población indiscutiblemente joven (ver Tabla 11). Luego empieza a tomar importancia el grupo etario de la población entre 15 a 59 años, que pasa de representar el 51,1% en 1940, a elevarse a 62,4% en 2022. De igual manera se observa que la población más longeva, mayores de 60 años, se eleva de 6,4% en 1940 hasta 13,3% en 2022, lo que evidencia un progresivo envejecimiento de la población peruana.

Tabla 11

Evolución de la población según grandes grupos de edad, 1940-2022 (miles y %)

Grandes grupos de edad	Población censada							Población Proyectada 2022
	1940	1961	1972	1981	1993	2007	2017	
Total	6 208,0	9 906,7	13 538,2	17 005,2	22 048,4	27 412,2	29 381,9	33 396,7
De 0 a 14 años	2 612,2	4 290,1	5 937,3	7 012,6	8 155,4	8 357,5	7 754,1	8 108,7
De 15 a 59 años	3 197,4	5 025,4	6 775,8	8 963,7	12 349,3	16 559,0	18 130,3	20 837,4
De 60 y más años	398,4	591,3	825,1	1 028,9	1 543,7	2 495,6	3 497,6	4 450,6
Estructura porcentual	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
De 0 a 14 años	42,1	43,3	43,9	41,2	37,0	30,5	26,4	24,3
De 15 a 59 años	51,5	50,7	50,0	52,7	56,0	60,4	61,7	62,4
De 60 y más años	6,4	6,0	6,1	6,1	7,0	9,1	11,9	13,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Censos Nacionales de Población y Vivienda: 1940, 1961, 1972, 1981, 1993, 2007 y 2017. Estimaciones y Proyecciones de la Población Nacional, por Año Calendario y Edad Simple. Boletín Especial N° 24.

Nota. Tomado de “Perú: 50 años de cambios, desafíos y oportunidades poblacionales” por INEI, 2022. Información de dominio público.

Analizando la ciudad de Lima, se el estudio indica una proyección de 9 millones 943 mil 800 habitantes para finales del 2022, considerando que para el último censo nacional se presentó una población de 8 millones 575 mil habitantes (ver Tabla 12).

Tabla 12*Ciudades con más de 100 000 habitantes, 1940-2022*

Ciudades	Población censada							Población Proyectada 2022
	1940	1961	1972	1981	1993	2007	2017	
Lima	562,9	1 632,4	2 981,3	4 164,6	5 706,1	7 605,7	8 575,0	9 943,8
Callao		213,5	321,2	443,4	639,7	876,9	994,5	1 154,2
Arequipa		163,7	306,1	442,9	629,1	806,5	1 009,0	1 142,9
Trujillo		102,3	240,3	364,4	537,5	766,1	919,9	1 111,3
Chiclayo			177,3	263,2	393,4	527,2	552,5	609,4
Chimbote			174,2	231,6	291,4	320,2	354,3	402,6
Iquitos			110,2	169,1	274,8	367,2	377,6	451,2
Piura			126,0	202,1	272,2	377,9	473,0	562,3
Huancayo			126,8	171,8	279,8	385,4	465,8	547,2
Cusco			121,5	177,6	255,6	348,9	428,5	523,3
Ica				112,5	161,5	238,1	289,9	348,1
Sullana				117,0	149,1	170,3	184,9	206,2
Tacna					174,3	242,5	286,2	337,5
Pucallpa					172,3	272,6	327,6	410,8
Juliaca					142,6	216,7	276,1	328,7
Huánuco					118,8	146,8	196,6	233,9
Chincha					112,2	153,6	181,5	215,0
Ayacucho					105,9	151,0	216,4	268,3
Huacho					104,3	133,6	156,8	185,2
Cajamarca						161,2	201,3	243,8
Puno						119,1	128,6	143,1
Tarapoto						116,6	144,8	171,7
Huaraz							118,8	140,0
Puerto Maldonado								116,5
Tumbes								108,2
Talara								102,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Censos Nacionales de Población y Vivienda: 1940, 1961, 1972, 1981, 1993, 2007 y 2017. Proyecciones de Población.

Nota. Tomado de “Perú: 50 años de cambios, desafíos y oportunidades poblacionales” por INEI, 2022. Información de dominio público.

3.1.2.5 Sector Construcción e Inmobiliario. Para iniciar a dar un vistazo al mercado inmobiliario del Perú, se define de acuerdo a TINSAs 2022, la clasificación de niveles socioeconómicos según el valor de departamentos como: NSE A+, A, AB, B, C y D (ver Figura 32).

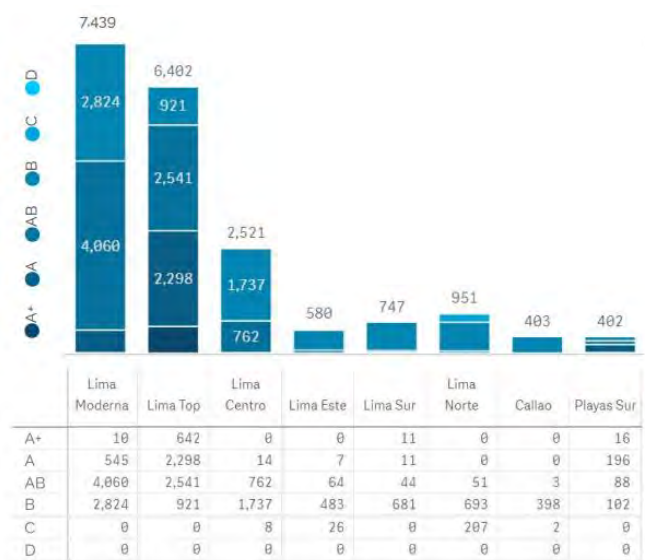
Figura 32*Clasificación de NSE según valor de departamentos*

Segmentos económicos considerados para este reporte
* NSE: Referencialmente, entre otras variables, se considera lo siguiente.:
NSE A+: unidades con un valor de S/ 1'250,000 a más
NSE A: unidades con un valor de S/ 670,000 a S/ 1'250,000
NSE AB: unidades con un valor de S/ 420,000 a S/ 670,000
NSE B: unidades con un valor de S/ 165,000 a S/ 420,000
NSE C: unidades con un valor de S/ 57,000 a S/ 165,000
NSE D: unidades con un valor de hasta S/ 57,000

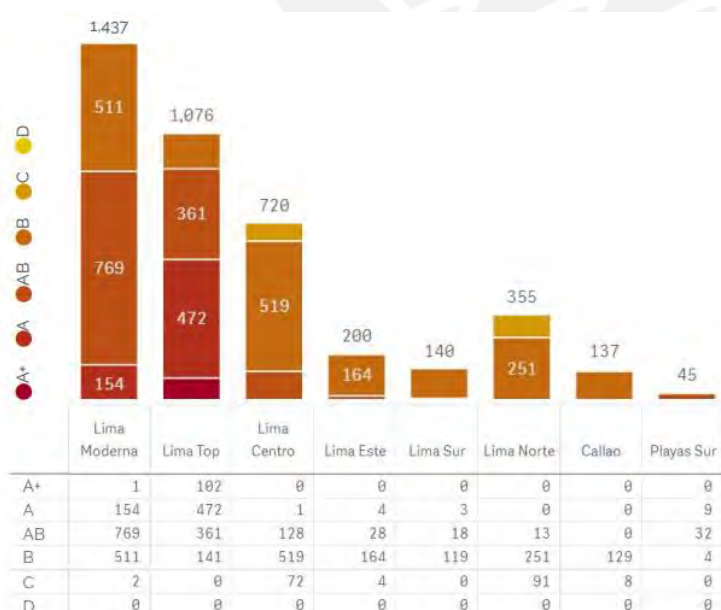
Nota. Tomado de “Residential Market Overview – Perú, Tercer trimestre 2022” por TINSA, 2022. Información de dominio público.

De acuerdo al último reporte de TINSA del 3er trimestre 2022 en Lima Metropolitana y Callao, al cierre de dicho periodo se reportó un total de 19,445 unidades inmobiliarias disponibles, sobre las cuales predomina la oferta dirigida al nivel socioeconómico (NSE) “B” con un 40.3%, seguido del nivel socioeconómico AB, con un 39.2% (ver Figura 33). Referente a la venta de las unidades inmobiliarias, se registró un total de 4,110 unidades vendidas, de las cuales la mayoría está dirigidas principalmente al nivel socioeconómico (NSE) “B” con 44.7%, seguido por el nivel socioeconómico “AB” con el 32.8% de las ventas (ver Figura 34).

Cabe resaltar que en el rango de nivel socioeconómico “B”, están incluidas las viviendas que participan del programa Mi Vivienda, el cual ofrece beneficios económicos como incentivo a los compradores.

Figura 33*Unidades inmobiliarias disponibles 3er Trimestre 2022*

Nota. Tomado de “Residential Market Overview – Perú, Tercer trimestre 2022” por TINSA, 2022. Información de dominio público.

Figura 34*Unidades inmobiliarias vendidas 3er Trimestre 2022*

Nota. Tomado de “Residential Market Overview – Perú, Tercer trimestre 2022” por TINSA, 2022. Información de dominio público.

Según se puede apreciar, existe muy poca oferta y venta de unidades inmobiliarias dirigidas al nivel socioeconómico (NSE) “C”, y nulas unidades ofrecidas para el nivel socio económico D; en estos rangos, se encuentra la oferta de del programa “Techo Propio” y parte del programa “Mivivienda”.

Se puede evidenciar que existe una tendencia positiva al consumo de viviendas dirigidas sobre todo al nivel socioeconómico (NSE) “B”, las cuales se ofrecen en todas las zonas de Lima, pero en mayor cantidad en las zonas de Lima Moderna, Lima Centro y Lima Norte (ver Figura 35).

Figura 35

Sectorización de Lima Metropolitana



Nota. Tomado de “Residential Market Overview – Perú, Tercer trimestre 2022” por TINSA, 2022. Información de dominio público.

Respecto a la colocación de créditos de subsidio para vivienda, el Fondo Mi Vivienda reporta en 2022 un total de 13,507 desembolsos para sus distintos destinos y modalidades de uso (ver Tabla 13).

Tabla 13

Colocación de créditos de Fondo Mi Vivienda 2022

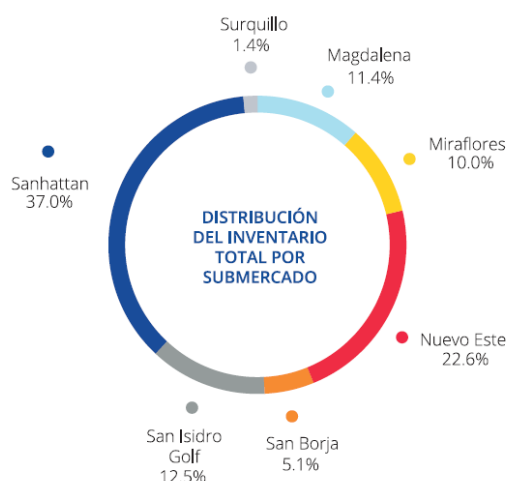
Destino	Producto	2022 st
TOTAL		13 507
Vivienda en construcción	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	10 402
	MIVIVIENDA Tradicional	-
	Cred. Complementario TP	1 130
	Cobertura de Riesgo -PBP	-
	MIHOGAR	-
	MICONSTRUCCION	-
	MIVIVIENDA Estandarizado	-
	MICASA MAS	-
Terreno	MITERRENO	-
Vivienda terminada	MIVIVIENDA Tradicional	-
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	1 097
	Cobertura de Riesgo -PBP	-
	Cred. Complementario TP	33
	MIHOGAR	-
	MICASA MAS	-
	MIVIVIENDA Estandarizado	-
Vivienda en ampliación	MICONSTRUCCION	-
Vivienda en mejoramiento	MICONSTRUCCION	-
	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	-
Vivienda de segundo uso	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	418
	MICONSTRUCCION	-
Construcción en terreno propio	Nuevo Crédito MIVIVIENDA	427

Nota. Tomado de “Boletín Estadístico diciembre 2022” de Fondo Mivivienda, 2022. Información de dominio público.

En referencia al sector inmobiliario de oficinas, de acuerdo al estudio de Colliers Internacional – Perú 2022, el mercado de oficinas Prime no tuvo nuevos ingresos de oficinas en el último trimestre de 2022 y existe una vacancia de 304,182m² que representan el 22,2% del inventario total de oficinas útiles (1,368,223m²), con alza en los distritos de Magdalena y San Borja (ver Figura 36).

Figura 36

Distribución de inventario total de Oficinas Prime por submercado Lima 2022

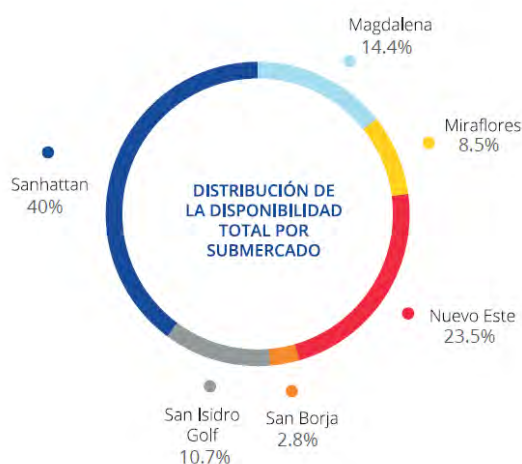


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas Prime 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Se nota que la vacancia de oficinas prime está concentrada en los submercados de Sanhattan y Nuevo Este con un 63,5% de la vacancia total (ver Figura 37).

Figura 37

Distribución de la disponibilidad total de Oficinas Prime por submercado Lima 2022

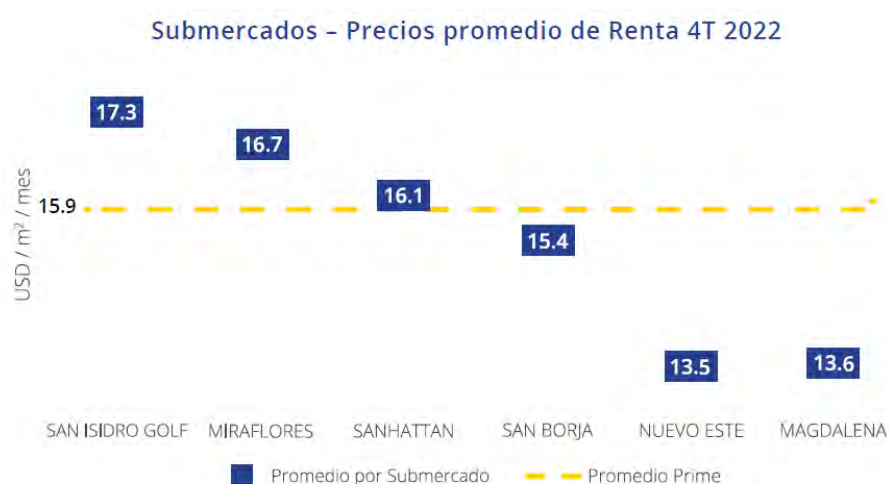


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas Prime 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

El precio de renta mensual promedio durante el 2022 cerró en USD 15,9 por m² más impuestos, manteniéndose estable durante todo el año (ver Figura 38). El menor precio promedio lo ubicamos en el distrito de Magdalena con USD 13,6 y el valor más elevado lo encontramos en San Isidro Golf, con un valor de USD 17,3 por m².

Figura 38

Precio promedio por m² de renta de Oficinas Prime por submercados 4T 2022

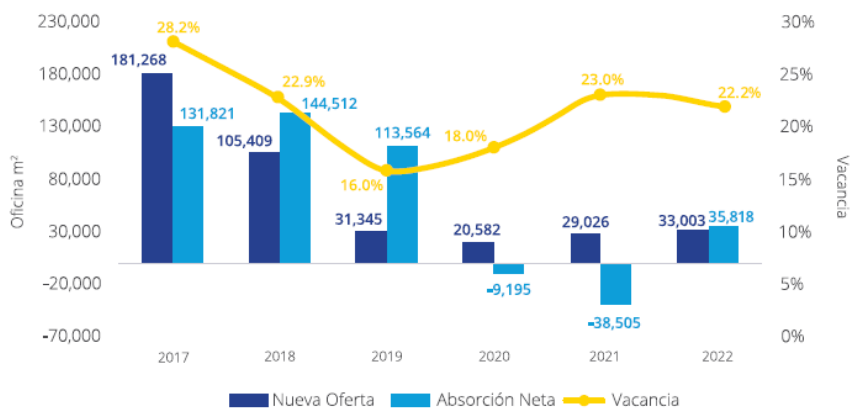


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas Prime 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Se observa también que el acumulado de absorción neta al cierre del 2022 es de 35,818m², lo cual continúa la tendencia de recuperación del mercado de oficina luego de la pandemia y años consecutivos de cifras negativas, -9,195m² en 2020 y -38,508m² en 2021; sin embargo, aún se encuentra lejos de la cifra pre pandémica del año 2019, la cual en sus primeros tres trimestres llegó a 74,141m², obteniendo un mayor al doble de lo acumulado durante todo el 2022 (ver Figura 39).

Figura 39

Nueva Oferta, Absorción y Vacancia – Oficinas Prime

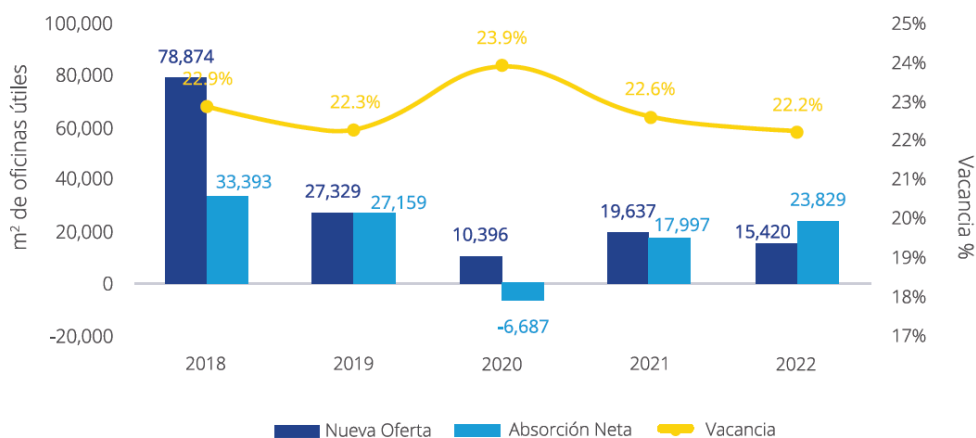


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas Prime 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Así mismo, el mercado de oficinas B+ y B, muestra una vacancia de 292,932m² que representan el 21,8% del inventario total de oficinas. Se presenta un precio promedio por m² de USD 12,8 y una absorción neta durante el 2022 de 23,829m² (ver Figura 40).

Figura 40

Nueva Oferta, Absorción y Vacancia – Oficinas B+, B

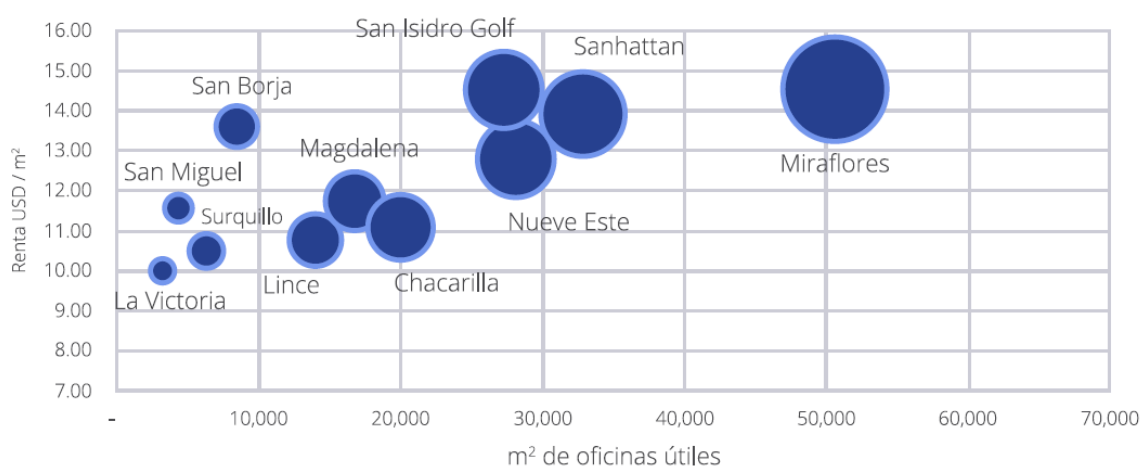


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas B+ y B 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Podemos ver que para el tipo de oficinas B+, el distrito de Miraflores presenta la mayor cantidad de m² de oficinas útiles juntamente con el mayor precio por m², seguido por el grupo de oficinas conformado por las zonas de San Isidro Golf, Sanhattan y Nuevo Este (ver Figura 41); mientras que en distrito con menos m² y con menor precio por m² es el distrito de La Victoria.

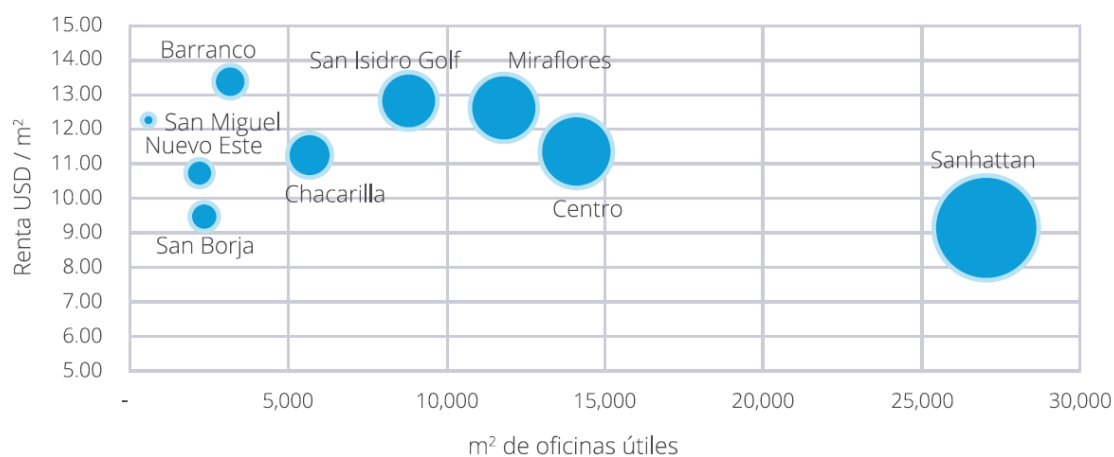
Figura 41

Renta promedio – Oficinas B+ por ubicación



Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas B+ y B 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Por otro lado, para el mercado de renta de oficina B, la zona de Sanhattan cuenta no solo con la mayor cantidad de m² disponibles, sino también con el mayor precio por m², seguido por las zonas Centro y Miraflores (ver Figura 42). La zona con el menor número de m² disponibles y con también el menor precio por m², es el distrito de San Miguel.

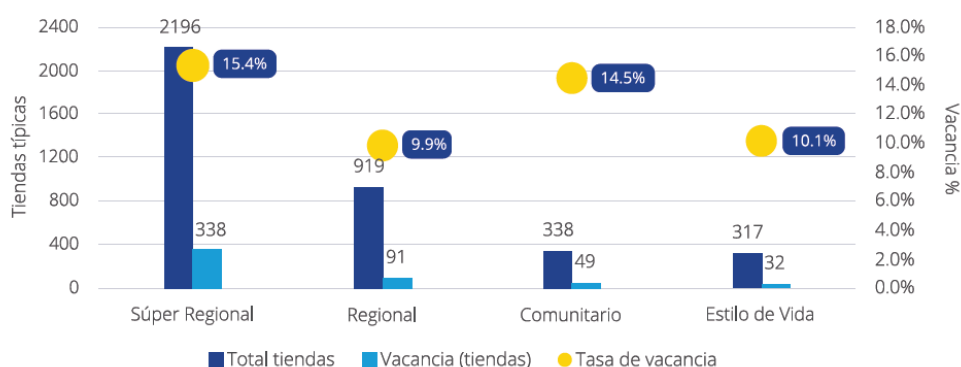
Figura 42*Renta promedio – Oficinas B por ubicación*

Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Oficinas B+ y B 4T 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

En el mercado del Retail, se parte de un total de 25 centros comerciales monitoreados en Lima y Callao, dentro de los cuales se registran un total de 1770 tiendas típicas (no anclas, no patio de comidas, no módulos); sobre los mismos se posee una vacancia total de 13,5% equivalente a 510 tiendas típicas al cierre del 2022, disminuyendo 2,6% respecto de primer semestre en el cual se registró un valor de 16,2%. De acuerdo al tipo de centro comercial, en el disgregado se pudo apreciar que la mayor tasa de vacancia la presentan los centros de tipo “Súper Regional” con 15.4%, mientras que la menor tasa de vacancia la presentan los centros de “Estilo de Vida” con 10.1% (ver Figura 43).

Figura 43

Inventario y vacancia en CC 2 Semestre 2022 (tiendas típicas)

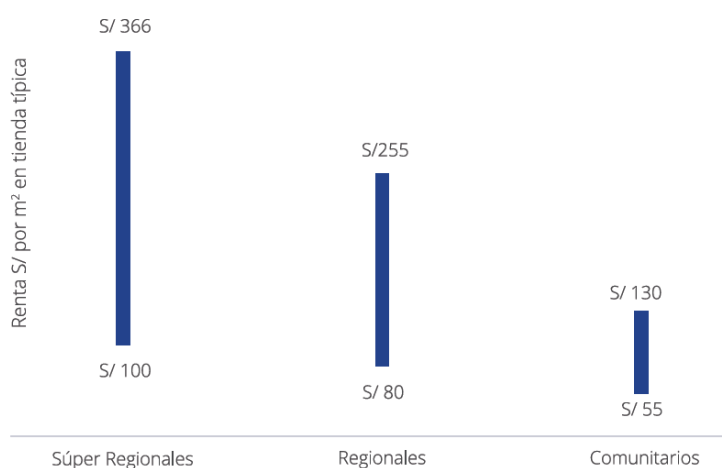


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Reporte Retail 2S 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Referente a los precios de renta, los centros comerciales de tipo “Super Regional” son los que poseen el rango de precio por m² más elevado con un máximo de S/ 366.00 por m²; mientras que los centros de tipo “Comunitarios” llegan valor máximo de S/ 130.00 por m² (ver Figura 44).

Figura 44

Rango promedio de renta en CC por m² por tipo de CC

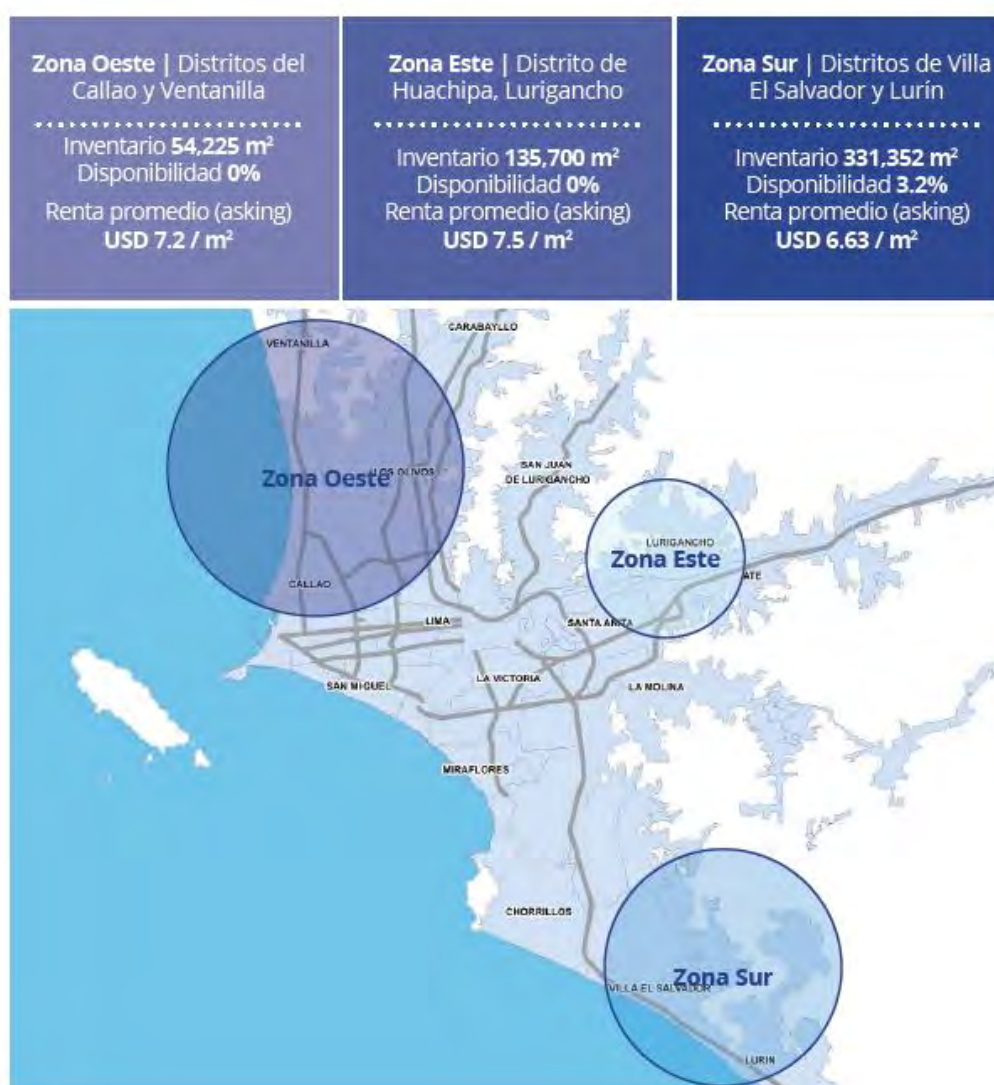


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Reporte Retail 2S 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Por otro lado, el mercado logístico sigue presentando un alza debido al e-commerce, lo cual representa una gran oportunidad para el sector en Lima. El inventario total sobre el cual opera el mercado logístico en Lima Metropolitana es de 521,277m² de almacenes con características de tipo A, sobre los cuales existe una vacancia de 2,0% y con un precio promedio mensual por establecido en USD 6,91 por m² (ver Figura 45).

Figura 45

Almacenes tipo A en Lima y Callao 2022

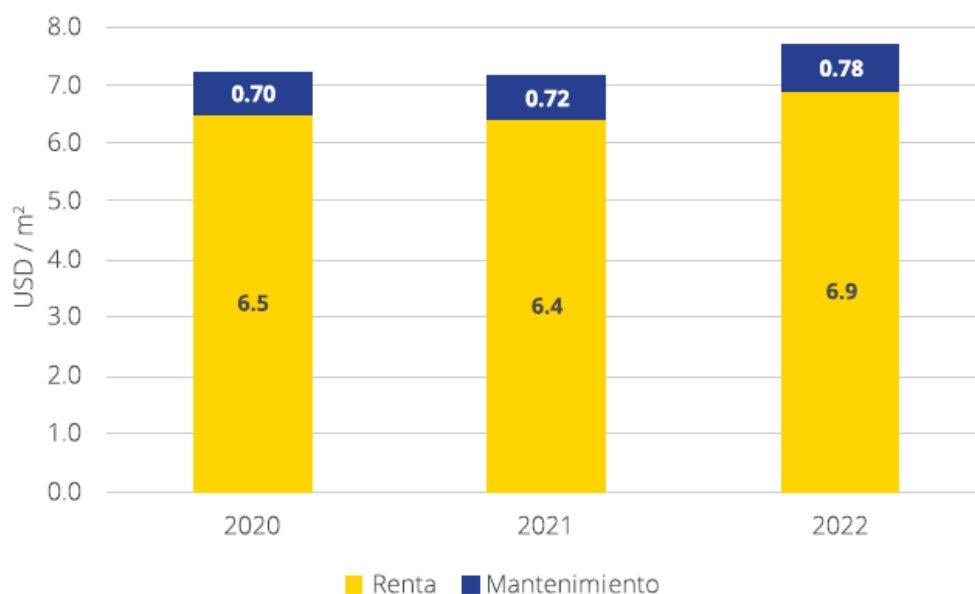


Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Reporte Almacenes 2S 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

La evolución del precio de renta por m² en el mercado de almacenes ha ido en aumento, tal como se mencionó previamente debido al éxito del e-commerce, que si bien fue impulsado en gran medida por el estilo de vida impuesto por la pandemia del COVID-19, hoy en día se considera ya como una normalidad en el día a día de los consumidores (ver Figura 46). Se nota también que, en su distribución por zona, el precio de renta por m², alcanza su máximo valor en todas las zonas por igual, con variaciones en sus valores mínimos y promedios (ver Figura 47).

Figura 46

Precio de renta y evolución mensual



Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Reporte Almacenes 2S 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

Figura 47*Renta promedio en almacenes A por zona 2022*

Nota. Tomado de “The Knowledge Report, Reporte Almacenes 2S 2022” por Colliers International, 2023. Información de dominio público.

3.1.3 Déficit de Vivienda en Lima Metropolitana

De acuerdo a la Encuesta nacional de programas presupuestales 2011-2019 de INEI, el déficit habitacional está definido como la carencia del conjunto de requerimientos que tiene la población para contar con una vivienda digna, los cuales pueden ser de carácter espacial o de acceso a servicios básicos, por lo que se definen los dos componentes más importantes del déficit habitacional, que son:

- A. Componente Cuantitativo: Considera la carencia de viviendas aptas para cubrir las necesidades habitacionales de los hogares que no poseen viviendas, de tal manera que cada vivienda pueda albergar en su interior a un solo hogar.
- B. Componente cualitativo: Considera las deficiencias en la calidad de la vivienda ya sea materialidad (paredes y pisos), espacio habitable (hacinamiento) y servicios básicos

(agua potable, desagüe y electricidad). Este cálculo busca determinar (identificar) aquellas viviendas que requieren ser mejoradas en cuanto a su infraestructura en los aspectos mencionados.

De acuerdo al último Censo realizado por el INEI en 2017, Lima posee un déficit cuantitativo de 177 mil viviendas. Según el estudio de CAPECO (2020), la oferta de viviendas en Lima metropolitana ha mantenido un crecimiento sostenido durante los años 2017-2020 (ver Tabla 14).

Tabla 14

Oferta total de edificaciones según destino 2017-2020

	2017		2018		2019		2020	
	m2	%	m2	%	m2	%	m2	%
Vivienda	1,993,322	76.8%	2,117,092	78.0%	2,298,352	84.3%	2,731,032	85.8%
Local comercial	33,002	1.3%	28,878	1.1%	7,508	0.3%	7,224	0.2%
Oficina	173,387	6.7%	151,789	5.6%	66,632	2.4%	39,475	1.2%
Otros destinos	397,352	15.3%	415,314	15.3%	354,072	13.0%	403,951	12.7%
Total	2,597,063	100.0%	2,713,073	100.0%	2,726,564	100.0%	3,181,682	100.0%

Nota. Adaptado de “25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2020. Copyright CAPECO @2019.

De acuerdo al con el estudio “Hacia una nueva política de vivienda en Perú: problemas y posibilidades”, elaborado por el Grupo de análisis para el desarrollo (GRADE, 2020), en Lima se requieren un total de 84,298 viviendas para reducir la brecha déficit habitacional que se irá acumulando en los próximos 10 años, pero la producción anual son solo 58,300 viviendas, por los que se requiere un incremento del 45% en la producción anual de viviendas para cubrir la brecha (ver Figura 48).

Figura 48*Requerimiento anual de producción de viviendas en Perú*

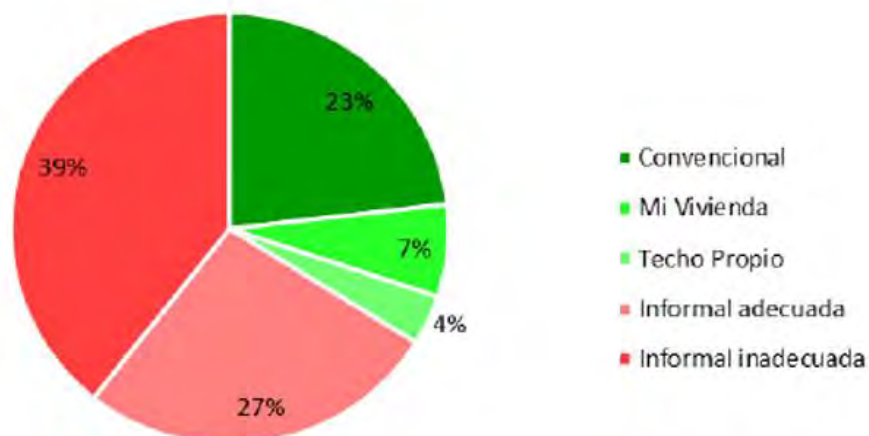
Ciudad	Producción actual	Producción adicional para:		Total	Incremento de viviendas requerido (%)
		Proveer vivienda a todos los hogares nuevos	Reducir déficit acumulado en 10 años		
Lima	58,300	4,045	21,953	84,298	45%
Arequipa	9,341	1,719	4,176	15,237	63%
Trujillo	5,881	647	2,273	8,800	50%
Chiclayo	3,056	378	1,570	5,004	64%
Cusco	2,816	1,589	2,610	7,014	149%
Piura	3,339	166	806	4,311	29%
Ica	3,193	187	1,178	4,558	43%
Huancayo	2,978	380	1,377	4,735	59%
Iquitos	1,013	70	528	1,611	59%
Puno	3,094	1,154	1,982	6,230	101%
Chimbote	3,044	62	719	3,826	26%
Resto Urbano	31,774	4,392	10,820	46,985	48%
Total	127,827	14,790	49,992	192,610	51%

Fuente: Censos de Población y Vivienda 2007 y 2017

Elaboración: GRADE

Nota. Tomado de “Hacia una nueva Política de Vivienda en el Perú: Problemas y posibilidades” por GRADE, 2020. Información de dominio público.

Según en el estudio, un 66% de las unidades producidas en el Perú anualmente, son viviendas informales, que ciertamente contribuyen a la disminución del déficit habitacional, puede generar una cantidad de viviendas inadecuadas, con un 39% del total de viviendas producidas. Así mismo, se observa que un solo un 7% de las viviendas totales producidas, han sido ejecutadas bajo en incentivo del programa Mi vivienda, y tan solo un 4% bajo el incentivo del programa Techo Propio (ver Figura 49).

Figura 49*Estructura de oferta de vivienda en el Perú urbano*

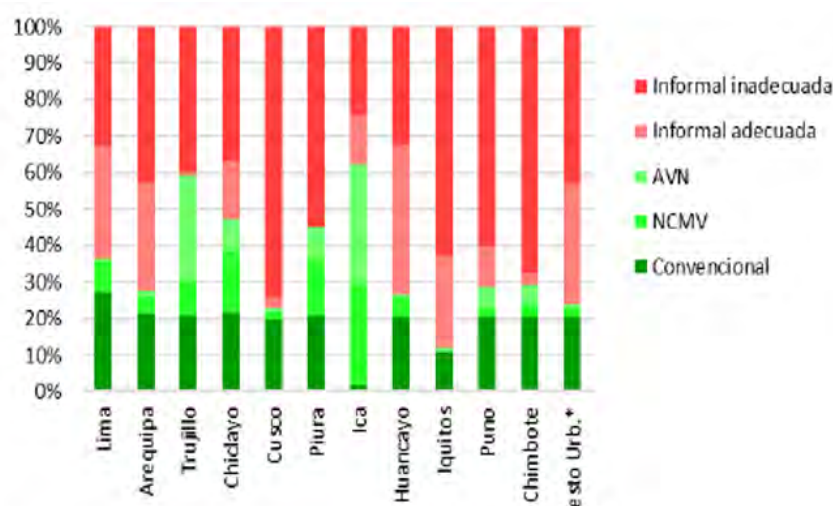
Fuentes: Censos de Población y Vivienda 2007 y 2017; CAPECO (2019); FMV (2020)
 Elaboración: GRADE

Nota. Tomado de “Hacia una nueva Política de Vivienda en el Perú: Problemas y posibilidades” por GRADE, 2020. Información de dominio público.

Se puede apreciar que las mismas proporciones se mantienen a lo largo de ciudades importantes, sobretodo en Lima, donde alrededor del 60% de las viviendas producidas al año son hechas de manera informal y menos del 10% de las unidades producidas son a raíz de los programas del Fondo Mi vivienda (ver Figura 50).

Figura 50

Estructura de la oferta de vivienda en Perú urbano, por ciudades principales



*56 ciudades con más de 20.000 habitantes

Fuentes: Censos de Población y Vivienda 2007 y 2017; CAPECO (2019); FMV (2020)

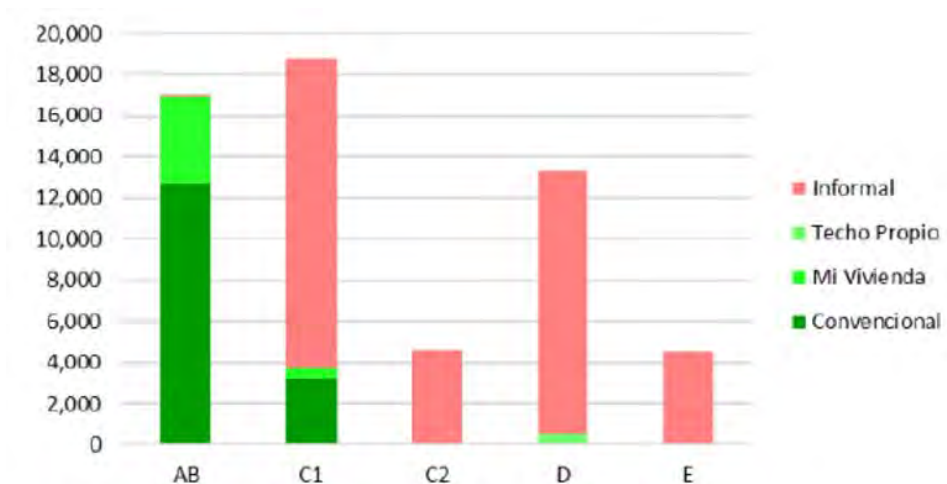
Elaboración: GRADE

Nota. Tomado de “Hacia una nueva Política de Vivienda en el Perú: Problemas y posibilidades” por GRADE 2020. Información de dominio público.

El mismo estudio revela que en Lima, la mayoría de viviendas informales producidas son realizadas por los sectores de la población con niveles socioeconómicos C y D, lo cual demuestra que el esfuerzo y el impacto del estado por promover la vivienda adecuada a los sectores medio y bajos a través de los programas del Fondo Mi vivienda, resulta muy escaso (ver Figura 51).

Figura 51

Producción anual de viviendas en Lima, por NSE y tipo de producción



Fuentes: Censos de Población y Vivienda 2007 y 2017; CAPECO (2019); FMV (2020)
Elaboración: GRADE

Nota. Tomado de “Hacia una nueva Política de Vivienda en el Perú: Problemas y posibilidades” por GRADE 2020. Información de dominio público.

3.1.4 Situación de arrendamiento en Lima Metropolitana

Podemos definir el contrato de alquiler o arrendamiento, como aquel acuerdo entre una parte arrendadora o propietaria y otra parte arrendataria o inquilina, mediante el cual se hace uso de un determinado bien inmueble por un plazo pactado, tras una compensación o renta económica. Mediante esta modalidad se permite que individuos, grupos y/o familias que no poseen la solvencia económica requerida, tengan acceso a la vivienda digna sin la necesidad desembolsar grandes sumas de dinero destinadas a una cuota inicial de vivienda o el pago de cuotas hipotecarias.

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2011 al 2021 del INEI, el 12,8% de las viviendas en el Perú en 2021 son alquiladas, habiéndose reducido este porcentaje en -0.4% respecto al 2020 (ver Figura 52).

Figura 52

Viviendas según régimen de tendencia 2012 – 2021, Perú

Régimen de tenencia	Año										Variación porcentual (2021 - 2020)
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Propia 1/	68,1	69,7	70,8	70,5	70,9	69,8	69,1	68,6	68,4	66,4	-2,0
Cedida por otro hogar	14,5	12,8	11,8	11,6	11,5	12,9	13,1	13,5	13,4	15,8	2,4
Alquilada	12,3	12,9	12,6	13,0	12,5	12,5	12,6	12,8	13,2	12,8	-0,4
Cedida por otra institución	3,7	3,5	3,7	3,9	4,2	4,1	4,4	4,3	4,2	4,2	0,0
Cedida por el centro de trabajo	1,2	1,0	1,1	0,9	0,9	0,7	0,7	0,7	0,5	0,6	0,1
Otra 2/	0,1 a/	0,1 a/	0,0	0,1 a/	0,9 a/	0,1 a/	0,1 a/	0,1 a/	0,2 a/	0,1 a/	-0,1

Nota: Para los años 2020 y 2021, debido al aislamiento social obligatorio por la pandemia del COVID – 19, se tomó como medida reducir el número de preguntas del cuestionario y hacer la entrevista solo de manera telefónica, no pudiéndose hacer seguimiento a las preguntas que generan este indicador, esto ocurrió en los meses de abril a agosto en el año 2020; y en el mes de febrero del año 2021 para algunos departamentos (Áncash, Apurímac, Ayacucho, Prov. Const. del Callao, Cusco, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, Lima, Loreto, Madre de Dios, Pasco y Puno).

1/ Comprende: Propia totalmente pagada, propia por invasión y propia, comprándola a plazos.

2/ Comprende: Anticresis y vivienda en litigio.

a/ Los resultados son considerados referenciales porque el número de casos en la muestra para este nivel no es suficiente y presentan un coeficiente de variación mayor al 15%.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2012 - 2021.

Nota. Tomado de “Encuesta Nacional de Programas Presupuestales 2011 – 2021” por INEI, 2022. Información de dominio público.

En Lima Metropolitana el porcentaje de las viviendas en condición de alquiladas asciende a 17,3%, teniendo en Lima centro una concentración del 24,3% de los inmuebles residenciales y presentándose con mayor incidencia en el nivel socioeconómico medio (ver Figura 53).

Figura 53

Régimen de propiedad de las viviendas de Lima Metropolitana por Sector Urbano y Estrato Socioeconómico

Condición de la vivienda	Total	Sector urbano de residencia actual							Estrato Socioeconómico				
		Lima Top	Lima Moderna	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur	Callao	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
Propia totalmente pagado	54.5%	65.9%	66.7%	60.6%	48.2%	43.9%	60.5%	60.6%	71.3%	70.0%	50.4%	47.8%	56.4%
Alquilada	17.3%	18.6%	20.4%	24.3%	17.4%	19.9%	11.3%	12.5%	15.5%	18.4%	20.1%	15.8%	14.2%
Usada con autorización del propietario sin pago	23.2%	11.1%	5.5%	11.0%	31.6%	26.7%	26.4%	21.8%	9.7%	7.0%	25.4%	31.5%	20.9%
Propia comprándola a plazo	2.9%	3.9%	5.6%	3.5%	1.6%	3.9%	0.8%	4.5%	2.9%	3.6%	3.2%	2.3%	3.2%
Ocupada por hecho	1.8%	0.3%	0.3%	0.6%	0.7%	5.6%	1.0%	0.6%	0.5%	0.5%	0.8%	2.2%	5.2%
Otra forma	0.3%	0.2%	1.5%	0.0%	0.5%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.5%	0.1%	0.4%	0.1%
Total: 100%	2,500	671	239	184	512	394	331	169	420	520	520	520	520

Fuente: CAPECO. Base: Total hogares investigados

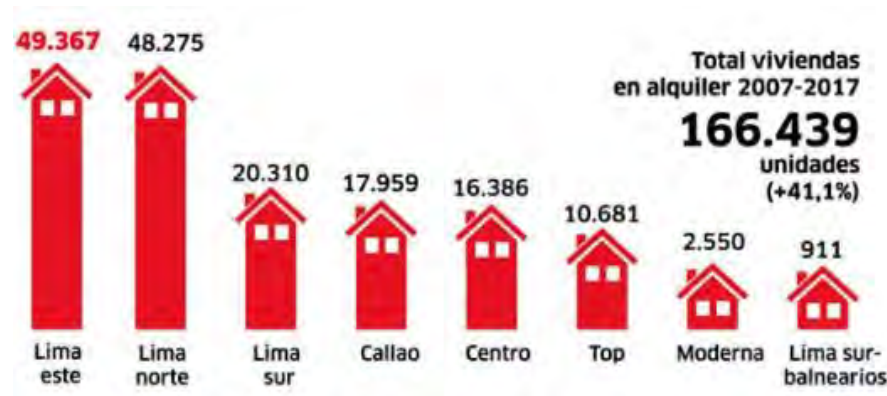
Nota. Tomado de “25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana”

por CAPECO, 2020. Copyright CAPECO @2019.

CAPECO 2018, indicó que entre los años 2007-2017, el alquiler total de viviendas aumentó en un 41,1% con una mayor incidencia en los sectores urbanos de Lima Este y Lima Norte (ver Figura 54); la misma tendencia se apreció en el déficit cuantitativo que se tiene en dichos sectores de Lima (ver Figura 55).

Figura 54

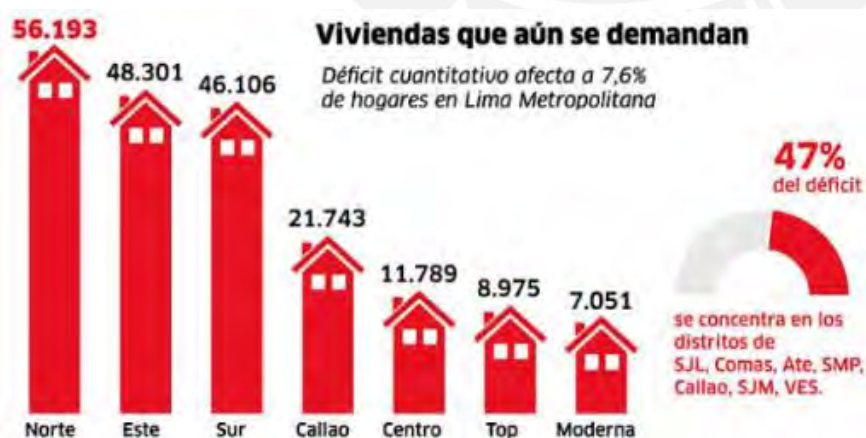
Viviendas alquiladas 2007-2017, Lima



Nota. Tomado de “23° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2018. Copyright CAPECO @2019.

Figura 55

Déficit cuantitativo 2018 en Lima Metropolitana



Nota. Tomado de “23° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana” por CAPECO, 2018. Copyright CAPECO @2019.

De acuerdo al portal Urbania, en 2022 el precio promedio de alquiler en Lima, ascendía a un monto de S/ 2,739.00 (ver Figura 56), con un mayor crecimiento en los distritos de Cercado de Lima (+19%), Jesús María (+10,9%) y San Miguel (+9,5%).

Figura 56

Precio mensual de alquiler por distrito en Lima

DISTRITO	SOLES/MES	VARIACIÓN	
		MES	ANUAL
BARRANCO	3,700	1.8%	-0.3%
MIRAFLORES	3,194	1.4%	5.5%
SAN ISIDRO	3,110	0.7%	2.3%
LINCE	3,051	-2.3%	4.6%
CERCADO DE LIMA	2,879	2.4%	19.0%
JESUS MARIA	2,813	1.2%	10.9%
SURQUILLO	2,772	-1.5%	8.6%
LIMA INDEX	2,739	0.4%	6.4%
MAGDALENA DEL MAR	2,681	2.3%	2.6%
SAN MIGUEL	2,559	-2.7%	9.5%
PUEBLO LIBRE	2,476	0.3%	6.4%
SANTIAGO DE SURCO	2,391	1.1%	7.8%
SAN BORJA	2,337	0.5%	-1.4%
LA MOLINA	2,138	-0.6%	4.3%
CHORRILLOS	1,949	-2.7%	-0.7%
ATE	1,626	-3.0%	-5.3%
LOS OLIVOS	1,472	-0.6%	2.3%
SAN MARTIN DE PORRES	1,430	2.2%	-1.2%

Nota. Tomado de “¿Cuáles son los distritos más económicos para alquilar en Lima?” por Urbania, 2022.

Observamos que la modalidad de alquiler de vivienda, representa una solución importante y de gran representación para las familias peruanas, en la época pre pandémica se evidenció que los niveles de alquileres se encontraban en ascenso tal cual se mostraban en las tendencias descritas; producto del COVID-19 los alquileres y el precio de los mismos tuvo que ajustarse a las condiciones del momento, generando una gran baja en el sector y una gran caída de los precios para mantener a los clientes. Producto de la mejora en las condiciones de vida,

hoy en día, la tendencia pre pandémica está retornando, y junto con el alza de las tasas de intereses y restricciones crediticias para frenar la inflación, la modalidad de arrendamiento de vivienda vuelve al protagonismo para muchas familias e individuos que requieren volver a la movilización por la ciudad y sobre todo en zonas alejadas del centro, considerando también las dificultades de sistema de transporte.

3.1.5 Composición de las familias peruanas

Para poder elaborar un plan de gestión de urbanismo y finalmente el propio diseño de los edificios y viviendas para las personas y familias del país, es de suma importancia entender de qué manera están compuestas las familias peruanas y así determinar las tipologías de las viviendas que mejor se acomoden a la necesidad de las mismas.

De acuerdo al estudio “Familias peruanas, más familias de las que imaginas” de Torrado y Pennano, se plantea en árbol de clasificación de tipos de familia, en el cual se plantean un total de 11 tipos de familias (ver Figura 57), según:

- Familias tradicionales: familias con niños, familias con jóvenes y familias extensas.
- Familias en transición: familias de madres solteras, familias de parejas jóvenes sin hijos, familia de pareja adulta con nido vacío, familias unipersonales, familias co-residentes.
- Familias emergentes: familias de padres solteros, familias de pareja del mismo sexo, familias reconstituidas.

Figura 57

Árbol de clasificación de tipos de familia

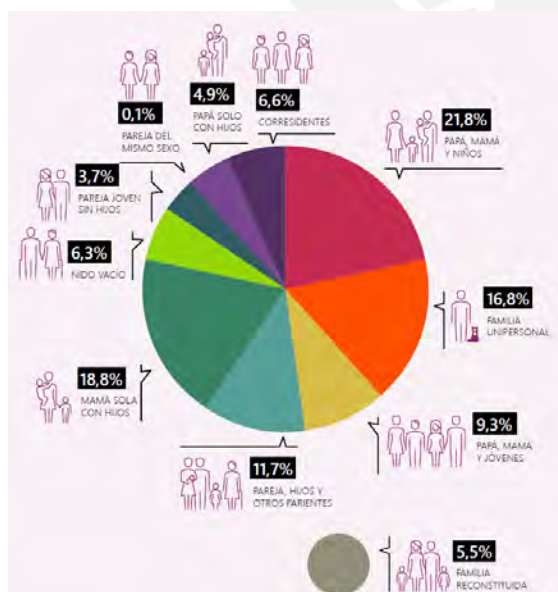


Nota. Tomado de “Familias Peruanas: Más Familias de las que Imaginas” por Torrado y Pennano, 2020.

Del estudio mencionado, se establece la composición de las familias peruanas, teniendo con la mayor representación, las familias compuestas por papá, mamá y niños con 21,8%, seguida por las familias compuestas por mamá soltera con hijos con un 18,8% y la familia unipersonal con 16,8% (ver Figura 58).

Figura 58

Distribución de tipo de familiar peruanas



Nota. Tomado de “Familias Peruana: Más Familias de las que Imaginas” por Torrado y Pennano, 2020.

Para fines de esta investigación, los tipos de familia de mayor interés, son las familias de padres con niños, monoparentales, parejas jóvenes sin hijos, parejas del mismo sexo, las cuales representan un 49,3% del total de familias. Las familias unipersonales correspondientes al 16,8% serán otra opción de alcance muy importante.

Referente a la distribución de los miembros de las familias por su año de nacimiento, se pudo observar que la mayoría de familias objetivo de la presente investigación, se encuentran formadas por miembros de las generaciones “Y” y “Z”, a excepción de las familias unipersonales, quienes en su mayoría pertenecen a la generación de “Baby Boomers” y “Antes de 1946” (ver Tabla 15).

Tabla 15

Distribución de miembros de la familia por generación y tipo de familia

Generación	Periodo de Nacimiento	Total	Padres con niños	Padres con jóvenes	Extensa	Mamá soltera	Papá soltero	Jóvenes sin hijos	Nido vacío	Unipersonales	Corresidentes	Del mismo sexo
Alpha	Desde 2010	14.0%	26.0%	0.0%	17.0%	14.0%	13.0%	2.0%	2.0%	0.0%	7.0%	0.0%
Z	1998-2009	21.0%	28.0%	23.0%	20.0%	24.0%	22.0%	6.0%	4.0%	1.0%	12.0%	5.0%
Y	1983-1997	20.0%	19.0%	21.0%	22.0%	24.0%	23.0%	36.0%	2.0%	11.0%	23.0%	61.0%
X	1964-1982	24.0%	26.0%	31.0%	20.0%	22.0%	22.0%	49.0%	11.0%	21.0%	19.0%	34.0%
Baby Boomers	1946-1963	15.0%	1.0%	21.0%	16.0%	12.0%	13.0%	5.0%	55.0%	39.0%	24.0%	0.0%
Antes 1946	Antes de 1946	6.0%	0.0%	4.0%	5.0%	4.0%	7.0%	2.0%	26.0%	28.0%	15.0%	0.0%

Nota. Adaptado de “Familias Peruana: Más Familias de las que Imaginas” por Torrado y Pennano, 2020.

3.2 Micro Entorno

3.2.1 Investigación de Mercado

Dentro de las metodologías contempladas para analizar el proyecto Lomas de Campoy, se tomarán en cuenta fuentes secundarias, aquellas que analizan el mercado, en el distrito y data implementada en proyectos similares que la empresa realiza; Y fuentes primarias, que se encuentran separadas en información cuantitativa y cualitativa.

3.2.1.1 Metodología

3.2.1.1.1 Fuentes Secundarias. San Juan de Lurigancho ubicado en Lima - Perú es el distrito más poblado de América Latina con una población de alrededor de 1,177,629 habitantes (ASEI 2021). En el distrito se pueden encontrar distintos niveles socioeconómicos predominantes como C, D y E.

Según el Estudio de Dimensiones del Mercado Potencial en Lima Metropolitana realizado por la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI 2021), las características territoriales del distrito de San Juan de Lurigancho son las siguientes:

- La población total estimada fue de 851,543 habitantes, los cuales conforman 227,871 hogares.
- Del rango de ingreso mensual por persona, el 42,6% es de S/1,800 – 3,000 soles, pertenecientes al sector de nivel socioeconómico “D”; el 21,9% posee ingresos entre S/ 3,000 – S/ 5,000 y el 14,6% posee ingresos entre S/ 5,000 – S/ 7,000, ambos (36,5%) pertenecientes al nivel socioeconómico “C”.
- Los estilos de vida encontrados en el distrito son los siguientes: Conservador (28%), Moderna (25%), Formalista (20%), Progresista (14%), Sofisticada (11%) y Austero (2%).
- El grupo de edad predominante es de entre 30 a 44 años.
- Con respecto al porcentaje de vehículos que tiene por persona, el 64% no tiene auto y 36% si tiene.
- La población en su mayoría es empleada (37,326 personas) seguido por independientes (16,655 personas).

- Con respecto a la condición de ocupación por vivienda, 37,295 personas cuentan con título de su vivienda, 13,271 alquiler de vivienda, 4,972 viviendas sin título y 226 viviendas cedidas.

Adicionalmente, El Fondo Mi Vivienda mostró a través del Mapa de Déficit habitacional (INEI 2007), que San Juan de Lurigancho representa el 14% del déficit de vivienda total encontrado en Lima Metropolitana.

Por otro lado, C&V Inversiones Inmobiliarias viene realizando proyectos que contemplan un MIX entre Techo Propio y Mi Vivienda desde el 2019.

Con ello, se precisa que el proyecto Lomas de Campoy sería el tercer proyecto que realizan en dicho rubro. A continuación, se brinda información sobre los proyectos realizados anteriormente.

- Amancaes (2019): Proyecto MIX (Techo Propio y Mi Vivienda) de 93 departamentos y 22 estacionamientos.
 - El proyecto se encuentra ubicado en Canto Grande – San Juan de Lurigancho.
 - El proyecto se trabajó con TFC.
 - El 80% del proyecto fue Techo Propio, el restante era Mi Vivienda
 - Entrega del proyecto 2020.
- Cipreses I: Proyecto MIX (Techo Propio y Mi Vivienda) de 286 departamentos y 57 estacionamientos.
 - El proyecto se encuentra ubicado en Campoy– San Juan de Lurigancho.

- El proyecto se está trabajando con COOPAC.
- El 99% del proyecto es Techo Propio, el restante era Mi Vivienda
- La entrega del proyecto es setiembre 2022.

En base a la experiencia e información histórica que tiene la empresa en el sector y en el nicho de negocio se precisa lo siguiente:

- Los clientes potenciales provienen del propio distrito de San Juan de Lurigancho y también de distritos aledaños como: El Agustino, Cercado de Lima, Rímac, Santa Anita, entre otros.
- Existe un gran número de personas en el distrito de San Juan de Lurigancho que cumplen con los requisitos del Programa Techo Propio. Estos requisitos son los siguientes:
 - El Ingreso Familiar Mensual no puede exceder los s/3,715.00
 - La Familia debe de declarar un dependiente. Este puede ser: esposa, hijos menores de edad, hermanos o nietos menores a 25 años o mayores de 25 años que presenten un tipo de discapacidad o padre/abuelos.
 - No haber recibido ayuda del estado anteriormente.
 - No tener propiedades a nivel nacional.
- En su mayoría, los clientes que compraron una vivienda en nuestros proyectos son gente que vive en inmuebles informales o alquila en San Juan de Lurigancho.
- Alrededor del 70% de nuestros clientes son solteros que comienzan a crecer profesionalmente y tienen la oportunidad de comprarse su primera vivienda.

- En el proyecto Cipreses I, el 42% de nuestros clientes tienen entre 30-40 años, y el 27% tiene 20-30 años.
- Las campañas de marketing se realizan de dos formas: (i) canales digitales como Google Ads, Instagram, Facebook, página web entre otros; (ii) Volanteo en lugares estratégicos por la zona: estaciones de tren, mercados, centros comerciales, supermercados, paraderos, entre otros; y (ii) locaciones fijas, por ejemplo, sala de ventas y Vitrina Inmobiliaria. Así mismo, muchas familias enteras compran en el mismo edificio entre hermanos, primos, padres que pretenden mantener la unidad y cercanía familiar (anteriormente vivían en la misma casa).
- En San Juan de Lurigancho actualmente no existen proyectos en venta como parte del programa Techo Propio.

3.2.1.1.2 Fuentes Primarias

A. Información cualitativa:

Luego de analizar data correspondiente a proyectos anteriores (Cipreses I y Amancaes) que tienen similitud se puede inferir lo siguiente:

- En su mayoría son clientes solteros provenientes de un nivel socioeconómico bajo pero que se encuentran en crecimiento profesional.
- Los clientes requieren departamentos de 2 o 3 habitaciones.
- Los clientes tienen conocimiento de cómo funciona el sistema financiero, tienen manejo de tasas, gastos registrales y notariales.

- Muchos clientes participan en actividades económicas informales e independientes, lo cual hace que el papel que juega la entidad financiera es vital ya que los bancos por ejemplo evitan dichos clientes. Es importante que la entidad bancaria tenga en cuenta el perfil del cliente.

B. Información cuantitativa:

Luego de analizar data correspondiente a proyectos anteriores (Cipreses I y Amancaes) que tienen similitud se puede inferir lo siguiente:

- En su mayoría los clientes tienen más de 10% de cuota inicial.

3.2.1.1.3 Conclusión: Situación de Mercado. Se puede apreciar que el mercado inmobiliario en San Juan de Lurigancho posee una alta demanda. Con ello, entendemos que, en base a la información previamente mostrada, el Proyecto Lomas de Campoy tiene un público objetivo claro y que dichos futuros clientes se encuentran permanentemente en la búsqueda de migrar de renta a principalmente adquirir su primera vivienda.

Adicionalmente, el perfil del cliente está delimitado debido al bono Techo Propio y en mayor medida al de Fondo Mi Vivienda que el proyecto pretende aplicar. Así mismo, si bien es cierto que se tiene un perfil esperado del cliente, el bono es opcional con lo cual si algún cliente que no aplica a dicho beneficio desea comprar la vivienda lo podría hacer.

3.2.2 *El Gobierno y su influencia*

3.2.2.1 Disposiciones legales relevantes. Con respecto, a las medidas que podrían afectar el proyecto Lomas de Campoy, se tomaron las siguientes disposiciones legales dadas por el Estado:

- El Bono Techo Propio brindado por el Fondo Mi Vivienda será S/. 43,312.50 a partir de mayo de 2023.
- El Fondo Mi Vivienda estipula ciertos requisitos para aplicar a dicho bono. Cabe precisar que existen beneficios para otros perfiles de clientes como las personas desplazadas por el terrorismo (siempre y cuando estén empadronadas) cuya cobertura del bono es superior.

3.2.2.2 Actitud del Estado frente al producto. Para la promoción de este proyecto es vital tener como aliado al Estado ya que de ellos depende el presupuesto asignado al Fondo Mi Vivienda para la promoción de bonos Mi Vivienda y Techo Propio.

Para este año la Ley de Presupuesto Público para el año fiscal fue S/. 1060 millones para el Bono Familiar Habitacional (BFH) y el Bono del Buen Pagador (BBP), los cuales son subsidios otorgados a familia para que puedan acceder a una vivienda digna.

Sin embargo, existen riesgos latentes vinculados a que el Fondo Mi Vivienda se estaría quedando sin fondos según el presupuesto asignado a partir de setiembre 2022.

3.2.2.3 Pronóstico de la situación futura. Para la activación de este proyecto, es indispensable evaluar las implicancias que general el Estado en la designación de presupuesto para bonos promovidos por Techo Propio. Para el 2023, se requiere como presupuesto de más de 1000 millones de soles para bonos vivienda, por lo cual el Gobierno envió un proyecto ley para poder cubrir.

Se es de conocimiento, que ya no se cuenta con presupuesto por ello se encuentran

tramitando la extensión del presupuesto.

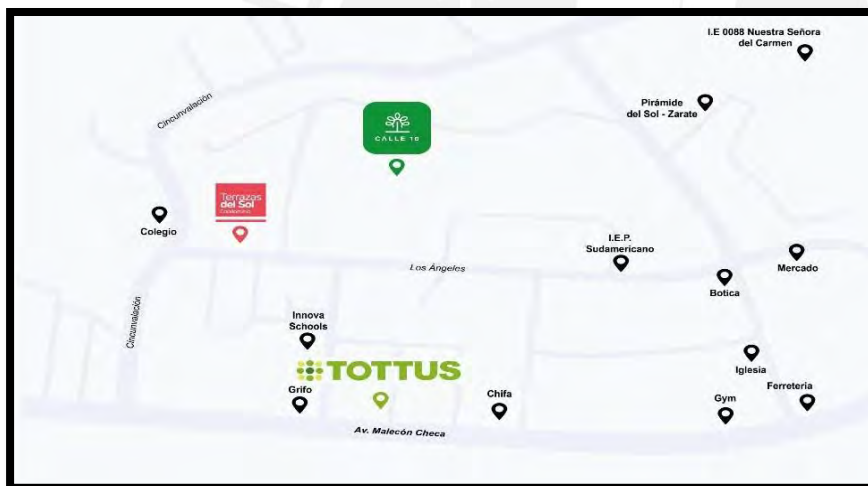
Por otro lado, la inestabilidad política trajo consigo la subida de precios de productos para construcción y el tipo de cambio lo cual afecta al proyecto ya que, al ser la venta en soles, la rentabilidad se ve mermada.

3.2.3 La Competencia (Estudio de cada competidor o del líder en el mercado, según sea el caso)

3.2.3.1 Competidores directos. El Proyecto Terraza del Sol se ubica en Calle Los Ángeles S/N ex fábrica Custer (espalda de Tottus Campoy, ver Figura 59).

Figura 59

Ubicación proyecto Terrazas del Sol



3.2.3.1.1 Productos de la competencia. Terrazas del sol ofrece lo siguiente (ver

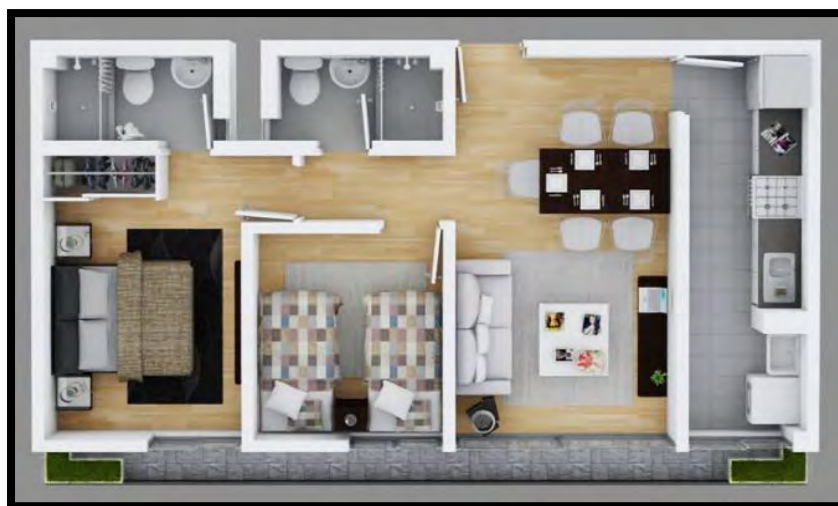
Figura 60):

- Actualmente ofrece solo 02 departamentos de su primera etapa.
- Alrededor de 259 departamentos (por definir) distribuidos en un edificio de 20 pisos.
- Áreas comunes: alameda, parrillas y juego de niños.

- Departamentos de 1,2 y 3 dormitorios (por definir).
- Seguridad 24 horas.
- Estacionamientos a nivel y en sótano.
- Entrega 2024 (por definir).

Figura 60

Características departamento- Terrazas del Sol



Nota. Tomado de Portal Web Terrazas del Sol, por Terrazas del Sol (<http://www.terrazasdelosol.com.pe/>). Información de dominio público.

3.2.3.1.2 Precios de la competencia. La lista de precios del Proyecto Terrazas del

Sol es la siguiente (ver Tabla 16):

Tabla 16

Tabla I Lista de precios - Terrazas del Sol

Tipología	Dormitorios	Área	Precio (S/)	Ratio S/ m ²
M1	D-1	39.0	120,122.00	3,080.05
M2	D-2	61.0	259,000.00	4,245.90
M3	D-3	66.3	290,000.00	4,374.06

3.2.3.1.3 Promoción de la competencia. El método de promoción utilizada por

Terrazas del Sol es la siguiente:

- Brindan información acerca del proyecto recalcando que el precio de la cuota es desde S/990.00.
- Indican que el financiamiento es con el Banco de Crédito del Perú (BCP)
- Indican que para diferenciarse de un Techo Propio “Los acabados son mucho mejores, no hay comparación”, “si vives en un Techo Propio la calidad es mala y escuchas todo lo que hablan los vecinos”.

Sin embargo, es preciso detallar que el speech de venta no es claro y los vendedores no cuentan con la información completa al momento de la información vía teléfono. Los vendedores indican que aún no están definidas las tipologías de los departamentos de la segunda etapa, que inicialmente se pensó en departamentos de 1, 2 y 3 dormitorios, pero está en evaluación solo contar con tipologías de 2 y 3 dormitorios. Recalcan que aún no tienen la información, y que solo poseen 02 departamentos de la etapa 1 en venta para entrega inmediata.

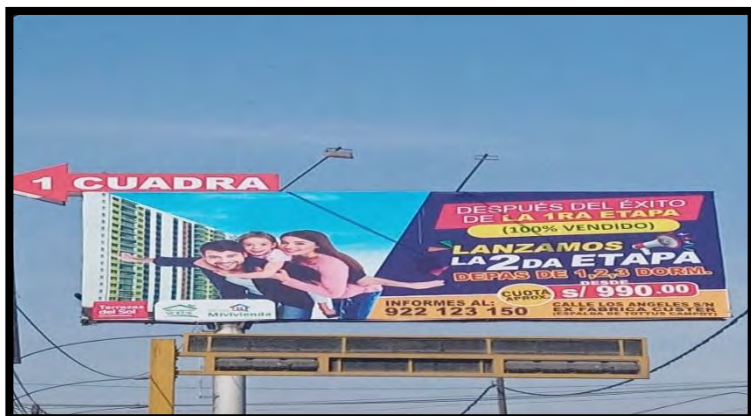
3.2.3.1.4 Plaza de la competencia. La competencia utiliza únicamente el siguiente

canal de atención (ver Figura 61):

- Panel publicitario: Colocaron un panel publicitario al Tottus de Campoy, a sólo a unas cuadras del proyecto.

Figura 61

Panel Publicitario - Terrazas del Sol



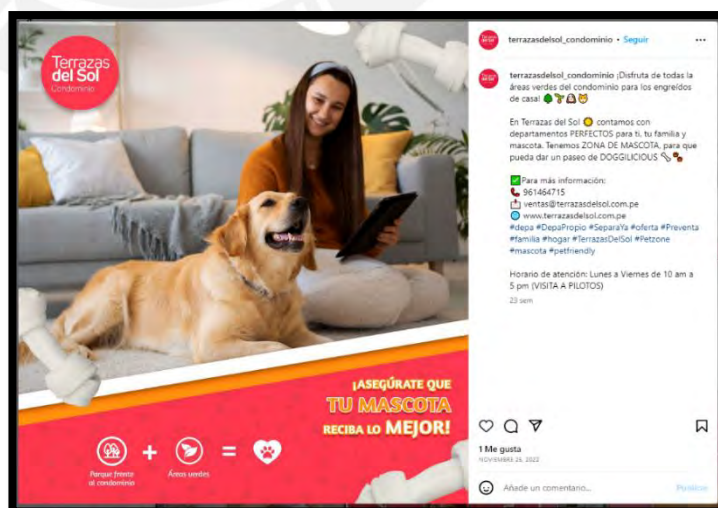
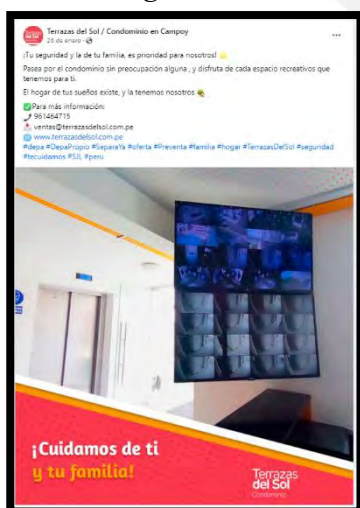
Observaciones:

- Canales digitales: en la página web no figura la etapa correspondiente en construcción de Terrazas del Sol. En redes sociales presenta en Facebook hasta enero 2023 y en Instagram hasta noviembre 2022.

A continuación, presentamos publicidades utilizadas en el 2022 y 2023 (ver Figura 62):

Figura 62

Canales Digitales - Terrazas del Sol



Nota. Tomado de “Terrazas del Sol” por INSTAGRAM, 2023. Información de dominio público.

- Página web: No se encuentra actualizada, no indica etapa de construcción actual. Link: <http://www.terrazasdelosol.com.pe/proyecto/>

3.2.3.1.5 Esbozo de la estrategia detectada en los competidores directos más influyentes, deducida a partir de la observación y estudio de su marketing mix.

3.2.3.1.5.1 Segmentación de la competencia.

- Jóvenes en crecimiento profesional o familias ya establecidas.

3.2.3.1.5.2 Targeting de la competencia.

- Familias del sector C, con ingresos de alrededor de S/6,000.00 (ver Tabla 17).

Tabla 17

Cuadro de montos para dpto. promedio "Terrazas de Sol"

Precio Promedio Terrazas del Sol	S/ 270,000.00
BBP + VERDE	S/ 16,200.00
Inicial	S/ 27,000.00
Subtotal a Financiar	S/ 226,800.00
TEA	9.5%
TEM	0.76%
Cuota	S/ 2,056.63
Ingresos Estimados por Familia	S/ 6,855.43

- Familias con hijos ya que ofrecen departamentos de 1, 2 y 3 departamentos

3.2.3.1.5.3 Posicionamiento de la competencia. ARICSA - AR, Inmobiliaria Contratistas SA se encuentra posicionándose en el mercado desde el 2018 con Terrazas del Sol - etapa 1 con 280 departamentos aproximadamente (20 Pisos).

3.2.3.1.5.4 Reason why e Innovación de la competencia. Terrazas del Sol Condominio - Etapa 2, posee una oferta orientada al producto de Fondo Mi Vivienda (FMV) y al igual que nuestro proyecto, cuenta con la ventaja de la poca o nula oferta de este tipo de proyecto dentro de la zona de influencia.

Además de la poca la ventaja identificada en la oferta de viviendas beneficiadas con el Fondo Mi Vivienda, este proyecto oferta una mayor área techada de sus departamentos respecto al promedio del mercado, por ejemplo la oferta para departamentos de 2 dormitorios es de 61 m² de promedio y 70 m² para departamentos de 3 dormitorio, esta característica hace atractiva la oferta para familias que buscan departamentos con mayor área al promedio y que tienen posibilidades de pagar un poco más por ello.

3.2.3.1.5.5 Influencia de la estrategia de los competidores relevantes sobre la estrategia empresarial

- Ofrecen conjuntos habitacionales masivos desde antes que C&V incursione en la urbanización Campoy.
- Posicionamiento de la marca anticipado.

3.2.3.1.6 Análisis comparativos de los competidores. A continuación, se muestra el cuadro comparativo entre el proyecto Lomas de Campoy y el proyecto de Terrazas del Sol – Etapa 2, ambos en lanzamiento (ver Tabla 18).

Tabla 18

Comparativo de montos “Lomas de Campoy” vs “Terrazas del Sol”

Concepto	Lomas de Campoy	Terrazas del Sol - Etapa 2
Urbanización	Campoy	Campoy
Precio Prom. Mi Vivienda	S/. 159,178.19	S/. 259,000.00
Precio Techo Propio	S/. 128,400.00	-
Sótanos	Si	Si
Nº Dormitorios	2	1, 2 ,y 3
Tipo de Bono Mi Vivienda	Techo Propio (AVN) y Mi Vivienda	Mi Vivienda
Nº Departamentos (AVN)	65	0
Nº Departamentos (MV)	155	232

3.2.3.1.7 Conclusiones respecto a la competencia directa. Concluimos que Terrazas del Sol - etapa 2 puede ser nuestra competencia directa ya que ofrecen departamentos que aplican al bono del buen pagador (BBP) - Fondo Mi Vivienda.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que existen algunas variantes:

- Precio por metro cuadrado
- Cantidad de dormitorios
- Calidad de acabados
- Entidad financiera: Terrazas del Sol será financiado por BCP y Lomas de Campoy por COOPAC. Ello genera un diferencial de tasa de alrededor de 4% lo cual afectará el valor de la cuota y con ello a nivel Mi Vivienda nos acercamos al precio del competidor a nivel cuota (ver Tablas 19 y 20).

Tabla 19*Cuota mensual Mivivienda – Lomas de Campoy*

Unidades Mi Vivienda	
Valor de Inmueble	S/ 159,178.19
Subsidio	S/ 21,100.00
Cuota Inicial (10%)	S/ 15,917.82
Valor a Financiar	S/ 122,160.37
Plazo (meses)	240
TEA	9.5%
TEM	0.76%
Cuota (sin seguro)	S/ 1,107.75
Seguro desgravamen	S/ 16.62
Cuota mensual	S/ 1,124.37
Ingreso Familiar	S/ 3,747.90

Tabla 20*Valores de montos para “Terrazas del Sol”*

Proyecto Terrazas del Sol	
Valor de Inmueble	S/ 259,000.00
Subsidio	S/ 11,400.00
Cuota Inicial	S/ 25,900.00
Valor a Financiar	S/ 221,700.00
Plazo	240
TEA	9.5%
TEM	0.76%
Cuota (sin seguro)	S/ 2,010.38
Seguro desgravamen	S/ 30.16
Cuota mensual	S/ 2,040.54
Ingreso Familiar	S/ 6,801.79

3.2.3.2 Competencia indirecta y su proyección en el tiempo. Como competencia directa se encuentran en el mercado departamentos de segunda mano, sin embargo, el precio es elevado en comparación a departamentos Techo Propio.

Según el portal web Urbania, los precios promedios de la venta de departamentos son los siguientes:

- Aires independizados 132 m2. Las Flores 2, San Juan de Lurigancho. Precio S/139,000.00
- “Residencial Campoy” 52m2. Malecón Checa, San Juan de Lurigancho
Precio \$35,000.00

3.2.4 Actores relevantes para la empresa y el marketing plan (Stakeholders)

3.2.4.1 Accionistas

- Valeria Tomateo Chang - 50%
- Claudia Tomateo Chang – 50%

3.2.4.2 Colaboradores. Alrededor de 100 trabajadores. Adicionalmente dependiendo de las obras en curso, tenemos personal de obra de casa a cargo de ciertas partidas.

3.2.4.3 Proveedores. Los principales proveedores son los siguientes:

- Tradi SAC
- Prodac SA
- UNICON
- La Viga SA
- Decor Center
- Ceramica San Lorenzo SAC
- Pumpix Concretera

- Z Aditivos SAC

3.2.4.4 Bancos y fuentes de financiamiento. El principal aliado es Larrain Vial; y las principales entidades financieras con las que trabajamos son:

- Banco Continental
- COOPAC

3.2.4.5 Otros actores relevantes

- Fondo Mi Vivienda



IV Análisis de Mercado

4.1 Metodología

Para realizar el análisis del mercado de viviendas del sector C-D de San Juan de Lurigancho se realizará la investigación tomando en cuenta dos metodologías.

En primer lugar, se desarrolla un marco preliminar en donde se estudia fuentes secundarias lo cual nos permitirá conocer la oferta del mercado en productos similares en la zona. Para ello, se emplea data de portales web, estudios de ASEI, Censos, informes de CAPECO, experiencias previas en proyectos similares entre otros.

4.2 Análisis de Fuentes Secundarias

El Proyecto Lomas de Campoy se encuentra ubicado en Calle 18, MZ 2 LOTE 2A Y 2B, San Juan de Lurigancho; a escasos metros del parque N° 6 que ha sido recientemente renovado con losas deportivas, juegos para niños entre otros. Adicionalmente, el terreno se ubica a dos cuadras de una de las principales avenidas del distrito, Avenida Los Próceres, lo cual contribuye a tener conectividad con la ciudad de Lima a través del tren eléctrico y transporte público (ver Figura 63).

Figura**63**

Mapa de ubicación Proyecto Lomas de Campoy

**4.2.1 Competencia Vivienda**

El Proyecto Lomas de Campoy ofrece departamentos bajo la modalidad Mi Vivienda y Techo Propio. Con respecto a la competencia en la zona, el Proyecto es el único que ofrece unidades inmobiliarias con el subsidio del Estado, sin embargo, en el presente documentos se plantea lo siguiente:

- a) Alquiler de habitaciones y departamentos
- b) Edificaciones ya existentes a la venta
- c) Experiencias previas en la construcción de Multifamiliares Techo Propio y Mi Vivienda en el distrito de San Juan de Lurigancho

4.2.1.1 Departamentos en alquiler. Se analizaron los alquileres de departamentos en el distrito de San Juan de Lurigancho utilizando la base de datos del portal inmobiliario Urbania. Debido al tamaño del distrito en donde de extremo a extremo podría tomar 50 minutos en automóvil, se delimitó el área considerando urbanizaciones aledañas en donde como máximo se llegue al proyecto en 20 minutos.

Como se puede apreciar, el metraje promedio es 84.50 m², con un promedio de 1.5 baños, 2 cuartos y 11 años de antigüedad. Por otro lado, los departamentos que se ofrecen en el mercado son viviendas antiguas con acabados de baja calidad que en su mayoría son implementadas por los propios propietarios habilitando los aires de una casa principal. Por otro lado, el precio promedio de alquiler mensual es 1,261.60 soles, siendo al año 15,140.00 soles (ver Tabla 21).

Tabla 21

Comparativo departamentos en alquiler

Descripción	Inmueble N°1	Inmueble N°2	Inmueble N°3	Inmueble N°4	Inmueble N°5	Inmueble N°6
Información del inmueble						
Dirección	Jr. Cajamarquilla 1160	Jr. Chasquis 617	Jr. Akapana 1156	Av. Las Águilas 1284	Jiron Las Lausonias 151	Av. Santa Rosa
Urbanización	Zarate	Zarate	Mangomarca	Zarate	Los Jardines de San Juan	Horizonte Zarate
Distrito	San Juan de Lurigancho	San Juan de Lurigancho	San Juan de Lurigancho	San Juan de Lurigancho	San Juan de Lurigancho	San Juan de Lurigancho
M2 total (Techada y libre)	95 m2	85 m2	160 m2	120 m2	59 m2	70 m2
M2 techada	85 m2	85 m2	132 m2	78 m2	59 m2	70 m2
Tipo de unidad inmobiliaria	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento
Piso	4	4	1	2	4	2
Baños	2	1	2	1	1	1
Cuartos	2	2	2	2	1	2
Años de antigüedad	Estreno	3	20	21	10	10
Servicios (agua, luz y desague)	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cochera	No	No	Si	No	No	No
Amoblado	No	No	No	No	No	No
Distancia a Lomas de Campoy (auto)	12 min	14 min	17 min	18 min	16 min	17 min
Precio (S/)						
Precio por m2	15.79	14.12	15.63	11.15	13.56	10
Precio por mes	1,500	1,200	2,500	870	800	700
Precio por año	18,000	14,400	30,000	10,440	9,600	8,400

A continuación, se presentan las Figuras de los inmuebles N°1, N°2, N°3, N°4, N°5 y N°6 (ver Figuras 64, 65, 66, 67, 68 y 69).

Figura 64*Inmueble N°1***Figura 65***Inmueble N°2*

Figura 66*Inmueble N°3***Figura 67***Inmueble N°4*

Figura 68*Inmueble N°5***Figura 69***Inmueble N°6*

4.2.1.2 Departamentos de segunda. Por otro lado, se analizaron los departamentos que se encuentran en el mercado para compra (no estreno). Se presenta un análisis por características de vivienda en donde el precio promedio en la zona es S/222,830.83 y área techada promedio 86.16 m² (ver Tabla 22).

Como se puede apreciar en las imágenes que se presentan a continuación (ver Figuras 70, 71, 72, 73, 74 y 75), los inmuebles a la venta no se encuentran en buenas condiciones debido a la calidad de acabados y método constructivo. Así mismo, hay que tomar en cuenta que las edificaciones que se encuentran en la zona son antiguas lo cual es un factor negativo para el cliente que quiera adquirir el departamento ya que puede que tenga dificultades con tuberías, filtraciones, garantía de acabados, entre otros. De igual forma, muchas de las construcciones son “informales” realizados por los propios propietarios en donde ellos mismos diseñan y se encargan de la supervisión de la obra.

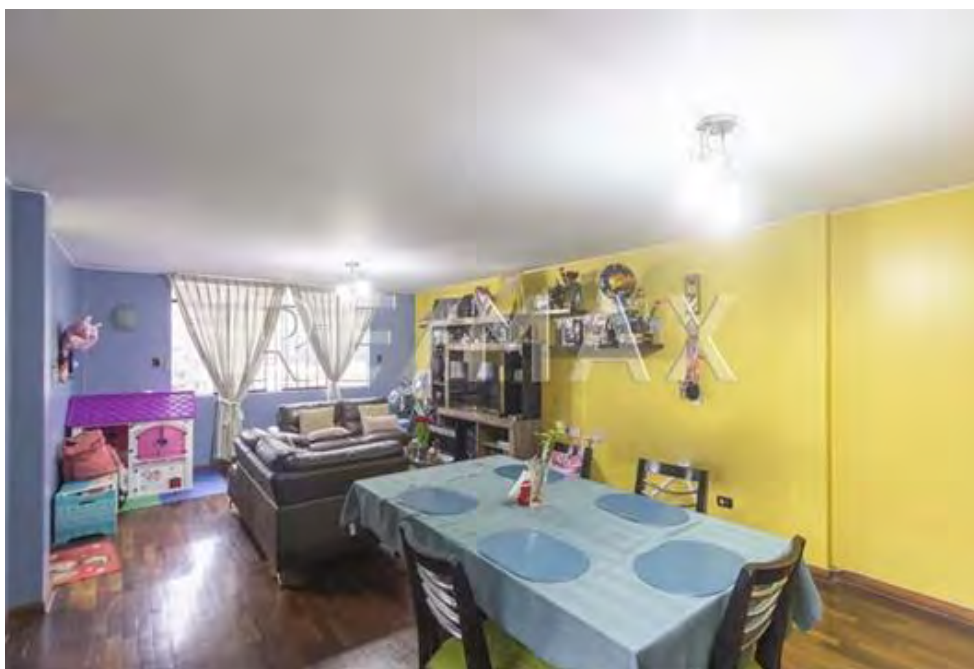
Tabla 22

Comparativo de departamentos de segunda

Descripción	Inmueble N°1	Inmueble N°2	Inmueble N°3	Inmueble N°4	Inmueble N°5	Inmueble N°6
Información del inmueble						
Dirección	Mercado del Sol	Calle 6	Calle 5 N°290	Calle Moxoko 1779	Jiron Kalasasaya	Av. Santuario 2368
Urbanización	Campoy	Campoy	Campoy	Mangomarca	Mangomarca	Mangomarca
	San Juan de	San Juan de	San Juan de	San Juan de	San Juan de	San Juan de
Distrito	Lurigancho	Lurigancho	Lurigancho	Lurigancho	Lurigancho	Lurigancho
M2 total (Techada y	135 m2	46 m2	54 m2	80 m2	92 m2	110 m2
M2 techada	135 m2	46 m2	54 m2	80 m2	92 m2	110 m2
Tipo de unidad inmobiliaria	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento	Departamento
Piso	2	2	4	3	3	5
Baños	1	1	1	1	1	2 1/2
Cuartos	3	2	2	3	3	3
Años de antigüedad	5	15	17	18	15	6
Servicios (agua, luz y						
desague)	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Cochera	No	No	Si	Si	Si	Si
Amoblado	Si	Si	No	No	No	No
Distancia a Lomas de						
Campoy (auto)	20 min	2 min	7 min	13 min	12 min	16 min
Precio (S/)						
Precio por m2	2,406.25	888.75	1,187.50	3,807.69	5,142.37	5,771
Precio por mes	385,000	142,200	190,000	297,000	303,400	404,000
Precio por año	4,620,000	1,706,400	2,280,000	3,564,000	3,640,800	4,848,000

Figura 70*Inmueble N°7***Figura 71***Inmueble N°8*

Figura 72*Inmueble N°9***Figura 73***Inmueble N°10*

Figura 74*Inmueble N°11***Figura 75***Inmueble N°12*

4.2.1.3 Experiencias previas en la construcción de Multifamiliares Techo Propio y Mi Vivienda en el distrito de San Juan de Lurigancho. CYV Inversiones inmobiliaria SA cuyo nombre comercial es CYV Grupo Inmobiliario se viene posicionando en San Juan de Lurigancho en viviendas Mi Vivienda y Techo Propio desde el 2018.

Durante estos años se han realizado 02 proyectos sociales: (i) Condominio Amancaes ubicado en la Urb. Canto Bello, residencial ejecutada en el 2018 en donde se ofrecieron 03 departamentos de aproximadamente 40-42 m²; y (ii) Condominio Cipreses ubicado en Urb. Campoy, cuya entrega se realizó en marzo 2022 en donde se construyeron 286 departamentos de aproximadamente 41 m².

A continuación, mostramos imágenes de ambos proyectos (ver Figuras 76 y 77).

Figura 76

Residencial Amancaes



Figura 77

Condominio los Cipreses



La empresa tiene muchos incentivos para seguir trabajando en obra sociales no solo por el impacto positivo que trae consigo a muchas familias, sino también por la presencia y reputación que la empresa tiene en San Juan de Lurigancho lo cual contribuye a que la velocidad de ventas sea elevada acortando de ese modo el gasto financiero.

4.2.1.3.1 Residencial Amancaes. El proyecto se encuentra ubicado en Jr. Amancaes 588, Canto Grande - San Juan de Lurigancho, en donde se ofertaron 93 departamentos los cuales el 80% fueron Techo Propio y 20% Mi Vivienda, y 22 estacionamientos. Residencial Amancaes contaba con departamentos de 02 y 03 dormitorio, distribuidos en 3 bloques de 5 pisos. El proyecto se ejecutó en el 2019 y fue entregado a sus propietarios a finales del 2020. Para 2019, El banco promotor de Residencial Amancaes fue TFC Perú, ofreciendo viviendas desde S/107,000.00 cuyo Bono Techo Propio representaba S/33,200 de subsidio y Bono Mi Vivienda representaba S/17,700.00.

La empresa rescató lo siguiente de este proyecto:

- Velocidad de ventas de 10-15 unidades inmobiliarias por mes.
- El proceso de calificación del bono Techo Propio para que el cliente sea elegible toma alrededor de 5 días hábiles.
- El 80% de compradores ya vivían en San Juan de Lurigancho.
- Más de 70% de clientes desean comprar al contado debido a las altas tasas de interés que las financieras en este caso TFC manejaba.
- Muchas familias que vivían en el asentamiento humano aledaño al proyecto adquirieron una vivienda formal en el 'Proyecto Residencial Amancaes

La empresa enfrentó las siguientes dificultades:

- Desembolso de bonos tanto de Techo Propio como Mi Vivienda.
- Inserción de posibles clientes al sistema financiero que eran independientes laboralmente o que no podían sustentar sus ingresos.
- Cumplir con plazos de fin de obra en el 2020, debido a la pandemia que paralizó al país.
- Cierre de TFC lo cual frenó la posibilidad de seguir colocando unidades inmobiliarias y retuvo el fondo de garantía.

4.2.1.3.2 Cipreses Condominio. El proyecto se encuentra ubicado en una calle privada MZ B1 LT03-04, Campoy - San Juan de Lurigancho, a 03 cuadras de Malecón Chica, una de las principales calles del distrito. Alrededor se puede encontrar locales comerciales de gran interés como bancos, restaurantes, grifos, iglesias entre otros (ver Figura 78).

Figura 78

Mapa de ubicación Proyecto Cipreses Condominio



Cipreses condominio ofrece 286 departamentos y 57 estacionamientos, siendo diseñado por Metrópolis Arquitectura, empresa con amplia trayectoria especializada en diseño. El proyecto cuenta con 02 tipologías: (i) departamentos típicos cuya área es de 40.5 m², en su mayoría se ubican entre el piso 02 y 10; (ii) departamentos atípicos que cuentan con jardín, cuyo metraje final oscila entre 60-70 m². El proyecto ofrece al mercado departamentos desde S/120,300 y estacionamientos desde S/30,000 (ver Figuras 79, 80, 81, 82 y 83).

Características:

- Una torre de 11 pisos en forma de “L” el cual se encuentra distribuido por 26 departamentos por piso.
- Cuenta con 02 ascensores.
- Cipreses condominio es un MIX entre Techo Propio (95%) y Mi Vivienda (5%).
- En el proyecto, se ofertan 16 departamentos que aplican al Bono Mi Vivienda.
- Cuenta con estacionamiento de bicicletas.
- Entrega marzo 2023.

En base a la experiencia e información histórica que tiene la empresa en el sector y nicho de negocio se detalla lo siguiente:

- El 95 % de clientes provienen del mismo distrito y el 5% de los clientes que compraron en este proyecto provienen de distritos aledaños como El Agustino, Cercado de Lima, Rímac, Santa Anita entre otros.
- El 70% de los clientes son profesionales en ascenso, jóvenes que comienzan a forjarse un futuro estudiando una carrera técnica y tienen la posibilidad de comprar su primera vivienda.
- Según el perfil de clientes que adquirieron un departamento, el 27% son jóvenes entre 20-30 años y el 42% tiene entre 30-40 años.
- No existe oferta de proyectos Techo Propio en la zona.
- Existe conocimiento de cómo opera el sistema financiero con respecto a tasas, gastos registrales y notariales; lo cual contribuye a

que la gestión en el proceso de venta sea más sencilla para los vendedores.

- Existe un grupo de clientes informales o independientes que no pueden sustentar la totalidad de sus ingresos. Por ello, las entidades financieras juegan un rol fundamental en el proceso de venta.
- El 80% de ventas se registraron como contado.

Figura 79

Plano de distribución departamento típico 40.5 m² – aplica a Bono Techo Propio



Figura 80

Plano de distribución departamento atípico – aplica a Bono Mi Vivienda

**Figura 81**

Sala, comedor y cocina



Figura 82

Cuarto principal de departamento típico

**Figura 83**

Cuarto secundario de departamento típico

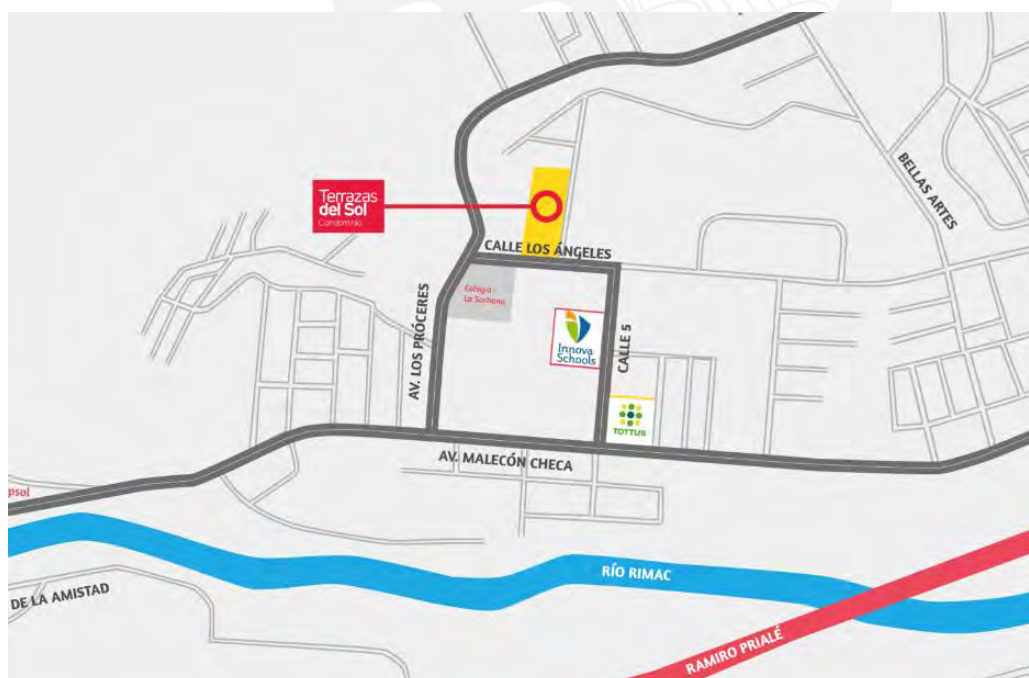


4.2.1.4 Proyecto en venta. En San Juan de Lurigancho no se encontró competencia en proyectos que ofrezca el Bono Techo Propio. Sin embargo, con respecto a Mi Vivienda, se localizó un proyecto en la Urbanización de Campoy que ofrece departamentos bajo dicho subsidio.

4.2.1.4.1 Terrazas del Sol – Etapa 02. Proyecto en Preventa cuyo promotor es ARICSA-AR Inmobiliaria Contratistas SA, empresa del sector construcción con 23 años de experiencia en el mercado peruano, especialista en edificaciones de baja y mediana magnitud (ver Figura 84). Terrazas del Sol etapa 02 se ubica en Calle Los Ángeles S/N ex fábrica Custer, en la urbanización Campoy ubicada en San Juan de Lurigancho, en la misma zona donde se realizó la etapa N°1 (ver Figuras 85 y 86).

Figura 84

Mapa de Ubicación de Proyecto Terrazas del Sol



Nota. Tomado de “terrazas del sol”. <http://www.terrazasdelsol.com.pe/>. Información de dominio público.

Las características del proyecto son las siguientes:

- Cuenta con 259 departamentos distribuidos en 20 pisos.
- Departamentos de 1,2 y 3 dormitorios.
- Cuenta con áreas comunes como alameda, zona de parrillas, zona de lavadoras y salón de eventos.
- Cuenta con estacionamientos a nivel y en sótano.

Figura 85

Fachada Terrazas del Sol – Etapa 01



Figura 86

Áreas comunes referenciales de Terrazas del Sol – Etapa 01



4.3 Análisis de Fuentes Primarias

En la presente investigación se contempla entrevistas a diversos perfiles de individuos involucrados en el proceso de compra de un proyecto Mi Vivienda y Techo Propio.

En primera instancia, se realizaron 02 encuestas a clientes del Cipreses Condominio bajo la modalidad Techo Propio. En primer lugar, se muestran las respuestas dadas por Luz Yadira Vela Matheus de 24 años cuyo nivel de instrucción es Bachiller en Contabilidad y Finanzas (ver Apéndice A). La clienta indica en la encuesta que luego de culminar su carrera ha tomado la decisión de independizarse.

V Segmentación y Targeting

5.1 Segmentación

5.1.1 Tipos de Segmentación adecuada para el marketing plan

Usaremos como base de datos, el informe de la Asociación de empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI) del año 2021, el informe de Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados (APEIM); así como también el estudio de estilos de vida de la empresa Arellano Marketing.

Las segmentaciones que usaremos para nuestro MKT Plan serán:

a) Segmentación Demográfica:

Dividiremos nuestro mercado objetivo en segmentos que tengan el detalle necesario para conocer nuestro Target.

- Nivel de ingresos
- Nivel Socioeconómico (NSE)

b) Segmentación Geográfica:

Con ella localizamos geográficamente a los clientes potenciales para nuestro Proyecto.

- Densidad de habitantes en distritos potenciales.

c) Segmentación Psicográfica:

Es dividir a nuestros clientes potenciales según detalles de su estilo de vida, personalidad, conociendo sus deseos y anhelos.

- Estilos de vida

5.1.2 Variables relevantes para la segmentación del Marketing Plan

Arellano Marketing desde el año 2010 planteó un estudio de “Estilos de vida del Consumidor”, el cual se contrapone a los estudios años atrás que todo se medía bajo el nivel

Socioeconómico. Arellano nos brinda 6 estilos de vida, los cuales detallamos a continuación: Sofisticados, Progresistas, Modernas; estos 3 conforman un grupo al que denominaremos “Estilos de Vida Proactivos”. También tenemos a los Formalistas, los Conservadores y los Austeros que conforman el grupo de “Estilos de Vida Reactivos”. Arellano Marketing nos proporciona la relación de los estilos de vida e ingresos (ver Figura 87).

Figura 87

Relación entre Estilos de vida e ingreso



Nota. Tomado de “Características de los Estilos de Vida” por Arellano Marketing (<https://www.arellano.pe/estilos-de-vida/los-estilos-de-vida-caracteristicas/>), 2023.

Información de dominio público.

Con el Estudio realizado por ASEI tendremos estos diferentes tipos de información estadística para el distrito de San Juan de Lurigancho que nos podrán acercar al Target para nuestro Proyecto, entre ellas están (ver Figura 88):

- Estilos de Vida para el distrito de SJL
- Nivel Socioeconómico del distrito de SJL
- Ingresos económicos mensuales de las familias del distrito de SJL

Figura 88*Estilo de vida – Distrito de SJL*

Nota. Tomado de “Estudio de Dimensionamiento del Mercado Potencial en Lima Metropolitana” de ASEI, 2021.

La cantidad de encuestados fue el 7% de su población actual, un universo de 55,764 personas. Los habitantes actuales en el distrito son 851,543 habitantes y la cantidad de hogares es 227,871. En el siguiente grafico se observa el tramo de ingresos por nivel socioeconómico en el distrito de San Juan de Lurigancho (ver Figura 89).

Figura 89*Ingresos por Nivel Socioeconómico - SJL*

Nota. Tomado de “Estudio de Dimensionamiento del Mercado Potencial en Lima Metropolitana” de ASEI, 2021.

5.1.2.1 Descripción cuantificable de cada variable

a) Estilos de Vida para el distrito de SJL.

Los resultados indican que el estilo de vida más predominante en el distrito es el “Conservador” con un 28%, lo sigue el estilo “Moderno” con 25%, “Formalista” con 20%, “Progresista” con 14%, Sofisticado con 11% y lo cierra el estilo austero con 2%.

b) Nivel Socioeconómico para el distrito de SJL.

Del Estudio de ASEI los resultados que obtenemos son los siguientes: El NSE “B” es el 9.2% en promedio de los habitantes del Distrito, los habitantes que se encuentra en el NSE “C” ocupa el 36.5%, el NSE “D” abarca un 42.6% y cerramos con el “E” que posee el 10.9%.

c) La Ocupación laboral de los habitantes del distrito de SJL es en su mayoría son de empleados e independientes.

d) Tramos de ingreso en el distrito de SJL.

e) Del universo de encuestados que fue 55,764 personas, el 42,6% correspondiente al NSE D, posee un rango mensual de ingresos en el rango de S/ 1,800.00 a S/ 3,000.00 soles. El 21,9% posee ingresos entre S/ 3,000 – S/ 5,000 y el 14,6% posee ingresos entre S/ 5,000 – S/ 7,000 siendo estos el 36,5% del universo de encuestados que corresponde al NSE C, teniendo un promedio de ingreso mensual de S/ 3,000.00 a S/ 7,000.00.

f) El 10% de habitantes del distrito tiene ingresos mensuales que superan los S/ 7,000.00 soles en promedio.

5.1.2.2 Relevancia de cada variable. Los estilos de vida predominantes en el distrito de SJL son las “Conversadoras” y los “Formalistas”, estos se ubican dentro del

cuadrante “Estilos de Vida Reactivos”, se tendrá que desarrollar un marketing plan, para brindar a esos estilos de vida el “value” necesario para que vean a nuestro Proyecto una oportunidad de compra definitiva.

Los Formalistas y Conversadoras tienen un común denominador que son personas que valoran mucho a su familia y son tradicionales, cálidos y hogareños.

De acuerdo al estudio de ASEI el NSE del Distrito de SJL predominante con el 42.6% pertenecen al NSE “D” siendo este el NSE objetivo del proyecto “Lomas de Campoy”.

Del mismo estudio se señala que los ingresos promedio para ese nivel es entre S/ 1,800 a S/ 3,000. Así mismo el NSE “C” posee un 36.5% de la población del distrito, con un ingreso promedio entre S/ 3,000 a S/ 7,000, y según APEIM ya el 16% del NSE “C” en Lima Metropolitana vive en departamentos.

El distrito al tener un NSE “C” el nicho potencial de mercado para la zona son los programas Techo Propio y Mi Vivienda; estos programas no necesitan de mucha capacidad de estacionamientos, los cuales serán beneficios en las estimaciones iniciales para gastos de construcción.

Del tramo de ingresos de la encuesta de ASEI realizada en el distrito de SJL podemos ver que más del 40% del universo de encuestados está en el rango de ingreso mensual promedio de S/ 1,800.00 a S/ 3,000.00 soles, esta información es muy importante ya que nos brinda una idea que los Proyectos Inmobiliarios que tendrían una demanda de clientes potenciales serán los proyectos inmobiliarios de vivienda de interés social.

5.1.3 Conclusiones respecto a la segmentación

Con los Estudios realizados por Arellano Marketing y los desarrollados por ASEI y APEIM podemos afirmar que el Distrito de San Juan Lurigancho tiene condiciones de entrada que nos servirán para nuestro MKT Plan; hemos visto que los Proyectos a desarrollar y los que

tendría una demanda importante en el distrito son los proyectos de vivienda de interés social respaldado por los programas de Techo Propio y Mi Vivienda para NSE “C” y “D”.

Más del 40% de familias cumplen con uno de los requisitos claves para ingresar al programa “Techo Propio”, el cual es percibir un ingreso mensual por debajo de los S/ 3,715.00 soles.

Con este proceso de segmentación acotando nuestro proyecto hacia nuestros potenciales clientes, optimizaremos recursos y por ende generaremos la rentabilidad esperada; la segmentación vendría hacer uno de los puntos iniciales para desarrollar el Marketing Plan del Proyecto.

Los Segmentos escogidos para continuar desarrollando el Marketing Plan y pasar a la etapa de identificar nuestro Target, serán:

- a) Estilos de Vida “Formalistas”, “Conservadoras”, “Modernas” y “Progresistas”.
- b) Ingresos mensuales por debajo de los S/ 3,715.00 para el programa “Techo Propio”
- c) Un potencial geográfico en el distrito y aledaños como Santa Anita, El Agustino y Ate.
- d) Que se encuentren en el NSE “C” y “D”.

5.2 Targeting

Luego de realizar el proceso de segmentación de mercado para nuestro Proyecto ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho procederemos a seleccionar los segmentos más atractivos para nuestro producto, el cual hará que el proyecto sea rentable.

Los factores que se evaluarán para una correcta selección del target serán:

- a) Crecimiento del Segmento:

La demanda insatisfecha de adquisición de primera vivienda en el país y Lima Metropolitana crece año a año; el distrito de San Juan de Lurigancho al estar ubicado en una

zona cuyo NSE predominante es el nivel “C” requieren de Proyectos de corte social como son los respaldados por el Fondo Mi Vivienda a través de los programas “Techo Propio” y “Mi vivienda”.

b) Objetivos del producto hacia nuestro Cliente potencial:

El producto por ofrecer debe ajustarse a los topes máximos de precio de venta en que se ofrecen los Proyectos “Techo Propio” y “Mi Vivienda” y debe ser construido cuidando una estética de diseño, para que sea atractivo, pero sin incurrir en costos adicionales que resten la rentabilidad deseada.

El producto debe ser dirigido a nuestro segmento principal el cual se encuentra dirigido al NSE “C” y “D” buscando posicionarse dentro de los estilos de vida “Conservadoras”, “Formalistas”, “Modernas” y “Progresistas”.

5.3 Factores analizados previamente que influirían en la elección del target primario y secundario

El Proyecto objeto de estudio al estar dentro del nicho de vivienda de interés social para programas “Techo Propio” ya tiene un target marcado el cual es la capacidad económica de los Clientes; para que un cliente acceda al programa “Techo Propio” tiene que demostrar que su salario mensual no pasa de los S/ 3,715.00 soles, por lo tanto, la situación económica del cliente potencial es un factor importante.

El distrito de San Juan de Lurigancho es el más poblado del Perú cuenta con 851,543 habitantes y es un distrito que carecen de proyectos inmobiliarios, a ello se le suma un informe del diario Gestión que ya en el 2014 el déficit de viviendas en ese distrito era de 60,000 unidades. El distrito tiene posibilidad de concentrar un porcentaje grande de proyectos de vivienda de interés social el cual elevaría las condiciones actuales de vivienda de gran parte de su población.

Conforme al estudio realizado por ASEI el año 2021, el 48% de la población del distrito de San Juan de Lurigancho tiene un estilo de vida “Conservador” y “Formalista”; ellos están en busca de sentirse realizados a través de un logro familiar, el cual será la adquisición de su primera vivienda. También en el distrito predomina un estilo de vida para las mujeres “Modernas”, ellas tienen como objetivo el progreso y ser independientes.

5.4 Debilidades estructurales del segmento o segmentos elegidos

Las debilidades estructurales en general de realizar proyectos de vivienda social son las siguientes:

- a) Falta de formalización de trabajadores: Con un país donde el 70% de la PEA labora en trabajos informales es difícil acceder, demostrar y aprobar en este tipo de programas y créditos. Las familias que desean acceder al programa deben demostrar capacidad de ahorro.
- b) Falta de bancarización: La informalidad trae consigo la falta de bancarización, con esta carencia es difícil que las entidades financieras obtengan un historial crediticio el cual impulsen la aprobación de créditos hipotecarios para acceder a las compras de primera vivienda.
- c) Deudas a largo plazo: Sin bancarización, otro problema consecuente es que las familias de nuestro target no están acostumbradas a deudas de largo plazo como lo son los créditos hipotecarios; hay un temor por obtener una deuda la cual se tiene que pagar por años.

5.5 Influencia de la especialización

Los Proyectos Inmobiliarios que desarrollan conjuntos habitacionales para vivienda de interés social, deben tener una planificación y metodología del sistema constructivo con

alcances específicos que permita que los costos de construcción no impacten en la rentabilidad final esperada del Proyecto.

El Proyecto “Lomas de Campoy” contará con un equipo profesional con experiencia para cada etapa del Proyecto en sus fases de Diseño y Construcción.

5.6 Influencia de liderazgo en costos

El desarrollo inmobiliario en Edificaciones para vivienda de interés social implica un uso adecuado de los recursos en cada una de las etapas, con mayor énfasis en la etapa de construcción, se debe generar procesos constructivos que nos generen un uso mínimo de recursos externos, reprocesos y trabajos realizados por terceros o subcontratos.

También una planificación y control de Obra usando metodología de construcción sin pérdidas como “Lean Construction”, nos darán opción a minimizar las pérdidas y obtener mayor rentabilidad.

5.7 La Diferenciación

El Proyecto “Lomas de Campoy” tiene como objetivo cumplir con el sueño de las familias del distrito de San Juan de Lurigancho, el cual es obtener una vivienda de calidad, brindar una mejor calidad de vida para las familias de un sector socio económico desatendido y que continúa golpeado por la pandemia.

La gran mayoría de empresas privadas desarrollan sus Proyectos Inmobiliarios en los distritos cuyo nivel socio económico es A y B, ello nos brinda una oportunidad de ir a buscar a las familias no atendidas y que mediante el Programa “Mi Vivienda” y “Techo Propio” pueda acceder a una opción de compra real.

5.8 Target Primario

5.8.1 Perfil del Target Primario

El Target Primario para nuestro Marketing Plan será el siguiente:

- Familias del Sector Socioeconómico “C” y “D” cuyos ingresos no superen los S/3,750.00 (para unidades pertenecientes al programa “Techo Propio”) y que tengan un estilo de vida “Formalistas” y “Conservadoras” el cual pertenece al estilo de vida “Reactivo”.

El estilo de vida de las familias y/o personas “Formalistas” y “Conservadoras” gira en entorno a su familia; los “Formalistas” desean mantener un estatus, desean ser valorados a través de un reconocimiento social, buscan obtener beneficios y que el dinero les alcance; buscan productos que prometan seguridad. Se enteran de las noticias a través de los periódicos y revistas.

El estilo de vida de las familias y/o personas “Conservadoras” ven a la familia como el núcleo y centro de su vida, velan por el cuidado del hogar, son las responsables de la administración del gasto, tienen como meta tener una casa o departamento propio. Les gusta ver la TV, pasear en parques y en centros comerciales, consideran que la educación para sus hijos será la clave del éxito en la vida de ellos.

5.8.1.1 Beneficios de target primario según ubicación. El Proyecto “Lomas de Campoy” está ubicado en el distrito más poblado del Perú, el estudio de ASEI 2021 indica que tiene un total de hogares de 227,871 y del cual el 23% de hogares vive en casas alquiladas, que nos dan 52,410 hogares que necesitarían una primera vivienda; de estos hogares según nivel de ingreso del distrito el 36% de hogares o familias serían clientes potenciales, el cual nos da como resultado 18,867 familias, para finalizar el 48% de hogares del distrito tienen los estilos de vida descritos en nuestro target, los cual nos brinda un número más acotado el cual es 9,065 hogares.

5.8.1.2 Beneficios del target primario según tamaño. Solo en el distrito de San Juan de Lurigancho obtendríamos una cantidad de clientes potenciales que sobrepasan en

2500% la cantidad de viviendas por ofertar en nuestro Proyecto (220 departamentos), se puede afirmar que la oportunidad de venta es inmejorable.

5.8.1.3 Beneficios del target primario según costumbres. Nuestro target son familias trabajadoras orientadas a la vida familiar y desean ser respetados por sus logros, en el mediano y largo plazo se ven adquiriendo una propiedad ya sea terreno o departamento.

El Proyecto “Lomas de Campoy” genera en nuestro target esa opción de compra de su primera vivienda con los beneficios del programa “Mi Vivienda” y “Techo Propio” es un target que no podría dejar de pasar esta oportunidad, ya que obtiene una vivienda digna, a un bajo precio y con beneficios que el programa entrega.

5.8.1.4 Beneficios del target según el comportamiento de compra. El comportamiento de compra de nuestro target es a través de productos que prometan seguridad, con descuentos económicos y promociones.

El Proyecto “Lomas de Campoy” le otorgaría esa seguridad de vivir en un condominio privado el cual tiene mayores beneficios en el aspecto de seguridad que vivir en una vivienda puerta calle, a su vez otorga la posibilidad que la familia pueda acceder al Programa “Mi Vivienda” y “Techo Propio” con el cual obtiene un beneficio económico por parte del estado.

5.8.2 *Análisis de su relevancia y proyección en el tiempo*

El distrito de San Juan de Lurigancho ubicado en la zona este de Lima, cuenta con el mayor número de familias desatendidas para acceder a la compra de su primera vivienda; el déficit de viviendas en Lima Metropolitana crece año a año; por lo tanto, los proyectos inmobiliarios de vivienda de interés social en conjunto con el programa “Mi Vivienda” y “Techo Propio” es una buena alternativa para la generación de viviendas dignas a bajo costo.

5.9 Target Secundario

5.9.1 Perfil del target secundario

El Target Secundario para nuestro Marketing Plan será el siguiente:

- Familias del Sector Socioeconómico “C” y “D” cuyos ingresos no superen los S/3,750.00 y que tengan un estilo de vida “Progresista” y “Modernas” el cual pertenece al estilo de vida “Proactivo”.

El estilo de vida de las familias y/o personas que son del tipo “Progresista” y “Modernas” buscan productos que inspiren modernidad para la familia con propuestas de valor sencillas con las cuales obtengan experiencias.

Ambos buscan un reconocimiento social, productos prácticos con soluciones modernas; estos estilos son abiertos al mundo.

5.9.1.1 Beneficios del target secundario según ubicación. El Proyecto está ubicado en el distrito más poblado del Perú, el estudio de ASEI indica que tiene un total de hogares de 227,871 y del cual el 23% de hogares vive en casas alquiladas, que nos dan 52,410 hogares que necesitarían una primera vivienda; de estos hogares según nivel de ingreso del distrito el 36% de hogares o familias serían clientes potenciales, el cual nos da como resultado 18,867 familias, para finalizar el 36% de hogares del distrito tienen los estilos de vida descritos en nuestro target, los cual nos brinda un número más acotado el cual es 7,358 hogares.

5.9.1.2 Beneficios del target secundario según tamaño. Para el distrito de San Juan de Lurigancho obtendríamos una cantidad de clientes potenciales que sobrepasan en

2000% la cantidad de viviendas por ofertar en nuestro Proyecto (220 departamentos), se puede afirmar que la oportunidad de venta es inmejorable para ese target.

5.9.1.3 Beneficios del target secundario según costumbres. Nuestro target busca el progreso personal y familiar; se mueven en la vida con el deseo de prosperar; buscan siempre oportunidades, son prácticos y modernos.

Orientados al logro, buscan ser respetados y son realistas con la proyección de sus ingresos. En su tiempo libre descansan, escuchan música y ven televisión. Disfrutan de la compañía de amigos y hacer deporte con amigos del trabajo o barrio. Siempre ven el futuro con optimismo y confían mucho en sí mismos.

5.9.1.4 Beneficios del target según comportamiento de compra. Nuestro target busca en la compra el valor emocional que el producto brinda. Buscan soluciones modernas y practicas con sistemas de pagos accesibles.

El Proyecto “Lomas de Campoy” brindaría a nuestro target ese valor emocional que significa comprar tu primera vivienda; un lugar para vivir moderno, con características que inspiran modernidad, salud y confort para la familia.

5.9.1.5 Análisis de su relevancia en el tiempo. Los estilos de vida “Progresista” y “Modernas” toman el 38% del total de habitantes del distrito de San Juan de Lurigancho, son personas con poder de decisión y no se dejan amilantar por ningún obstáculo, estos estilos de vida no temen el cambio, están dispuestos a nuevos retos. Es un estilo de caracteriza a las nuevas generaciones, su relevancia y crecimiento en el tiempo es un hecho.

VI Diseño de la Empresa y Plan Estratégico

6.1 Concepto del Producto

Se plantea un proyecto multifamiliar llamado “Lomas de Campoy” ubicado en Calle 18, MZ 2 LOTE 2A Y 2B, Urb. Campoy San Juan de Lurigancho. Su ubicación es estratégica ya que se encuentra a escasas cuadras del renovado parque 6 en donde recientemente se hicieron remodelaciones y mejoras como lozas deportivas, juegos para niños entre otros. Así mismo, se encuentra conectado a Av. Los Próceres, Colegio Particular Ángel Patri, Colegio Sagrado Corazón de Campoy y asociación La Floresta de Campoy.

Para el proyecto se busca dos públicos objetivos. En primer lugar, familias que puedan aplicar al Bono Techo Propio, es decir, que cumplan los requisitos como no exceder un ingreso familiar de S/3,715.00, tener dependientes entre otros. Dichas familias son de escasos recursos y el estado les ofrece un subsidio para poder adquirir una vivienda formal. En segundo lugar, familias con un poder adquisitivo mayor que desean contar con un inmueble que cuente con áreas verdes o tenga mejor ubicación dentro del complejo habitacional. En este tipo de cliente también existen requisitos para la obtención del Bono Mi Vivienda como por ejemplo que sea su primera vivienda.

Por otro lado, la ubicación del predio fue seleccionada considerando la conectividad a la ciudad a través de transporte público (tren eléctrico y estaciones de bus), centros de estudio (colegios e institutos), espacios recreativos (mercados y parques), y más. Así mismo, la ubicación del multifamiliar permite reducir la brecha que existe en el estrato socioeconómico C, ya que se les podría ofrecer a familias de escasos recursos uno de los derechos primordiales, tener una vivienda digna, con todos los servicios básicos y de buena calidad. Adicionalmente, se contribuirá al medioambiente ya que el Proyecto Lomas de Campoy será un proyecto a la medida de lo posible sostenible, siempre tomando en cuenta los costos que incurriría en implementar en un proyecto social dicho beneficio.

6.2 Diseño de la Empresa

6.2.1 Situación Actual

C&V Inversiones Inmobiliarias SA inició sus actividades en 1997 siendo una empresa constructora e inmobiliaria con más de 26 años de experiencia en la comercialización y construcción de viviendas en el Perú.

A la fecha, la empresa ha realizado más de 40 proyectos de vivienda, desarrollando edificios en distritos como Miraflores, San Miguel. Jesús María, Surquillo, entre otros.

6.2.2 Misión

La misión de C&V Inversiones Inmobiliarias SA es “Contribuir a la solución del déficit habitacional existente en nuestro país, desarrollando proyectos inmobiliarios de calidad a precio justo. Para ello contamos con un selecto staff de profesionales, que les ofrecerán asesoría integral y un servicio post venta garantizado” (CYVPERU; s.f).

6.2.3 Visión

La Visión de C&V Inversiones Inmobiliarias SA es “Ser una de las empresas líderes en el sector inmobiliario a su vez ser reconocida por nuestra capacidad innovadora, valores, y alto nivel de confiabilidad” (CYVPERU; s.f).

6.2.4 Propósito de Producto

El propósito es desarrollar vivienda social para mejorar la calidad de vida de familias de bajos recursos, generando un impacto positivo no solo en la comunidad sino también en el ambiente.

6.2.5 Valores

Los valores de la empresa son los siguientes:

- **Profesionalismo:** brindarles a las familias un producto respaldado por profesionales reconocidos en diseño y arquitectura, estructuras, sistema eléctrico, sanitario, entre otros.
- **Calidad:** Realizar la edificación con productos de buena calidad tanto en los acabados del inmueble como en la construcción de este. Darles una vivienda de calidad en un proyecto social es cambiarle la vida a una familia.
- **Sostenibilidad:** ofrecer un producto diferente en la rama de proyectos sociales implementando un sistema de sostenibilidad y de conciencia del impacto que genera la sociedad al ecosistema. En este caso, no solo basta con implementar el multifamiliar con objetos y sistemas que generan menor polución, sino hay que hacer que sea sostenible en el tiempo.
- **Escucha:** Debido a la experiencia que se tiene en la zona y el producto, escuchar las necesidades que tienen las familias del estrato socioeconómico “C” da la posibilidad a la empresa de brindar un producto que cumpla con sus necesidades.
- **Innovación:** Ofrecer un proyecto social y sostenible es un reto que toda inmobiliaria debe de completar para no generar un impacto positivo a la comunidad y al mundo.

6.2.6 Planes Organizacionales

6.2.6.1 Corto Plazo. Posicionamiento de la marca C&V en el sector inmobiliario y construcción.

6.2.6.2 Mediano Plazo. Diferenciarnos en el mercado por calidad y sostenibilidad.

6.2.6.3 Largo Plazo. Ser un referente en el sector inmobiliario por los proyectos que ofrecemos, teniendo como objetivo la sostenibilidad como uno de nuestros pilares.

6.2.7 FODA de la Empresa

El FODA de la empresa se representa seguidamente (ver Figura 90).

Figura 90

FODA de C&V

<p>Fortaleza</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Producto innovador y de calidad 2. Equipo de profesionales con amplia experiencia lo cual promueve eficiencia en los procesos 3. Alta velocidad de ventas 4. Conocimiento pleno de nuestro cliente potencial 	<p>Oportunidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nicho de mercado no atendido en proyectos sociales verticales en Lima 2. Déficit habitacional en sectores socioeconómicos "C" 3. Productos aplican a subsidio Mi Vivienda y Techo Propio
<p>Debilidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En proyectos sociales, la rentabilidad se acorta en comparación a proyectos dirigidos al sector B 2. Posicionamiento de la marca 3. Presencia digital 	<p>Amenaza</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis Política y económica del País 2. Costo promedio del m2 en Lima se encuentra por encima del precio óptimo para realizar un proyecto social 3. Incremento de materiales de construcción

6.2.7.1 Fortaleza. Producto innovador y de calidad: Generan proyectos innovadores en diseño y estructurales con el uso materiales de calidad y subcontratista conocidos en el rubro. Adicionalmente trabajan con los mejores proveedores del rubro como UNICON, Tradisa, Cassinelli, Decorcenter, San Lorenzo, RIAM Group, Dimfer, entre otros. Cabe señalar que los proveedores son seleccionados según el tipo de proyecto siempre cuidando la mejor calidad para los clientes.

Equipo de profesionales con amplia experiencia lo cual promueve eficiencia en los procesos: C&V Inversiones Inmobiliarias S.A tiene como pilar principal asesorarse de los mejores profesionales del rubro para el diseño, edificación y método constructivo que caracterizará los proyectos que se ejecuten.

Como principales asesores se cuenta con:

- **Arquitectura:** Empresa con 25 años de experiencia en el mercado peruano, regional e internacional especializado en diseño de oficinas, Proyectos mixtos, Centros Comerciales, Hoteles, Desarrollo urbano, entre otros.
- **Estructura:** Empresa de Consultoría en Ingeniería con más de 16 años en el mercado, especializada a Proyectos de Estructura y Supervisión de obras
- **Eléctrico y gas:** Ingeniero especialista en instalaciones Eléctricas y gas docente de Universidad Nacional de Ingeniería (UNI).
- **Sanitario:** Ingeniero Sanitario con amplia experiencia.

Alta velocidad de ventas, debido a las características de los productos que la empresa maneja, siendo viviendas sostenibles, innovadoras con acabados de primera, la velocidad de ventas es alta en comparación al mercado en donde el proyecto se ubica. Adicionalmente, se trabaja con agencias de marketing y área interna de publicidad para lanzar productos, promociones, publicidad orgánica, que permite generar confianza a los posibles compradores.

Conocimiento pleno de nuestro cliente potencial: frente a cada proyecto nuevo, se realiza un estudio de mercado en donde se contempla el perfil del cliente potencial.

6.2.7.2 Oportunidad

- **Déficit habitacional en Lima:** De acuerdo al último Censo realizado por el INEI en 2017, Lima posee un déficit cuantitativo de 177 mil viviendas. Según el estudio de CAPECO 2020, la oferta de viviendas en Lima metropolitana ha mantenido un crecimiento sostenido durante los años 2017-2020. De acuerdo al con el estudio “Hacia una nueva política de vivienda en Perú: problemas y

posibilidades”, elaborado por el Grupo de análisis para el desarrollo (GRADE 2020), en Lima se requieren un total de 84,298 viviendas para reducir la brecha déficit habitacional que se irá acumulando en los próximos 10 años

- Productos aplican a subsidio: La empresa ofrece productos que aplican al subsidio Mi Vivienda y Techo Propio. Con ello, la velocidad de ventas es mayor ya que a los clientes les costará menos el bien.

Por otro lado, los proyectos sostenibles que aplican a una clasificación como Edge o Leed que se encuentran con Banco Promotor a BBVA, reciben un bono otorgado por el Banco Mundial y una tasa de interés preferente.

6.2.7.3 Debilidad

- En proyectos sociales, la rentabilidad se acorta en comparación a proyectos dirigidos al sector B: La empresa realiza proyectos inmobiliarios en sectores socioeconómicos A, B, y C; para ello, debido al elevado precio de la tierra en Lima, los márgenes de utilidad neta son cortos en proyectos sociales (sector C).
- Posicionamiento de la marca: Debido a una disminución de proyectos inmobiliarios que se ofrecieron entre 2014-2019 debido a que la empresa se dedicó a realizar la construcción e implementación de una clínica, el posicionamiento de la marca decreció. Para ello, C&V Inversiones Inmobiliarias S.A viene trabajando en el posicionamiento de marca en canales digitales como Instagram, Facebook y Google Ads. Así mismo, desde el 2021 la empresa es miembro de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI) participando en todas las plataformas digitales, reuniones mensuales de socios, Feria Nexo Inmobiliario (digital y presencial), Eventos Inmobiliarios entre otros.

- Presencia digital: La empresa tiene el apoyo de Alavista, agencia de marketing digital con 8 años de experiencia, especializada en asesorar a Empresas Inmobiliarias y Constructoras.

Adicionalmente, se cuenta con un área interna de marketing y publicidad que trabaja de la mano al área comercial para perfilar clientes y generar leads que funcionaran como base para incrementar la velocidad de ventas.

Así mismo, se cuenta con una página web que es constantemente actualizada con novedades y proyectos nuevos.

6.2.7.4 Amenazas

- Crisis Política y económica del País: Debido a la inestabilidad política que se viene enfrentando desde el 2022, a raíz de cambios en la presidencia el mercado peruano es poco atractivo para inversionistas extranjeros debido a la volatilidad en factores económicos. Producto de dicha inestabilidad, la tasa de referencia y el tipo de cambio presenta gran volatilidad día a día; por lo cual, el sector inmobiliario y construcción se perjudica ya que al tener un tipo de cambio variable afecta a los productos que se importan para la construcción de un edificio y la tasa de referencia al cambiar constantemente genera un aumento en la tasa de interés para el cliente final (crédito hipotecario) y productos que ofrezca el banco promotor a la empresa (préstamo de terreno, línea de créditos, entre otros).
- Costo promedio del m² en Lima se encuentra por encima del precio óptimo para realizar un proyecto social.
- Incremento de precio en materiales de construcción: Según el Informe Económico de la Construcción publicado por CAPECO, entre el periodo marzo

2021- febrero 2022 INEI presenta un aumento de las losetas (4.8%) y del cemento (3.1%), ladrillo de arcilla (0.5%) y acero de construcción (2.4%) (p. 26)

6.2.8 *Objetivos Estratégicos*

a) Financiero:

- Fortalecer la espalda financiera de la empresa, teniendo un matrimonio mayor.
- Generar aproximadamente S/80,000,000.00 de ventas anuales.
- Lograr un crecimiento sostenido financieramente para no utilizar líneas para tener banco de terrenos.

b) Experiencia del cliente

- Ofrecer departamentos con buena distribución, ventilados y buen acabado.
- Hacer que el proceso de venta para el cliente sea un proceso cómodo y amigable.
- Ofrecer áreas comunes que vayan de acuerdo al estilo de vida y condiciones. Por ejemplo, durante pandemia se implementaron áreas de coworking para que los clientes puedan cambiar de espacio durante sus horas laborales dentro del multifamiliar en donde vivan.
- Generar posicionamiento de la parca como empresa líder en proyectos sostenibles, sociales y de primera gama.
- Procesos y flujos de atención
- Afinar procesos por área desde el primer contacto con el cliente hasta la entrega del inmueble.
- Tener un servicio postventa cuyo plazo de atención sea máximo 24horas.

6.2.9 Organización de la Empresa

6.2.9.1 Ubicación de la Empresa

Oficina Central:

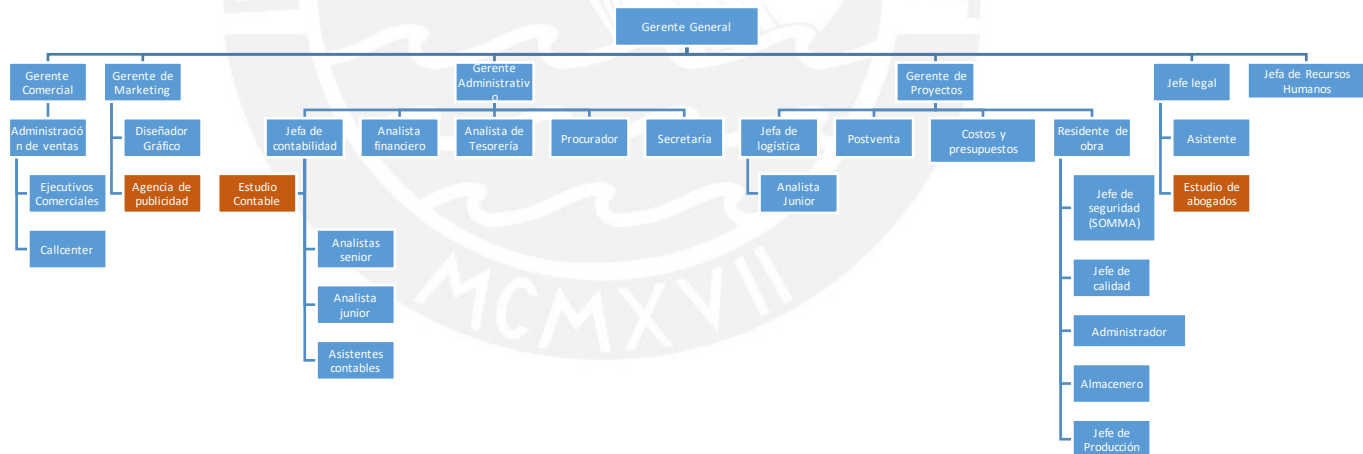
Narciso de la Colina 431 oficina 701-702 – Miraflores

Horario de atención: 8am – 6pm

6.2.9.2 Organigrama y Roles de la Empresa. C&V Inversiones Inmobiliarias SA cuenta con un organigrama de la empresa que precisa los dos servicios que se brindan en la inmobiliaria y constructora (ver Figura 91).

Figura 91

Organigrama de la Empresa C&V



En el organigrama se presentan las gerencias internas que se manejan, como, Administración y Finanzas, Comercial, Marketing, Legal, Recursos Humanos y Proyectos. Seguidamente se menciona algunos detalles de cada área y sus participantes:

- Directores/ accionistas

- Gerencia General
- Administración y Finanzas: Conformada por jefa y asistentes administrativos y financieros
- Comercial: conformado por gerente del área, administración de ventas, coordinador, callcenter, jefes de casetas y vendedores.
- Marketing: conformado por jefe de marketing y diseñadores a cargo de redes. Adicionalmente, algunos servicios son tercerizados con agencias publicitarias según el perfil del proyecto.
- Legal: se cuenta con un área interna y asesoría externa a cargo de Jamis & Dalguerre Asociados.
- Recursos Humanos y reclutamiento: a cargo de una jefa que realiza todos los trámites pertinentes incluyendo reclutamiento de personal.
- Proyectos: a cargo del Gerente de Proyectos y todo el equipo de obra como residentes, SOMA, producción, administrador, almacenero, postventa, entre otros.

VII Plan de Marketing

7.1 Conceptos generales

7.1.1 Concepto general del Producto

7.1.1.1 Descripción general del Producto. El proyecto Lomas de Campoy, se encuentra ubicado en Av. Calle 18 Mz T Lote 2, San Juan de Lurigancho, y cuenta con un área total de 2,694.70 m² en donde el área techada total aproximada será de 11,337.19m² (ver Figura 92).

Figura 92

Ubicación Proyecto Lomas de Campoy



El proyecto “Lomas de Campoy” se desarrolla tomando en cuenta el Decreto Supremo N°002-2020-VIVIENDA, (ver Apéndice B) que aprueba la modificación del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por Decreto Supremo N°010-2018-VIVIENDA modificado por el Decreto Supremo N°012-2019-VIVIENDA, el cual promueve la inversión privada en proyectos de viviendas de interés social, a fin de mejorar la competitividad económica de las ciudades.

El proyecto contempla el desarrollo de un EDIFICIO MULTIFAMILIAR que está conformado por 2 torres (torre A y torre B) que cuentan con 11 niveles de vivienda cada una, con una sola tipología de viviendas en sus plantas típicas del piso 2 al 11 y el primer piso cuenta con la misma distribución de departamentos, pero adicionalmente cuentan algunos con terraza. Adicionalmente en el primer nivel y en el sótano 01 se encuentran ubicados los estacionamientos vehiculares propuestos para el proyecto.

El Conjunto Residencial contempla la siguiente distribución:

- En el 1er nivel, encontraremos: Recepción de ingreso a la residencial + Hall de ascensores y acceso a escaleras de emergencia en cada torre + Acceso a cuartos técnicos + 36 estacionamientos vehiculares + Áreas comunes + Área para estacionamiento de bicicletas + departamentos de 02 dormitorios.
- Nivel 02 al 11 de cada torre: Planta típica de departamentos de 02 dormitorios.
- Azoteas: Techos técnicos. A este nivel se podrá acceder a través de 2 escaleras de gato en cada torre.

El proyecto cuenta con 77 viviendas en la torre A y 143 viviendas en la torre B, lo que hace un total de 220 viviendas, de las cuales el 100% son de 02 dormitorios y cuyos metrajes de área techada oscilan entre 40.13m² y 45.11m². Estas viviendas se enmarcan en el PROGRAMA MI VIVIENDA & TECHO PROPIO con el Bono

Familiar Habitacional.

El ingreso peatonal hacia las viviendas será desde la Calle 18, a través de una caseta de control que posteriormente dirigirá el flujo de personas hacia las torres de viviendas, las cuales presentan 1 núcleo de circulación vertical (ascensores y escaleras). La infraestructura del ingreso está provista de accesos para personas con habilidades reducidas que bajan a través de una rampa de 10% aproximadamente para su tránsito normal (ver Figura 93).

El proyecto dispone de 1 núcleo de circulación vertical en cada una de las torres, el cual cuenta con 2 ascensores y una escalera de evacuación (con vestíbulo previo ventilado) que conectan todos los pisos con el primer nivel en cada torre.

Figura 93

Planta de distribución Proyecto Lomas de Campoy



Los Certificado de Parámetros Urbanísticos N°340-2022/SGOPHU/GDU/MSJL y N°341 – 2022/SGOPHU/GDU/MSJL indican que el porcentaje mínimo de área libre de Zonificación RDM es de mínimo 50%. Sin embargo, según el decreto supremo N.º 012-2019-VIVIENDA (publicado el 19 de marzo del 2019), la exigencia mínima de área libre es de 40% según el art. 10 inciso 3 del capítulo IV EDIFICACION de la presente ordenanza (ver Apéndice C).

El proyecto cuenta con un total de 61.64% de área libre, equivalente a 1,660.92m² (ver Tabla 23).

Tabla 23

Área libre – Proyecto Lomas de Campoy

ÁREA LIBRE		
Área del Terreno	2694.70	
	%	m ²
Requerido	40.00	1077.88
Proyectado	61.64	1660.92

El proyecto cuenta con un área techada total de 11,337.19m², un área techada vendible de 9,407.76m² (82.98%).

ACABADOS DE DEPARTAMENTOS:

Los acabados de los departamentos serán los siguientes en los ambientes correspondientes:

- Pisos: los pisos de todos los ambientes (dormitorios, sala-comedor, cocina, baños y terraza) serán de cerámico nacional.
- Paredes: las paredes de los dormitorios y de la sala-comedor serán de papel mural, mientras que las de los baños y cocina serán pintadas.

- Contra zócalos: serán de cerámico nacional.
- Techos: los techos de los dormitorios y de la sala-comedor serán escarchados, y los de baños y cocina serán pintados.
- Las ventanas de todos los ambientes serán de vidrio crudo.
- Las griferías de baño y cocina serán cromadas, y de concepto ahorrador al igual que los inodoros.
- El lavadero del baño será de color blanco de fabricación nacional, mientras que el lavadero de cocina será de acero inoxidable.

7.1.1.2 Como maximizar el Value. El value principal de este proyecto para el cliente se centra en la capacidad de adquirir una vivienda propia digna, que cuente con todas las comodidades y necesidades mínimas y fundamentales para que una familia pueda desarrollarse plenamente en buenas condiciones vida a un precio y financiamiento accesible de acuerdo a la condición económica familiar.

Por tal motivo, maximizar el value del producto, radica en ofrecer la vivienda con la distribución y acabados ofrecidos, realizando un buen ejercicio del control de calidad de los mismos; verificando así la buena operatividad del inmueble ubicado dentro de un espacio seguro donde se puede ofrecer una buena calidad de vida a las familias a un bajo costo.

Para maximizar el value del proyecto inmobiliario, la meta debe ser la venta de departamentos más rápida que la venta propuesta en el flujo de caja y perfil económico, inclusive reduciendo los costos del proyecto. Los costos del proyecto de pueden reducir mediante métodos constructivos eficientes, basados en la filosofía Lean Construction, junto con un buen manejo de precios de los proveedores de materiales que atenderán el proyecto en su totalidad, solicitando y llegando a un buen precio de materiales al por

mayor, se puede maximizar la eficiencia del costo de construcción total del proyecto. Juntos, la eficiencia de la construcción generando un buen producto de calidad y con una buena promoción del producto, se incrementará el value. Adicionalmente, se considera en la propuesta, incorporar accesorios sanitarios y eléctricos que permitan un uso eficiente de los recursos energéticos, para así obtener un ahorro durante la operatividad del proyecto y contribuir con el cuidado y preservación del medio ambiente; por ello, se propone la implementación de griferías y accesorios sanitarios ahorradores, luminarias con sensor de movimiento en áreas comunes, y paneles solares para abastecimiento energético de dichas áreas comunes.

El costo de construcción promedio que se maneja para la evaluación de este proyecto es de S/ 1,278.20/m², en el que se han considerado el alza de los distintos materiales de construcción principales (acero, cemento, etc.) por lo cual es un escenario conservador. Con este monto por m² de construcción, el costo total del proyecto, ascendería aproximadamente a S/ 15,607,366.51.

7.1.1.3 Posicionamiento – Branding del producto. El producto basa su posicionamiento en base a la exposición que se le dé mediante la publicidad y llegada masiva al público objetivo; así también como por el éxito de proyectos anteriores propios de la inmobiliaria y/o por los de otras desarrolladoras cercanas al proyecto en cuestión.

Potencialmente, el producto es deseado por aquel público que anhela y necesita una vivienda propia y que por motivos económicos no puede acceder a una, ya sea por el financiamiento o por el monto de la misma. Adicionalmente, con el desarrollo previo de similares proyectos, se busca dejar una huella en la memoria del público, y así identifiquen a la empresa como una gran promotora y desarrolladora de proyectos de vivienda de interés social y su compromiso con los mismos en términos de cumplimiento y calidad.

7.1.2 *Concepto general del Precio*

7.1.2.1 Descripción general del Precio. Conociendo que nuestro Proyecto Inmobiliario denominado “Lomas de Campoy” es del tipo vivienda de interés social, ya que tendrá una oferta del 30% de unidades para el formato “Techo Propio” y un 70% para el programa “Mi vivienda”; lo que buscaremos será ocupar toda la escala del precio tope que ofrece cada uno de los programas.

Actualmente el precio máximo para el programa Techo Propio para viviendas multifamiliares y condominios es de S/ 128,400.00 soles.

Los dos precios de lista para las unidades inmobiliarias serán las siguientes:

- a) Formato Mi Vivienda (42.61 m²): S/ 159,178.19 soles (promedio)
- b) Formato Techo Propio (43.14 m²): S/ 128,400.00 soles

Las unidades ofertadas son, para el formato “Mi Vivienda” serán 155 unidades ofertadas y para el formato techo propio serán 65 unidades.

Las familias podrán obtener su nueva vivienda que viene con un bono familiar habitacional (BFH) el cual es un subsidio del estado, el monto de esta bonificación es 8.75 UIT, el monto en soles es S/. 43,312.50 para el formato “Techo Propio”. Con la resta del precio de venta y la bonificación, quedaría como monto a financiar la cantidad de S/ 85,087.50 soles. Este monto podrá financiarse bajo un crédito hipotecario hasta en 25 años.

Para el formato “Mi Vivienda” el bono máximo para un precio promedio de departamento es de S/. 21,100.00, este bono se brinda para departamentos que tienen como precio de venta de S/. 139,400.00 a S/. 232,200.00 soles. Para los departamentos con un rango de precio entre S/. 232,200.00 y S/. 343,900.00, dicho bono será de S/.

11,400.00.

La cuota inicial para ambos formatos es del 10% del valor del inmueble. La TEA que es la Tasa efectiva anual para este tipo de proyectos aun es alto y son del 12 al 14 % anual.

El Proyecto “Lomas de Campoy” cuenta con una capacidad de estacionamientos conforme a la normativa, su precio de venta es de S/. 30,000.00 o S/. 50,000.00 según la ubicación del mismo.

Información actualizada del programa Techo Propio vigente hasta diciembre 2023 (ver Figura 94).

Figura 94

Bono Familiar Habitacional según valor de la vivienda y tipo de VIS

Tipo VIS	Valor de Vivienda	Bono Familiar Habitacional
VIS Priorizada en Lote Unifamiliar	Hasta S/ 55,000	9.4 UIT S/ 46,530
VIS Priorizada en Edificio Multifamiliar/ Conjunto Residencial/Quinta	Hasta S/ 68,000	9.7 UIT S/ 48,015
VIS en Lote Unifamiliar	Hasta S/ 102,800	8.75 UIT S/ 43,312.5 (*)
VIS en Edificio Multifamiliar/Conjunto Residencial/Quinta	Hasta S/ 128,400	

Nota. Tomado de “Adquisición de Vivienda” por Fondo Mivivienda, 2023.

(<https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-viviendas/pagina.aspx?idpage=32>). Información de dominio público.

7.1.2.2 Como maximizar el Precio. El precio de nuestro producto al contar con el respaldo del fondo Mi Vivienda tiene que obedecer al precio máximo del valor de venta

de cada unidad de vivienda, para este año 2023 el monto máximo para poder acceder al programa “Techo Propio” es de S/ 128,400.00 soles.

Si bien el programa Techo Propio ya nos pone un monto máximo de valor de venta, se tiene que desarrollar una ventaja competitiva en otros procesos relacionados al costo final, un proceso constructivo óptimo y una especialización en costos harán que el proyecto alcance la rentabilidad esperada.

Para los departamentos a ofertar que serán del formato “Mi Vivienda” no hay precio tope, pero se busca que el precio sea menor que la competencia más cercana que tenemos en la zona que también ofrece viviendas con el programa “Mi Vivienda”.

7.1.2.3 Posicionamiento – Branding y el Precio. Los precios de venta que se ofrecerán en el Proyecto Lomas de Campoy están pensados para acceder al subsidio que ofrece el Fondo “Mi Vivienda” a través del Bono Familiar Habitacional y Bono del Buen Pagador que ofrecen los programas “Mi Vivienda” y “Techo Propio”, el valor de venta del producto terminado contará a su vez con un beneficio económico no reembolsable que servirá para que el monto de financiamiento baje.

Cada vivienda es un producto de calidad, con buenos acabados, duración de los sistemas en el tiempo con una post-venta que trabaje rápidamente para cumplir la demanda de los nuevos propietarios.

7.1.3 Concepto general de la Promoción

7.1.3.1 Descripción general de la Promoción. El principal objetivo es generar una conexión y respuesta con el público de los sectores socioeconómicos C-, D para aumentar las probabilidades de compra. Por esto, la imagen corporativa de C&V debe ser dirigida al público objetivo a través de los distintos medios y/o canales a los que tiene

acceso nuestro Target. El objetivo de ello es esperar lograr una respuesta positiva por parte de ellos, a los productos anunciados.

7.1.3.2 Como maximizar el Value. Demostrar que se ofrece un value superior.

7.1.3.3 Posicionamiento – Branding y la Promoción. De qué manera vamos a relacionar la promoción - el mensaje, establecimiento del posicionamiento y del branding.

7.1.4 Concepto general de la Plaza

7.1.4.1 Descripción general de la Plaza. El concepto de Plaza es importante entenderlo ya que forma parte del Marketing – Mix. La Plaza o también llamado canal de distribución, es aquel medio por el cual se garantiza que el cliente final podrá adquirir el producto que se ofrece.

7.1.4.2 Como maximizar el Value. En este caso la mayoría de las personas que deciden comprar en San Juan de Lurigancho han vivido en dicho distrito. Por lo tanto, para maximizar el value del producto se toman en consideración plazas que lleguen a ese público. Por ejemplo, tratar de fomentar un acercamiento con el mismo distrito, promocionando el producto en estaciones de tren, mercados, alrededor de zonas comerciales, entre otros.

7.1.4.3 Posicionamiento – Branding y Plaza. C&V Inversiones Inmobiliaria viene promoviendo proyectos Techo Propio en el distrito de San Juan de Lurigancho desde el 2019.

Cómo posicionamiento de Marca, la empresa únicamente realiza proyectos sociales en dicho distrito con lo cual muchos de los clientes llegarían por recomendación.

Los canales de atención propuestos son los siguientes:

- a) Canales digitales: campañas digitales promovidas en redes sociales como Facebook, Instagram, entre otros.
- b) Se realiza inversión seguido de campañas del mes en donde puedes ganarte electrodomésticos.
- c) Revista Fondo Mi Vivienda (FMV): publicaciones en la revista del FMV en donde figuran todos los proyectos de Techo Propio. Tomemos en cuenta que muchos futuros clientes se vuelven o son beneficiarios antes de conocer el proyecto. Por lo tanto, el proceso de gestionar el bono resulta más corto.
- d) Vitrina inmobiliaria: Punto de venta promovido por el FMV en Lima para ofrecer todos los proyectos sociales que se encuentran en el mercado. Se encuentra ubicado en Jirón Camaná 199, Cercado de Lima – Lima. En dicho punto el cliente puede gestionar el ciclo de compra frente a una inmobiliaria y la gestión que se debe de realizar para que sea beneficiario del bono Techo Propio.
- e) Página web: la empresa realizará publicaciones del nuevo proyecto. En la página se implementará chatbot para una mejor comunicación.
- f) Volanteo por la zona: Los clientes que compran en San Juan de Lurigancho en su mayoría alquilan en la zona por lo tanto es importante incorporarlo como canal. Por ejemplo, en mercados de la zona, colegios, estaciones de tren, zonas comerciales, entre otros.

El rol principal es recopilar información de posibles clientes para que los asesores comerciales puedan ponerse en contacto.

7.2 Marketing Mix – Producto

7.2.1 *El diseño*

7.2.1.1 Concepto General. El concepto del proyecto se basa en un conjunto residencial de gran amplitud, en el que se distribuyen 02 torres de departamentos, entre las cuales se ubicarán las áreas de estacionamientos vehiculares y estacionamientos de bicicletas, así también como grandes ambientes de áreas verdes y área comunes, las cuales servirán para recreación de los usuarios. Un conjunto residencial, donde los usuarios podrán sentirse seguros y con todos los servicios (como agua, luz, seguridad, etc.) en la comodidad de su vivienda donde verán reflejado su esfuerzo y sacrificio en un sueño hecho realidad.

7.2.1.2 Beneficios. Dentro de los beneficios del proyecto, podemos resaltar que los usuarios podrán tener la tranquilidad de contar con todos los servicios básicos ininterrumpidos y correctamente regulados, así como una buena infraestructura donde se podrán desenvolver con la seguridad y tranquilidad necesaria para su familia a un precio sumamente accesible al ser parte del programa TECHO PROPIO. Podrán mejorar significativamente su calidad de vida para toda la familia, al mismo tiempo que logran el anhelo de la vivienda propia, siendo testigos del fruto de su esfuerzo.

Adicionalmente la ubicación del proyecto es muy beneficiosa, ya que se encuentra en una zona de gran privacidad y muy aledaña a centros escolares (Innova Schools, Colegio Solidaridad 2, Colegio Solidaridad 160, Colegio Fermin Tanguis), supermercados (Tottus, Makro, Metro, Plaza Vea), mercados (Mercado Túpac Amaru, Candy market), centros comerciales (Centro comercial Campoy), así como rápida salida hacia la Vía evitamiento en caso de requerir desplazarse fuera del distrito.

7.2.1.3 Características. El proyecto se desarrolla en el distrito de San Juan de Lurigancho en la Av. Calle 18 Mz T Lote 2 y cuenta con un área de 2,694.70m². Está

constituido por 02 torres de 11 pisos cada una, en la cual se distribuyen 77 departamentos en la torre A y 143 departamentos en la torre B, lo que hace un total de 220 departamentos. Adicionalmente cuenta con 30 estacionamientos vehiculares ubicados en el sótano 01; otros 36 estacionamientos vehiculares en el piso 01 alrededor de cada torre, y 17 estacionamientos de bicicletas ubicados a los costados de las torres del proyecto.

Cada una de las torres contará con un núcleo de circulación vertical, que estará compuesto de dos ascensores y una escalera de evacuación debidamente presurizada. En los exteriores estarán ubicados entre cada una de las torres, amplias áreas verdes para el esparcimiento de los usuarios, lo cual brindará esa sensación de naturalidad y apertura hacia el medio ambiente, ya que cuenta con más del 50% de área libre.

Así mismo, todos los departamentos cuentan con la misma cantidad y distribución de ambientes, compuestos por 02 dormitorios, sala-comedor, cocina, baño completo; salvo aquellos ubicados en la primera torre que poseen vista directa hacia los estacionamientos vehiculares; los demás departamentos de las primeras plantas que cuentan con vista hacia las áreas verdes contarán adicionalmente con terraza.

Los acabados de los departamentos serán los siguientes:

- Pisos: los pisos de todos los ambientes (dormitorios, sala-comedor, cocina, baños y terraza) serán de cerámico nacional.
- Paredes: las paredes de los dormitorios y de la sala-comedor serán de papel mural, mientras que las de los baños y cocina serán pintadas.
- Contra zócalos: serán de cerámico nacional.
- Techos: los techos de los dormitorios y de la sala-comedor serán escarchados, y los de baños y cocina serán pintados.

- Las ventanas de todos los ambientes serán de vidrio crudo.
- Las griferías de baño y cocina serán cromadas, y de concepto ahorrador, al igual que los inodoros.
- El lavadero de lavadero del baño de color blanco de fabricación nacional, mientras que el lavadero de cocina será de acero inoxidable.

7.2.1.4 Costo. Para establecer el costo aproximado del diseño del proyecto, se ha estimado el costo por m² construido en base a la experiencia y cotizaciones de proyectos previos similares. El precio de diseño por m² se ha considerado S/ 18.05, con lo que el costo total del diseño ascendería a S/ 225,686.37. Este costo incluye el diseño y distribución de los departamentos, así como el de las áreas comunes y su emplazamiento y distribución.

7.2.2 Ingeniería

7.2.2.1 Concepto general. El concepto general del diseño de ingeniería estructural del proyecto, radica en un sistema de ductilidad limitada, el cual está compuesto por elementos verticales como placas de concreto y acero corrugado y elementos horizontales de losas de concreto macizo de igual manera con acero corrugado. Este sistema conjuntamente con la implementación de la metodología Lean Construction, permite un uso eficiente de recursos y sobre todo una alta productividad, ya que, al tener una construcción vertical en serie, se pueden alcanzar altos niveles de productividad en la construcción y así entregar value al proyecto.

La especialidad eléctrica considera la implementación de una subestación eléctrica, y el diseño de alumbrado y tomacorrientes monofásicos de los departamentos, así como el sistema de bombas de consumo y sistema contra incendio. La especialidad sanitaria considera los diseños de las cisternas de consumo y de contra incendios, las

redes de agua y desagüe y la red contra incendios. La especialidad mecánica, considera el diseño de presurización de las escaleras de evacuación.

7.2.2.2 Beneficios. Los beneficios de este sistema de ingeniería estructural, es que permite una construcción sectorizada sumamente eficiente, aplicando la filosofía Lean Construction, se pueden alcanzar altos niveles de productividad. Específicamente este proyecto, permite realizar vaciados monolíticos de elementos verticales y horizontales, tales como placas y losas; esta mejora de la producción se ve reflejada en la culminación temprana del proyecto, finalización temprana del alquiler de encofrado y pago de planilla de personal obrero, y finalmente así la entrega anticipada de las unidades inmobiliarias.

7.2.2.3 Características. Las características principales de la ingeniería de este proyecto, es que permite un uso eficiente máximo de los recursos constructivos como encofrado y concreto. Al permitir vaciados monolíticos, existe una mayor velocidad constructiva. Adicionalmente al ser este proyecto sin sótanos, la cimentación solo estará compuesta por una platea de cimentación para cada torre. Las placas serán de 10cm aproximadamente y las losas de igual manera de 10cm con acero corrugado y de concreto $f'c=210\text{kg/cm}^2$ salvo elementos que puedan tener mayor resistencia debido a las cargas. Las tuberías de agua y eléctricas, estarán embebidas en las losas y placas y las tuberías de desagüe se dirigirán por medio de ductos a su punto de descarga.

7.2.2.4 Las tuberías de instalaciones eléctricas y sanitarias serán de PVC, mientras que las de ACI serán de acero negro. El proyecto contará también con los pozos a tierra requeridos para cada especialidad (Servicios generales, ascensores, ACI).

7.2.2.5 Costo. El costo del diseño estructural se encuentra en el ratio de S/ 4.75 por m^2 , lo cual genera un costo total de S/ 59,325.00. Para la parte de ingeniería de especialidad mecánica se ha considerado el sistema para presurización de las escaleras de

evacuación; la cual posee un costo de diseño de S/ 2.28 por m², con un costo total de S/. 28,484.22. Para especialidad eléctrica se ha considerado una subestación requerida para el abastecimiento de la energía pública, así como el diseño eléctrico del sistema de alumbrado y tomacorrientes monofásico de los departamentos, diseño eléctrico del sistema de ascensores y el diseño de energización del sistema contra incendio. Esta especialidad posee un costo de diseño de S/ 2.32 con un costo total de S/. 28,987.10. La especialidad sanitaria que incluye cisterna de agua contra incendio, cisterna de agua de consumo diario considerando el sistema de contraincendios, con una montante y manguera contraincendios en todos los pisos, posee un costo por m² de S/.2.70, lo cual genera un costo total de S/. 33,855.01. Finalmente, la especialidad de gas natural posee un costo por m² de S/. 0.76, generando un costo total de la partida por S/. 9,494.74.

7.2.3 Innovaciones

7.2.3.1 Concepto general. Respecto a las innovaciones analizamos qué servicio o producto renovamos y actualizamos mediante la aplicación de nuevos procesos, mejores técnicas o ideas diferentes y exitosas. El proyecto cuenta con innovación en el método constructivo en la etapa de construcción del casco y también en su diseño arquitectónico, así como en su posterior operatividad, dada la inclusión de ciertas características sostenibles, con el objetivo de minimizar el impacto ambiental no sólo de la propia construcción, sino también de la operación futura del proyecto.

7.2.3.2 Beneficios. Los beneficios que podemos listar dentro de la aplicación de estas innovaciones en el caso del proceso constructivo, es que permitirá una entrega temprana de la unidad inmobiliaria, ya que ayuda a la reducir los tiempos de construcción del proyecto; con ello tanto el promotor inmobiliario como el cliente final, podrán ver realizada su inversión más temprano de lo esperado. Respecto al diseño arquitectónico, este brindará a los departamentos del primer piso un espacio adicional de terraza distinto

a todos los productos similares del mercado, que tradicionalmente no se ofrecen en este ambiente en particular. Este ambiente adicional, brindará un espacio más recreación para la familia dentro de su propia unidad inmobiliaria, en la cual podrá realizar actividades como parrillas, juegos de niños y hasta brindará un espacio de contacto con el medio ambiente. Respecto a las características sostenibles, el proyecto considera la implementación de aparatos sanitarios de concepto ahorrador, así como paneles solares fotovoltaicos para la iluminación de las áreas comunes de las torres y de la propia residencial. También se considera la implementación de técnica de riego tecnificado para las áreas verdes que tendrán un diseño sostenible y que tendrán plantas de bajo consumo de agua, pisos eco amigables al igual que todos los juegos para niños serán de material reciclado y sostenible. Así mismo se incrementará área construida en el sótano para implementar una planta de agua residuales, y así brindar un mejor uso de los recursos de agua en el proyecto. Adicionalmente el diseño y concepto del proyecto, ha sido concebido para brindar la sensación de apertura al medio ambiente y siempre contar con iluminación natural.

7.2.3.3 Características. La característica de innovación dentro del proceso constructivo, es que las cimentaciones al ser consideradas como plateas de cimentación permiten un vaciado total y monolítico para el nacimiento de todos los elementos verticales, y junto con el inicio de los vaciados de elementos verticales (placas) y horizontales (losas), al ser siempre en sectores monolíticos (placas y losas al mismo tiempo) se disminuyen los tiempos de construcción, por lo que las unidades inmobiliarias serían entregadas antes de lo previsto.

En cuanto al diseño arquitectónico, el proyecto contempla que todos los departamentos del primer piso que poseen vista hacia jardines, cuentan con un ambiente de terraza adicional, lo cual es un atractivo adicional y fuera del común de los departamentos

ofertados en el mercado del programa Techo propio o Mi Vivienda; con ello el cliente podrá tener un ambiente más, en el cual podrá realizar otras actividades como parrilla, descanso, juego de niños, y tener la sensación de apertura al medio ambiente y zona verde dentro del hogar. Dicha sensación de apertura al medio ambiente, también es la que se busca y se logra en el diseño global del proyecto, al poseer todos los ambientes de sala-comedor y dormitorios vista hacia el exterior, se tiene el atractivo de iluminación natural, lo que brindará confort naturalidad a la unidad inmobiliaria. Referente a la eficiencia energética la implementación de paneles solares resultaría de gran beneficio, ya que de acuerdo a la empresa española ENDESA y al blog “Efecto Responsable” en Perú, la energía fotovoltaica es la alternativa más rentable, considerando que Perú posee una de las radiaciones solares más altas del mundo, casi de 6.5KW/m², con lo que el costo de los paneles se concentra en su inversión inicial, ya que los costos de operación y mantenimiento son bastante bajo, y su vida útil puede llegar hasta 25 años; esto puede generar un ahorro en el consumo de energía de entre 30% y 80%; en cuestión del sistema de riego para las áreas verdes, se han considerado sistemas que aporten al ahorro en el consumo de agua. De acuerdo a la empresa GESTIRIESGO con sede en España, lo cuales son proveedores de sistema de riego desde 1985, el sistema de riego tradicional, suele tener una eficiencia baja, de entre 40% y 65%, mientras que un sistema de aspersión posee una eficiencia de media a alta de entre 80% y 85%, y finalmente el sistema de riego por goteo con la eficiencia más alta entre 90% y 95%. Por ello la implementación de un sistema mixto entre sistemas de aspersión y de goteo, permitirá un ahorro considerable en la cuota del mantenimiento de las áreas verdes de la residencial para los usuarios. El incremento de área construida de sótano para la inclusión de una planta de aguas residuales, aportará a una reducción del consumo de agua para los sistemas de riego e inclusive para uso de aparatos de aguas grises. La

implementación de un piso eco amigable para zona de juegos para niños, reducirá el mantenimiento periódico y anularía el consumo de plástico y caucho que se tendría con un césped artificial; el sistema de jardines sostenibles y plantas de bajo consumo de agua, aportará en la reducción del consumo de agua y en el propio mantenimiento de los jardines.

7.2.3.4 Costo. El costo de implementar este método constructivo, es netamente cero, ya que lo único que se aplica es un método más eficiente de distintos procesos acortando su espacio de ejecución en el tiempo, por lo que resulta una innovación netamente de gestión en la ejecución del proyecto. El costo relacionado al diseño del proyecto, yace en el costo por m² de la espacialidad de arquitectura que es de S/. 18.29; y de igual manera la incursión del ambiente de terraza en los departamentos del primer piso, ya se encontraban considerados en el costo de construcción por m², ya que en otro escenario dicha área sería considerada como área libre, por lo que de igual manera habría sido construida. El costo de la implementación de aparatos sanitarios (inodoro dual) de concepto ahorrador asciende a S/ 28,220.34 y el incremento por las griferías también de consumo eficiente es de S/ 24,420.00. El costo por el incremento de área construida de sótano para la implementación de la planta de tratamiento de aguas residuales, es de S/ 43,474.58 (45m² a \$300 por m²), y el costo de la propia PTAR sería de S/ 35,649.80. El costo de la implementación de paneles solares para el abastecimiento de energía de las áreas comunes es de aproximadamente S/ 44,970.55 con un mantenimiento mensual de \$200.00. El costo de la implementación del riego tecnificado para las áreas verdes de bajo regadío asciende a S/. 13,268.26, el diseño de jardines sostenibles tiene un costo de S/ 3,248.20 y la inclusión de plantas que cuenten con bajo consumo de agua es de S/ 3,777.44. En la zona de juegos para niños el piso eco amigable tiene un costo de S/

7084.94 y los propios juegos desarrollados con materiales reciclados y sostenibles, tiene un costo de S/ 4,856.41.

7.2.4 Plan de Producción o Elaboración de Métodos

7.2.4.1 Métodos de producción. Los métodos de producción para la ejecución del proyecto serán utilizando la filosofía Lean Construction, aplicando trenes de trabajo para los sectores dimensionados; lo cual permitirá un uso eficiente de los recursos y un costo más cercano al del presupuesto para partidas con mayor consumo de materiales. El diseño estructural al ser un sistema de ductilidad limitada compuesto por placas y losas de concreto macizo, lo cual exime la existencia de vigas, con lo que facilita el proceso de los vaciados monolíticos de placas y losas.

7.2.4.2 Materiales. Algunos de los materiales de construcción que se utilizarán serán los siguientes:

- Concreto premezclado
- Acero
- Cemento
- Vidrios
- Carpintería metálica
- Puertas de madera
- Pintura
- Drywall
- Tuberías de PVC
- Cables eléctricos

7.2.4.3 Costos de producción. Algunos costos principales de producción son los siguientes: Costos de staff:

- Ing. Residente: S/. 11,000.00
- Ing. Campo: S/. 8,800.00
- Arq. Campo: S/. 6,100.00
- Maestro de obra: S/. 7,500.00
- Técnico de calidad: S/. 2,500.00
- Jefe de seguridad: S/. 5,700.00
- Ing. de costos: S/. 5,400.00

Costos de producción de partidas:

- Estructuras: S/. 5,091,271.39
- Arquitectura: S/. 4,136,698.01
- Instalaciones eléctricas: S/. 1,998,924.30
- Instalaciones sanitarias: S/. 1,257,964.98
- Instalaciones de gas: S/. 98,201.74
- Obras provisionales: S/. 801,283.26
- Equipamiento: S/. 1,191,435.75

7.2.4.4 Innovaciones en la construcción. La innovación predominante en la construcción, es la aplicación de la filosofía Lean Construction principalmente en la etapa de ejecución de la estructura del proyecto. La aplicación de esta filosofía, tal como se ha señalado en puntos anteriores, consiste en la mejora y eficiencia de la ejecución del casco de la obra mediante el vaciado monolítico de las placas y losas de concreto. Referente a la eficiencia energética la implementación de paneles solares resultaría de gran beneficio, ya que de acuerdo a la empresa española ENDESA y al blog “Efecto

Responsable” en Perú, la energía fotovoltaica es la alternativa más rentable, considerando que Perú posee una de las radiaciones solares más altas del mundo, casi de 6.5KW/m², con lo que el costo de los paneles se concentra en su inversión inicial, ya que los costos de operación y mantenimiento son bastante bajo, y su vida útil puede llegar hasta 25 años; esto puede generar un ahorro en el consumo de energía de entre 30% y 80%; en cuestión del sistema de riego para las áreas verdes, se han considerado sistemas que aporten al ahorro en el consumo de agua. De acuerdo a la empresa GESTIRIESGO con sede en España, lo cuales son proveedores de sistema de riego desde 1985, el sistema de riego tradicional, suele tener una eficiencia baja, de entre 40% y 65%, mientras que un sistema de aspersión posee una eficiencia de media a alta de entre 80% y 85%, y finalmente el sistema de riego por goteo con la eficiencia más alta entre 90% y 95%. Por ello la implementación de un sistema mixto entre sistemas de aspersión y de goteo, permitirá un ahorro considerable en la cuota del mantenimiento de las áreas verdes de la residencial para los usuarios.

7.2.4.5 Impacto económico de las mejoras y de las optimizaciones propuestas para la producción. El impacto económico de las propuestas de mejora durante la ejecución del plan de producción, se manifiesta en la finalización temprana del casco, lo cual ahorra días laborales del personal obrero. Con un método tradicional de construcción la ejecución de los 11 pisos de cada torre tomaría aproximadamente 66 días (11 semanas), con un total de 198 días (33 semanas), mientras que, aplicando la mejora del método de producción aplicable a nuestro sistema estructural del proyecto, dichos tiempo se reduciría a 55 días (9 semanas) con un total de 165 días (27 semanas); lo que genera un ahorro de 33 días. Para calcular el impacto económico, consideraremos las siguientes cuadrillas de personal obrero:

- Maestro de obra: 01 persona

- Oficial concretero: 08 personas
- Operario carpintero: 12 personas
- Oficial carpintero: 06 personas
- Operario fierrero: 06 personas
- Oficial fierrero: 03 personas
- Operario torre grúa: 01 persona
- Operario maniobrista (rigger): 02 personas

Mostramos el siguiente cuadro de precios por cada trabajador (ver Tabla 24):

Tabla 24

Costos de Mano de Obra "Lomas de Campoy"

	Und	Cantidad	Precio	Total
Maestro de Obra	Dia	1.0	S/ 250.00	S/ 250.00
Operario	Dia	18.0	S/ 153.57	S/ 2,764.26
Oficial	Dia	17.0	S/ 121.50	S/ 2,065.50
Operario torre grúa	Dia	1.0	S/ 200.00	S/ 200.00
Operario maniobrista (rigger)	Dia	2.0	S/ 133.33	S/ 266.66
Total				S/ 5,546.42

Considerando el cuadro mostrado, los 33 días, representaría un ahorro de S/. 183,032.19 (17% aprox.) del costo de mano de obra durante la etapa de estructuras. Respecto al ahorro más impactante para las familias que finalmente vivirán en las viviendas ofertadas, encontramos al ahorro energético, con el sistema propuesto de paneles solares, el cual podría representar un ahorro en el consumo de electricidad del 30% al 80%, mientras que referente al consumo de agua, el sistema de riego propuesto, podría representar un ahorro del 20% al 45%. Ambos sistemas de eficiencia de recursos energético verán reflejados dichos porcentajes de ahorro, en los recibos de pago del

mantenimiento de la residencial.

7.2.4.6 Logística requerida. La logística para el desarrollo de la construcción, será coordinada con proveedores clave, liderado por el responsable de almacén del proyecto. Este responsable coordinará con los proveedores de materiales clave (Aceros Arequipa, La viga, etc.) la llegada de los mismos según el requerimiento del Ing. residente. Los pedidos de concreto premezclado los realizará el Ing. Residente directamente con el área de programación y despacho según acuerdo comercial con la concretera que será elegida.

7.2.4.7 Personal requerido. Se presenta un listado personal de mano de obra requerido; el personal obrero sólo será considerado para la etapa de construcción del casco, ya que las actividades de instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias, instalaciones mecánicas, instalaciones de gas y la etapa de arquitectura serán totalmente subcontratadas.

- Ingeniero Residente: 01
- Ingeniero de Campo: 01
- Arquitecto Campo: 01
- Maestro de obra: 01
- Técnico de calidad: 01
- Jefe de seguridad: 01
- Ingeniero de costos: 01
- Responsable de almacén: 01
- Operarios carpinteros: 12
- Oficiales carpinteros: 06
- Operarios fierreros: 06
- Oficiales fierreros: 03
- Oficiales concreteros: 08

- Operador de torre grúa: 01
- Operario maniobrista (rigger): 02
- Subcontratistas

7.2.5 Costos y Presupuestos

7.2.5.1 Materiales requeridos. Los principales materiales requeridos para la ejecución del proyecto son:

- Concreto premezclado
- Acero
- Cemento
- Vidrios
- Carpintería metálica
- Puertas de madera
- Pintura
- Drywall
- Tuberías de PVC
- Cables eléctricos

7.2.5.2 Costos unitarios de producción. Los costos unitarios de los principales materiales son (ver Tabla 25):

Tabla 25

Costos de Producción “Lomas de Campoy”

Descripción de la partida	Und	Precio Unit. (S/.)
Concreto premezclado $f_c = 210\text{kg/cm}^2$	m3	309.20
Acero corrugado	kg	4.67
Encofrado	m2	30.32
Salida para alumbrado	und	76.43
Salida para interruptor	und	24.28
Salidas para agua fría	und	51.41
Muro K.K. de arcilla de 15cm	m2	95.00
Enchape pared cerámico	m2	45.25
Puertas de madera	und	250.00
Pintura	m2	14.00
Ventanas de aluminio	und	986.00

7.2.5.3 Presupuestos. El presupuesto principal estaría marcado por los siguientes valores:

Tabla 26

Presupuesto Principal de Construcción “Lomas de Campoy”

Descripción	Costo Directo (S/.)
Obras provisionales	801,283.26
Estructuras	5,091,271.39
Arquitectura	4,136,698.01
Instalaciones eléctricas	1,998,924.30
Instalaciones sanitarias	1,257,964.98
Instalaciones de gas	98,201.74
Equipamiento	1,191,435.45
Total Costo Directo	14,575,779.13
Gastos Generales	1,031,586.38
Subtotal	15,607,365.51
IGV	2,809,325.79
Total	18,416,691.30

7.2.5.4 Cronograma. A continuación, se muestra un cronograma aproximado del desarrollo del proyecto (ver Figura 95):

Figura 95

Cronograma de Proyecto “Lomas de Campoy”

Descripción de la Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20
Elaboración Marketing Plan	■	■																		
Etapa Preventa			■	■	■	■	■	■												
Construcción etapa Estructuras									■	■	■	■	■							
Construcción etapa Arquitectura y Acabados													■	■	■	■	■	■	■	■
Entrega de Proyecto																				■

Como se puede apreciar en el cronograma planteado, la elaboración del marketing plan tiene una duración de 2 meses, luego el lanzamiento del proyecto o etapa de preventa que será de 6 meses, ya que se considera una velocidad de venta de 15 und mes, con lo que se llegaría a las 66 unidades requeridas (30% de preventa) en dicho periodo. Luego podría iniciar la construcción propia del proyecto, con lo que se ha dispuesto 5 meses para la construcción del casco y 8 meses para la etapa de acabados y arquitectura y obras exteriores del proyecto, obteniendo un período de construcción total de 11 meses. Finalmente, la entrega de las primeras unidades inmobiliarias se estaría realizando en el mes 20.

7.3 Marketing Mix – Precio

7.3.1 Elementos para tomar en cuenta para la fijación de precio

7.3.1.1 Costos. En todo proyecto inmobiliario los costos más influyentes es el costo del terreno y el costo de construcción (de área techada), las ratios que tendremos para que el proyecto sea rentable son:

- Terreno : US \$ 330.00 x m² / S/. 1,254.00
- Costo de construcción : US \$ 336.36 x m² / S/ 1,278.15 (Sin IGV)

7.3.1.2 Precios de la competencia. Lista de precios de competencia Proyecto “Terrazas del Sol” el cual trabajan con el Programa “Mi Vivienda” son los siguientes (ver Tabla 27):

Tabla 27

Lista de Precios de Proyecto “Terrazas del Sol”

Tipología	Dormitorios	Área	Precio (S/)	Ratio (S/M2)
M1	D-1	39.00	120,122.00	3,080.05
M2	D-2	61.00	259,000.00	4,245.90
M3	D-3	66.30	290,000.00	4,374.06

En comparación tenemos la lista de precios del proyecto “Lomas de Campoy” (ver Tabla 28).

Tabla 28

Lista de precios de Proyecto “Lomas de Campoy”

Tipología	Dormitorios	Área (m2)	Precio (S/.)	Ratio (S / m2)
M1 - FMV	D-2	42.98	159,178.19	3,703.54
M2 - FTP	D-2	43.14	128,400.00	2,976.36

Se puede apreciar que los precios por m2 del Proyecto de “Terrazas del Sol” es mayor que los del Proyecto “Lomas de Campoy”, lo cual brinda una ventaja competitiva por precio frente a la competencia, y así tener la preferencia de compra frente al público objetivo, que ante todo busca un producto de preferencia económico y accesible.

7.3.1.3 Precio VS Posicionamiento. El Posicionamiento del Proyecto Lomas de Campoy es brindar a familias de bajos recursos la posibilidad de vivir en un espacio digno con las comodidades mínimas que son la energía, agua y desagüe; todo ello a un

precio justo y con un beneficio de subsidio por parte del estado. El precio de venta a ofrecer es menor que nuestra competencia más cercana en el formato “Mi Vivienda”.

7.3.1.4 Objetivos del Precio.

7.3.1.4.1 Precio. El proyecto Lomas de Campoy tiene como objetivo brindar el mejor precio del mercado que permita una velocidad de venta óptima para manejar un correcto flujo de caja del Proyecto. Un precio justo sin que se vea mermada la rentabilidad del Proyecto.

7.3.1.4.2 Forma de Pago. Los futuros propietarios del Proyecto Lomas de Campoy tendrán la opción de acceder a un crédito hipotecario para el pago del financiamiento. El pago debe realizarse de forma mensual por un periodo de 20 años a 25 años. Esto será válido para los dos formatos de vivienda a ofertar que son “Mi Vivienda” y “Techo Propio”.

7.3.1.4.3 Financiamiento. Las familias que adquieran su nueva vivienda en el Proyecto Lomas de Campoy podrán financiarse a través de un crédito hipotecario, las entidades Bancarias miran aun con mucho riesgo respaldar este tipo de proyectos, por lo cual se tiene que coordinar con Cajas y/o Cooperativas, para el presente Proyecto Lomas de Campoy se espera concretar acuerdos con la Cooperativa Pacifico (Copac).

7.3.2 Fijación de Precio

7.3.2.1 Precio. El Proyecto “Lomas de Campoy” manejará dos formatos de vivienda, los departamentos ubicados en los pisos superiores de la torre B con vista posterior al condominio, pertenecerán al programa “Techo Propio” y tendrán un precio de S/. 128,400.00, mientras que los demás departamentos pertenecerán al programa “Mi vivienda” y su precio será desde S/. 144,597.60 hasta S/. 298,500.34 dependiendo de su ubicación y su área vendible. El precio de cada estacionamiento será de S/. 30,000.00

soles o de S/. 50,000.00 dependiendo de su ubicación. Las unidades por ofertar son para el formato “Mi Vivienda” 155 unidades y para el formato “Techo Propio” las unidades son 65 departamentos.

7.3.2.2 Financiamiento y Cuota inicial. En el formato de departamentos “Mi Vivienda” el financiamiento y cuota inicial es el siguiente (ver Tabla 29):

Tabla 29

Monto a Financiar y Cuota Inicial Mi Vivienda promedio “Lomas de Campoy”

Unidades Mi Vivienda	
Valor del Inmueble (S/.)	159,178.19
Subsidio (S/.)	21,100.00
Valor con Subsidio (S/.)	138,078.19
Cuota Inicial 10% (S/.)	15,917.82
Valor a Financiar (S/.)	122,160.37

El valor por financiar es S/. 122,160.37 soles y la cuota inicial es el 10% del precio de venta del inmueble, la cuota inicial es de S/ 15,917.82.

En el formato de departamentos del programa “Techo Propio” el monto de financiamiento y cuota inicial es el siguiente (ver Tabla 30):

Tabla 30

Monto a Financiar y Cuota Inicial Techo Propio – Lomas de Campoy

Unidades Techo Propio	
Valor del Inmueble (S/.)	128,400.00
Subsidio (S/.)	43,312.50
Valor con Subsidio (S/.)	85,087.50
Cuota Inicial 10% (S/.)	12,840.00
Valor a Financiar (S/.)	72,247.50

El valor por financiar es S/. 72,247.50 soles y la cuota inicial es del 10% del precio de venta del inmueble, la cuota inicial es S/ 12,840.00.

7.3.2.3 Tasa de interés (T.E.A.). De acuerdo al estudio de tasas de créditos hipotecarios publicado por CAPECO en abril 2023, la Tasa de interés anual TEA para los proyectos del programa “Techo Propio” en promedio es de 15% (ver Tabla 31), debido a que estos proyectos de vivienda social tienen bajo interés en ser respaldados por entidades bancarias de primer nivel, por tal motivo son las cajas y cooperativas las cuales se hacen cargo de la atención de estos créditos hipotecarios para este tipo de proyectos, teniendo en cuenta el riesgo, la TEA es mayor que otro crédito hipotecario

7.3.2.4 propuestos por las entidades bancarias.

Tabla 31

Techo Propio AVN – Tasa de Interés

IFI	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	Total	Operaciones	Crédito Promedio
BBVA Perú	13.00	13.00	13.00	13.03	13.01	62	36,350
CMAC Maynas	13.00	13.46	-	-	13.27	3	31,100
CMAC Ica	13.50	13.50	13.50	13.50	13.50	50	37,601
CMAC Trujillo	13.75	-	13.75	-	13.75	8	41,460
Interbank	13.99	14.23	-	15.00	14.45	5	48,650
CMAC Huancayo	13.99	10.25	14.16	15.37	14.52	12	36,370
Banco Pichincha	15.00	14.00	15.00	-	14.58	5	42,561
Financiera Efectiva	16.00	14.50	-	14.50	14.70	13	25,143
CMAC Arequipa	-	-	-	14.99	14.99	1	72,988
Vívela	15.13	15.26	14.68	14.85	15.08	30	32,283
COOPAC Pacífico	15.83	16.90	17.00	17.00	16.63	199	30,773
Total	14.67	15.51	15.08	15.43	15.12	388	33,359

Nota. Tomado de “Tasa de Créditos Hipotecarios Vivienda Social” por CAPECO, 2023.

Por otro lado, la tasa para los proyectos “Mi Vivienda” será de 9.5% de acuerdo al mismo estudio de CAPECO (ver Tabla 32), debido a que varias son las entidades financieras que participan de este tipo de proyectos sobretudo entidades bancarias, adicionalmente el perfil del solicitante representa un menor riesgo dada la formalidad y garantías que pueden brindar puesto su estado laboral y financiero, por ello existe mayor confianza por las entidades que brindan este tipo de financiamiento.

Tabla 32*Programa Mivivienda – Tasa de Interés*

Tasa de interés promedio [de 139,400 hasta 232,200]
Por IFI's

IFI	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	Total	Operaciones	Crédito Promedio
BBVA Perú	8.89	8.87	8.88	9.07	8.95	203	128,720
Scotiabank	9.18	9.40	9.18	9.46	9.32	43	152,355
Financiera Efectiva	9.86	9.36	9.51	9.31	9.45	58	116,959
Banbif	9.86	9.65	9.80	9.63	9.73	89	134,086
Banco de Crédito	9.61	9.82	9.94	10.05	9.84	331	142,301
Banco Pichincha	9.93	9.52	9.74	10.03	9.85	135	127,285
Interbank	9.92	9.78	9.76	9.98	9.85	139	138,832
Vívela	9.80	9.90	10.10	10.20	10.02	186	125,018
Banco de Comercio	-	10.43	10.90	10.24	10.46	6	122,281
CMAC Huancayo	10.86	10.12	10.60	10.58	10.62	52	107,015
CMAC Arequipa	10.95	10.95	10.95	-	10.95	5	117,028
CMAC Ica	11.82	11.85	11.85	11.87	11.85	16	97,753
CMAC Cusco	11.93	11.94	11.88	11.88	11.90	16	152,789
CrediScotia Financiera	12.70	11.98	-	12.40	12.25	10	133,600
Total	9.74	9.68	9.81	9.88	9.79	1,289	132,245

Nota. De “Tasa de Créditos Hipotecarios Vivienda Social” por CAPECO, 2023

7.3.2.5 Cuotas mensuales proyectadas. Cuotas mensuales para formato “Mi Vivienda”. La cuota mensual proyectada para formato “Mi Vivienda” (para departamento de valor promedio) es S/ 1,124.37 soles, considerando que dicha cuota representa el 30% del ingreso familiar, tal monto proyectado sería de S/ 3,747.90 soles. Podemos observar según lo analizado en el capítulo 6, que el público objetivo perteneciente al NSE “C” está en capacidad de acceder a este producto inmobiliario ya que tal NSE posee un nivel de ingreso mensual de entre S/ 3,000 a S/ 7,000 (ver Tabla 19).

Tabla 19*Cuota mensual Mivivienda – Lomas de Campoy*

Unidades Mi Vivienda	
Valor de Inmueble	S/ 159,178.19
Subsidio	S/ 21,100.00
Cuota Inicial (10%)	S/ 15,917.82
Valor a Financiar	S/ 122,160.37
Plazo (meses)	240
TEA	9.5%
TEM	0.76%
Cuota (sin seguro)	S/ 1,107.75
Seguro desgravamen	S/ 16.62
Cuota mensual	S/ 1,124.37
Ingreso Familiar	S/ 3,747.90

Por otro lado, la cuota mensual proyectada para formato “Techo Propio” es S/ 914.97 soles, considerando que también se destinaría el 30% del ingreso familiar mensual a cubrir dicha cuota, tal ingreso familiar proyectado sería de S/ 3,049.91 soles. Considerando lo observado en el capítulo 6, podemos concluir de igual forma que para el producto inmobiliario destinado a este programa, efectivamente público objetivo podrá contar con acceso, ya que el NSE “D” posee un ingreso mensual de hasta S/ 3,000 (ver Tabla 33).

Tabla 33*Cuota Mensual Techo Propio – Lomas de Campoy*

Unidades Techo Propio	
Valor de Inmueble	S/ 128,400.00
Subsidio	S/ 43,312.50
Cuota Inicial	S/ 12,840.00
Valor a Financiar	S/ 72,247.50
Plazo (meses)	240
TEA	15%
TEM	1.17%
Cuota (sin seguro)	S/ 901.45
Seguro desgravamen	S/ 13.52
Cuota mensual	S/ 914.97
Ingreso Familiar	S/ 3,049.91

7.4 Marketing Mix – Promoción

7.4.1 Publicidad

7.4.1.1 Objetivos. El principal objetivo de la campaña de marketing que se propone es difundir información del proyecto que resalte las características diferenciadoras con la competencia, para despertar el interés de los potenciales clientes. La información debe ser clara y limitada para que el cliente tenga incentivos de contactarse o registrarse para que un asesor se ponga en contacto.

7.4.1.2 Medios. Los medios que se utilizarán son los siguientes:

- En el terreno: caseta informativa y brandeado de todo el muro que rodea y limita el predio con los vecinos.
- Alrededores: se colocará señalética desde la avenida precursoras hasta el proyecto.
- Redes sociales: se realizarán campañas pagadas en base al público de cliente potencial. Se publicará en su mayoría en Facebook e Instagram.
- Página web: se promocionan todos los proyectos en cartera.
- Portales inmobiliarios: Se tendrá presencia en Adonde Vivir.
- Brochure y Volanteo: se realiza volanteo en zonas como estaciones de tren, mercados aledaños, colegios de la zona, Tottus, entre otros.
- Ferias inmobiliarias: espacio en donde las inmobiliarias más reconocidas en el país tienen presencia para ofrecer los proyectos que tienen en cartera (ver Figura 96).

Figura 96*Publicidad Nexo Inmobiliaria*

- Activación en la zona: activaciones por lanzamiento en el parque N°6 en donde se pondrán juegos para niños para que las familias puedan disfrutar una tarde en familia y puedan informarse del nuevo proyecto que habrá en la zona.

7.4.1.3 Frecuencia.

- La intervención en caseta, alrededores, brochure y volanteo será a lo largo del proyecto.
- Portales inmobiliarios, página web, redes sociales y portales de Fondo Mi Vivienda tendrá difusión mensual. En redes sociales se publicará 01 campaña y 08 post mensuales.
- Ferias inmobiliarias que se realizan 4 días consecutivos, 04 veces al año.
- Activaciones la cual se realiza por única vez como lanzamiento.

7.4.2 Marketing Directo

El marketing directo se basa en el uso de base de datos para captar a los posibles futuros clientes. La base de datos con la que cuenta la empresa se alimenta al 100% del registro de

interesados y referenciados de los proyectos previos que desarrollo la empresa, hablamos del proyecto Amancaes y Cipreses I.

7.4.2.1 Convencional. Se toma en cuenta la base de contactos generados en proyectos anteriores, plataformas digitales (también conocido como “Leads”) y referidos. Como plan organizacional, los leads son atendidos en primera instancia por el Callcenter el cual le proporciona una cita con el ejecutivo de ventas para brindar más información.

7.4.2.2 Digital. A través de las plataformas digitales, se busca generar interés en el cliente para que proporcione sus datos y de esa forma la empresa pueda contactarlo para brindarle información acerca del proyecto. El cliente encontrará información preliminar en las plataformas (brochure) pero como estrategia se pretende ser cautos en la información que se brinda para que el cliente tenga el incentivo de contactarse.

7.4.3 *Venta Directa*

7.4.3.1 Organización de Ventas. Los puestos involucrados en el área comercial para la promoción del Lomas de Campoy son los siguientes:

- Gerente Comercial.
- 02 ejecutivos de venta.
- 01 callcenter.
- 01 administrador de ventas.
- 01 coordinador de desembolsos de bonos.

7.4.3.2 Captación de Prospectos. Los clientes potenciales llegan al proyecto de la siguiente manera:

- Viven por la zona.
- Ven la publicidad en redes y visitan la caseta de ventas o asisten a vitrina

inmobiliaria.

- Ven la publicidad en la revista del Fondo Mi Vivienda y visitan la caseta de ventas o asisten a vitrina inmobiliaria.
- Referidos de clientes que compraron en proyectos ejecutados por la empresa.
- Referidos de clientes que compran en dicho proyecto y refieren a algún familiar para vivir cerca.
- Ven la señalética al proyecto y visitan caseta.
- Reciben información del proyecto en mercados o estaciones de tren a través del volanteo de la zona y visitan la caseta de ventas.

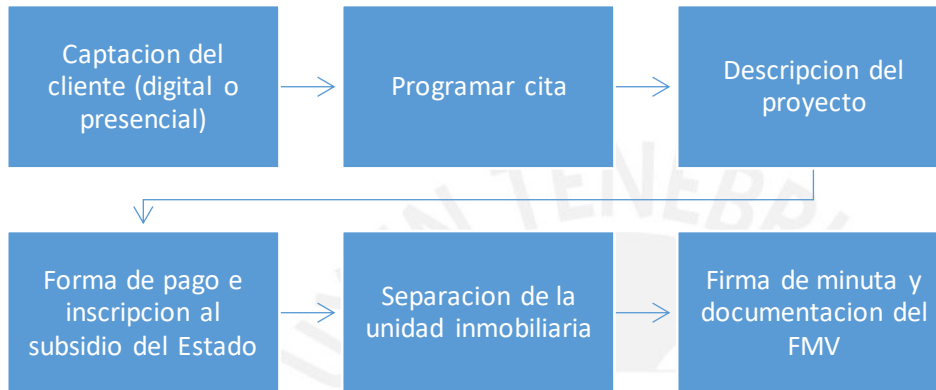
7.4.3.3 Métodos de Venta y Seguimiento. En primera instancia, se realiza el primer contacto con el cliente y se agenda una cita con el ejecutivo de venta. Posterior a ello, se informará al cliente potencial las bondades del producto que se ofrece teniendo en cuenta que los departamentos de Lomas de Campoy probablemente no vayan a satisfacer las necesidades de las familias sino va más por precio brindándoles una vivienda a un precio accesible, de calidad y formal. El cliente potencial que busca departamentos en la zona tal vez necesitará más cuartos por el número de hijos, sin embargo, debido a los topes de precio para aplicar a los subsidios no es posible.

El ejecutivo de ventas debe también centrarse en los requisitos que exige el Fondo Mi Vivienda para poder aplicar al subsidio de Techo Propio o Mi Vivienda. Si el cliente no aplica, el ejecutivo de ventas debe persuadir al cliente señalando que el precio de dichos departamentos está por debajo del mercado. Durante el dialogo es importante recalcar que no existen proyectos Techo Propio en el distrito de San Juan de Lurigancho.

7.4.3.4 Flujograma de Ventas Projectado. Se presenta el flujograma que posee la organización, para el detalle de seguimiento al cliente durante el proceso de la venta (ver Figura 97).

Figura 97

Flujograma de Ventas



7.4.3.5 Ejecutivos Comerciales. A continuación, se muestran las características de los ejecutivos comerciales:

- Empatía.
- Capacidad Negociadora.
- Profesionalidad.
- Sociabilidad.
- Honradez.
- Proactivo.
- Manejo de habilidades blandas.
- Cercanía con el cliente, el ejecutivo debe de tener la capacidad de conectar con el cliente.

7.5 Marketing Mix – Plaza

7.5.1 Convencional

7.5.1.1 Sala de Ventas. La sala de ventas se ubicará en Calle 18, Mz. T Lote 2, en el distrito de San Juan de Lurigancho en donde se ejecutará el Proyecto Lomas de Campoy (ver Figuras 98). En primera instancia, se está planteando una estrategia de marketing incognito (ver Figura 99). A continuación, se presenta el primer paso que se da como intervención en el proyecto para generar expectativas a los potenciales clientes. Con dicha intervención, se pretende generar que el entorno esté a la espera de la activación del proyecto y que como empresa recaudemos mayores leads mientras se encuentran en el planteamiento del anteproyecto.

Figura 98

Emplazamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”



Figura 99*Estrategia “incognito”*

La sala de venta tendrá un horario de atención de lunes a domingo de 8am a 5pm, ofreciendo informes y calificaciones a través de 02 vendedores, 01 callcenter y 01 asesor financiero.

Para el planteamiento del diseño de la caseta se realizará la construcción de un módulo de 70m² que estará implementado con toda la información que el cliente necesita para cerrar la compra como flyers, volantes, acabados, entre otros.

7.5.1.2 Vitrina inmobiliaria. Vitrina Inmobiliaria es el principal centro que brinda información sobre los bonos y programas que promueve el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS) a través del Fondo Mi Vivienda (FMV). Se encuentra ubicado en Jirón Camaná 199, Cercado de Lima el cual abre sus puertas para

asesorar a potenciales clientes de lunes a viernes 9am a 6pm y sábados de 10am a 2pm (ver Figura 100).

Figura 100

Exposición en Vitrina Inmobiliaria



La empresa cuenta con 3 stands, en donde se viene ofreciendo el Proyecto Cipreses condominio. Los stands serán diseñados e implementados para el Proyecto Lomas de Campoy.

7.5.2 Canales Digitales

Hoy en día, la tecnología ha ingresado a nuestros hogares y son una herramienta vital para la toma de decisiones familiares. En este caso, para la promoción de los departamentos que ofrece Lomas de Campoy se contempla diversos canales de venta digital.

7.5.2.1 Ubicación. Los principales canales en donde se ofrecerá información de Lomas de Campoy son los siguientes:

- Página Web de C&V Inversiones Inmobiliarias SA
- Facebook
- Instagram

- Revista Fondo Mi Vivienda
- A Donde Vivir

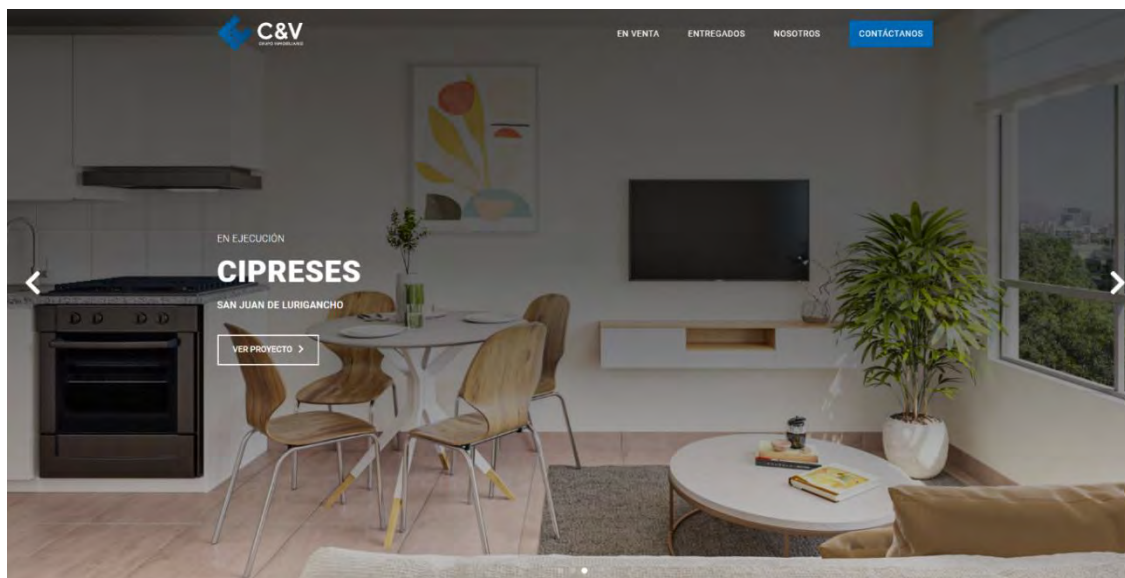
Por otro lado, todos los seguimientos de los leads generados en las distintas plataformas digitales se realizan a través del WhatsApp Business y luego son monitoreados en el CRM “Evolta” el cual nos permite administrar y darle continuidad a cada cliente. En dicho sistema, se puede poner alertas de número de veces que se contactó al cliente, cuáles son sus preferencias de vivienda, ingresos, entre otros; y posterior al cierre de la venta, se puede almacenar información del cliente junto con la carta de crédito hipotecario aprobada, minuta, hitos de pago, entre otros.

7.5.2.1.1 Página Web. La página <https://cyvperu.com/> es un punto de venta en donde se promociona los diversos proyectos que tiene la empresa. En la web se encuentra la siguiente información (ver Figura 101):

- “Proyectos en venta” en donde puedes ver las vistas del proyecto junto con características de este como dirección, número de departamentos, número de pisos, metraje promedio, distribución de las tipologías, áreas comunes, entre otros. En dicho espacio podrás descargar el Brochure del proyecto y podrás cotizar online.
- “Contáctenos” en donde se llena un formulario con información básica como Nombre, Apellidos, Correo, Teléfono, Proyecto a consultar y comentarios. Adicionalmente, se proporciona el número de teléfono del callcenter el cual se encuentra en la posibilidad de brindar información general y ofrecer citas a los clientes potenciales.

Figura 101

Página Web



Nota. Tomado de “C&V Grupo Inmobiliario”. <https://cyvperu.com/>. Información de dominio público.

7.5.2.1.2 Facebook. Como estrategia inicial se planteó realizar la publicación de modo incognito para la promoción en Facebook (ver Figura 102 y 103).

Figura 102

Publicación de promoción en Facebook N°1



Posterior a ello, se pretende realizar publicaciones y campañas con inversión en Facebook no solo ofreciendo el producto que se vende, sino también los beneficios del entorno.

Figura 103

Publicación de promoción en Facebook N°2



7.5.2.1.1 Instagram. Del mismo modo que en Facebook, en Instagram se realizará el lanzamiento del proyecto realizando una carpeta de destacados de “Lomas de Campoy” (ver Figura 104).

Figura 104

Publicación en Instagram

7.5.2.1.2 Revista Fondo Mivivienda. En la revista se pretende tener presencia en lo siguiente:

- Registrar el proyecto como Techo Propio para la obtención del código del proyecto, de esa forma “Lomas de Campoy” figurará como proyecto en el anexo “Oferta inmobiliaria: Techo Propio”.
- Publicidad del proyecto en la revista (ver Figura 105).

Figura 105

Publicidad en Revista Fondo Mivivienda



7.5.2.1.3 Adonde Vivir. Plataforma de búsqueda inmobiliaria en donde se puede encontrar viviendas en estreno (en planos) y viviendas de segunda. Adonde vivir, permite incluir toda la información relacionada al proyecto incluyendo planos de distribución, precios, características del proyecto, entre otros.

7.5.2.1.4 Diseño. Se plantea que la información que se brinde al potencial cliente sea exclusivamente informativa para persuadir al cliente que se contacte con el área comercial. Como estrategia se usará el valor del subsidio “bono desde S/ 43,312.50”, “cuotas desde S/” y “departamentos desde S/ 128,400” (ver Figura 106). Para la parte visual se contará con vistas del proyecto internas y externas en donde se podrá apreciar la distribución, acabados, áreas comunes y zonas verdes.

Figura 106

Ilustración Principal para mostrar al cliente



7.5.3 *Postventa*

7.5.3.1 Esquema General. La empresa tendrá contacto para cualquier servicio postventa con los propietarios a través de correo electrónico (postventa@cyvperu.com) frente a cualquier queja o consulta, el cual estará a cargo del área de proyectos. Es importante que el cliente esté familiarizado con el manual de entrega del departamento para que el cliente esté al tanto de la duración de las garantías.

7.5.3.2 Beneficios.

- Garantía de estructuras por 10 años desde la entrega.
- Garantía de acabados por 01 año desde la entrega.

7.5.3.3 Personal Requerido. Para el servicio post venta, el asistente del área de proyectos se encarga de derivar la atención de la incidencia reportada.

7.6 Presupuesto de Marketing

A continuación, se muestra la tabla en donde se presenta el presupuesto de marketing para el Proyecto Lomas de Campoy (ver Tabla 34).

Tabla 34

Presupuesto de Marketing

Categoría	CONCEPTO	Nº meses	P.U (S/)	P.U (S)	TOTAL (S/)	TOTAL (S)
Personal	Personal inhouse	16	6,000.00		96,000.00	
Equipos	Laptop	1	10,000.00		10,000.00	
Membresías	Istock y adobe	16	70.00		1,120.00	
Planos	Contractuales	1	6,000.00		6,000.00	
Activaciones	03 activaciones por la zona	1	46,000.00		46,000.00	
Sala de Ventas	Implementación	1	30,000.00		30,000.00	
	Brandeo	1	6,000.00		6,000.00	
	Eventos - días festivos	1	8,000.00		8,000.00	
Merchandasing	Merchandasing	1	1,500.00		1,500.00	
Portales	Navent	12	875.00		10,500.00	
Feria	Estructura, Montaje y desmontaje	4	3,900.00		15,600.00	
	Implementación	4	3,500.00		14,000.00	
	Decoración y activaciones	4	1,000.00		4,000.00	
	Extras	4	1,000.00		4,000.00	
Impresos	Material impreso	1	6,870.00		6,870.00	
	Planos	1	1,000.00		1,000.00	
	Señalizadores	1	2,000.00		2,000.00	
	Material volanteo	2	380.00		760.00	
	Panel publicitario	14	3,000.00		42,000.00	
Audiovisual	Vistas 3D	1		1,600.00		1,600.00
	Video Promocional	1		4,000.00		4,000.00
	Recorrido virtual	1		1,200.00		1,200.00
Online	Revista Fondo Mivivienda	4		1,000.00		4,000.00
	Facebook Ads	18		190.00		3,420.00
Total (S/)					305,350.00	
Total (S)					14,220.00	
TC					3.85	
Total					360,097.00	

VIII Plan Financiero

8.1 Generalidades

8.1.1 Supuestos

8.1.1.1 Generales

- Se toma en cuenta que el costo del terreno, alcabala y proyectos que comprende anteproyectos y especialidades son dados como aporte por parte el promotor. Para ello, se considera el pago del terreno y alcabala en el momento “Cero” y lo concerniente a proyectos durante la etapa de anteproyecto. La empresa realizará un aporte de S/3,921,030.57 que corresponde a 15.04% del costo total.
- La estructura de financiamiento propuesta comprende 15.04% de aporte de accionistas, 40.96% preventa y 44.00% financiamiento (ver Tabla 35). La preventa corresponde al 30% de la venta total es decir 66 unidades inmobiliarias.

Tabla 35

Estructura de financiamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”

	Total (S/)	%
Aporte	3,921,030.57	15.04%
Preventa	10,679,586.03	40.96%
Financiamiento	11,471,476.18	44.00%
Total	26,072,092.77	100%

- El terreno se pagará en totalidad al cierre de la compra.
- La evaluación del Proyecto Lomas de Campoy comprende un periodo de 20 meses para la culminación del proyecto.
- Se considera el valor de la UIT 2023 con S/4,950 soles. Dicho dato ayudará en el cálculo del precio de venta de las viviendas sujetas a Techo Propio.

- El tipo de cambio contemplado en el análisis es 3.80.

8.1.1.1.1 Ingresos.

- El volumen total de unidades inmobiliarias comprende 65 departamentos Techo Propio y 155 Mi Vivienda.
- Las unidades inmobiliarias bajo la modalidad Techo Propio no pagan IGV como un beneficio social que impuso el Estado. En el caso de Mi Vivienda, si se paga IGV venta.
- La velocidad de ventas estimada es 15 unidades inmobiliarias mensuales.
- La cantidad de estacionamientos ofrecida en el proyecto sigue la norma en donde se estipula que se debe de realizar un estacionamiento para cada tres departamentos Mi Vivienda y un estacionamiento para cada cinco departamentos Techo Propio.
- Como estructura de ingresos en unidades que aplican a Techo Propio se consideran las siguientes modalidades:
 - A. Contado (26 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, 36% bono habitacional Techo propio y un pago único del saldo restante. En base a la experiencia que tiene la empresa, el 40% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado.
 - B. Crédito directo (26 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, 36% bono habitacional Techo Propio y un número de pagos que cubren el saldo restante (los pagos son cuotas mensuales). En base a la experiencia que

tiene la empresa, el 40% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado.

C. Crédito hipotecario (13 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, 36% bono habitacional Techo Propio y 54.85% en un desembolso realizado por la Entidad Financiera. En base a la experiencia que tiene la empresa, el 20% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado. Se tomará en cuenta que bajo la modalidad de crédito hipotecario no existe ahorro casa ya que muchos clientes cuando se ven en la necesidad de optar por la modalidad antes mencionada deciden migrar a crédito directo.

- Como estructura de ingresos en unidades que aplican a Mi Vivienda se consideran las siguientes modalidades:

A. Contado (62 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, bono Mi Vivienda y un pago único del saldo restante. En base a la experiencia que tiene la empresa, el 30% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado.

B. Crédito directo (62 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, bono Mi Vivienda y un número de pagos que cubren el saldo restante (los pagos son cuotas mensuales). En base a la experiencia que tiene la empresa, el 30% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado.

C. Crédito hipotecario (31 unidades inmobiliarias): 0.83% de separación, 8.31% de cuota inicial, bono Mi Vivienda y un

desembolso de la Entidad Financiera. En base a la experiencia que tiene la empresa, el 30% de las ventas se encuentran bajo la modalidad contado.

- Como estructura de ingresos de estacionamientos se consideran las siguientes modalidades:
 - A. Contado (26 unidades inmobiliarias).
 - B. Crédito directo (26 unidades inmobiliarias)
 - C. Crédito hipotecario (13 unidades inmobiliarias)

8.1.1.1.2 Egresos

- El precio del terreno por m² es \$330.00 más 3% de alcabala.
- El costo por metro cuadrado de construcción sobre rasante es \$396.9 incluido IGV para el proyecto considerando sostenibilidad. En el caso de no sostenible el costo por metro cuadrado de construcción sobre rasante es \$390 incluido IGV.
- El costo por metro cuadrado de construcción bajo rasante (sótano) es \$300.00 incluido IGV.
- En la partida de Proyectos encontramos los siguientes gastos: Estudio de Suelos, Revisores Urbanos (Anteproyecto y Proyecto), Arquitectura, Estructuras, Instalaciones Eléctricas, Instalaciones Sanitarias, Instalaciones Mecánicas e Instalaciones de gas.
- En la partida de licencias, certificados y legales se contemplan los siguientes: anteproyecto búsquedas o gravamen catastrales, certificaciones, conformidad de obra, derechos de revisión de modificación, inscripción, revisión y supervisión, licencia de construcción, planos, seguros, asesoría legal, derechos registrales,

gastos notariales, independización y reglamento interno, inscripción del terreno, vigencias de poder y partidas registrales.

- En la partida Postventa encontramos los siguientes gastos: imprevistos, implementación de postventa y atención de posventa.
- En la partida otros encontramos los siguientes gastos: declaratoria de fábrica, seguros (Póliza Car), instalaciones (luz, agua y gas) y otros gastos.
- En la partida de gastos administrativos se contemplan los siguientes gastos: Gastos en Gerencia, Planilla y Servicios Administrativos y Gastos de Oficina.
- En la partida de sostenibilidad encontramos los siguientes gastos: diseño de áreas verdes (paisajismo), implementación área verde, abastecimiento de agua (goteo y aspersores), piso exterior, paneles solares, planta de aguas grises, construcción de adicional de sótano, y juegos para niños sostenibles, inodoro dual y grifería sostenible.

8.1.1.1.2.1 Egresos sostenibilidad. El Proyecto Lomas de Campoy propone viviendas sociales para familias de bajos recursos generando un impacto positivo en el medio ambiente y una mejora en la calidad de vida de los hogares ya que incluye elementos de sostenibilidad. A continuación, presentamos los siguientes componentes que incluirá el proyecto.

En primer lugar, las áreas verdes de bajo regadío. El proyecto cuenta con 236.09 m² entre áreas comunes y jardines ubicados en los patios de los departamentos del primer piso. La propuesta consiste en

diseñar áreas verdes en el proyecto de la mano de una especialista y la implementación correspondiente.

A. Diseño: La partida de diseño estará a cargo de una arquitecta paisajista que brindará asesoría. El costo del servicio es S/ 0.26 más IGV por m² construido. En total la incorporación de diseño en áreas verdes incrementa el presupuesto en S/3,248.20 más IGV.

B. Implementación del área verde: el adecuamiento de las áreas verdes sin sostenibilidad representa un costo de S/9.00 m². Para el Proyecto Lomas de Campoy se implementará Xerojardinería definido por Silvia Bures como la aplicación de técnicas de cultivo que minimiza el consumo de agua, reduce la necesidad de utilizar fertilizantes, selecciona el riego adecuado, utiliza especies de la zona y genera un ecosistema que permite que las plantas se desarrollen de forma natural (2014).

El diferencial del costo de las plantas de bajo regadío asciende a S/30.00 más IGV por m². En total la implementación del espacio incrementa el presupuesto en S/3,777.44 más IGV.

C. Riego por Mecanismo de Goteo y Aspersores: el sistema de riego localizado o también conocido como riego por goteo consistente en regar la planta en forma de gota directamente a la zona radicular de la especie. Nikolaou et al. (2020) indica que dicho método de riego incrementa la eficiencia del regado el cual comparado al método tradicional genera un ahorro de al menos de 90% en agua (p. 2). Así mismo, los autores indican que es el método de riego más sostenible.

Adicionalmente, se considera riego por aspersión para jardines cuyo método de riego es dejar caer agua como “lluvia” focalizada (BBVA, 2022). Para el proyecto, se considera aspersión con temporizador para poder programar correctamente el riego sin incurrir en desperdicios de agua.

El costo de riego por goteo y aspersión asciende a S/56.2 más IGV por m². En total la implementación del espacio incrementa el presupuesto en S/13,268.26 más IGV.

En segundo lugar, bajo consumo en agua en inodoros y griferías. El inodoro dual, One Piece Stella VAINSA, proporciona 02 tipos de descarga que permite determinar la cantidad de agua requerida, lo cual reduce el consumo de agua. El uso del agua del inodoro representa el 30% del consumo diario del agua, por lo cual el uso de un inodoro dual reduce el consumo del agua en el hogar en aproximadamente 63 litros semanales (MN DEL GOLFO).

El diferencial de inodoro dual en comparación a un inodoro one piece incrementa a S/127.12 más IGV por unidad. En total la implementación del espacio incrementa el presupuesto en S/28,220.34 más IGV.

Con respecto a grifería ecoamigable, Monocomando de lavatorio Modelo Dessin Stretto, ofrece un producto que minimiza la huella de carbono siendo fabricado con materiales biodegradables y fabricación limpia. Stretto ofrece griferías fabricados con polímeros de alta resistencia, conducto libre de plomo y durabilidad con

empaque 100% ecológico. Los beneficios que Stretto ofrece son los siguientes:

- A. Eficiencia Hídrica: caudal de alrededor de 9 litros por minuto, minimizando la cantidad de agua utilizada.
- B. Tecnología Airmix: oxigena agua con burbujas de aire, lo cual genera un ahorro en agua.
- C. Libre de Plomo: permite una conducción libre de plomo debido a los materiales utilizados para la fabricación.

El diferencial de grifería ecoamigable asciende a S/155.2 más IGV la unidad. En total la implementación del espacio incrementa el presupuesto en S/24,420.00 más IGV.

En tercer lugar, paneles solares que reducirán el consumo de electricidad en áreas comunes. Cieri J. (2022) advierte un crecimiento en la utilización de paneles solares ya que expertos indican que existe un ahorro promedio de 50% en consumo eléctrico al mes pudiendo llegar al 80%.

Para la implementación se contempla el suministro de sistema fotovoltaico, montaje de sistema fotovoltaico y cableado desde inversor a tablero cuyo costo asciende a un total de S/44,970.55 más IGV. Adicionalmente se requiere tener un plan de mantenimiento preventivo del sistema fotovoltaico el cual se programa 02 veces al año que contempla mantenimiento a los paneles solares, estructura de soporte e inspección del inversor. El costo de cada mantenimiento es de 200 dólares semestrales.

A continuación, se presenta el gasto de electricidad en áreas comunes proyectado para “Lomas de Campoy” (ver Tabla 36). En dicho cuadro, según la experiencia previa que tiene la empresa en proyectos sociales, el gasto de electricidad que cada departamento asume es de S/15.00 mensuales. Tomando en cuenta ello, el gasto total de electricidad de áreas comunes es de S/3,300 mensual y S/39,600.00 anual.

Tabla 36

Proyección de gastos en electricidad en áreas comunes

Concepto	Cant. de departamentos	Monto S/	Total S/ (mensual)	Total S/ (anual)
Gastos de Luz por departamento (mensual)	220	15.00	3,300.00	39,600.00

Por otro lado, se muestra el gasto de electricidad contemplando una reducción del consumo en un 50% y el gasto por mantenimiento de los paneles solares del proyecto (ver Tabla 37).

Tabla 37

Proyección de gastos en electricidad en áreas comunes con paneles solares

Concepto	Cant.	Monto S/	Total S/ (mensual)	Total S/ (anual)
Gastos de Luz por departamento (mensual)	220	7.50	1,650	19,800
Mantenimientos anuales de paneles solares	2	760		762

En conclusión, existe un ahorro anual de S/19,038.00, incluso considerando el mantenimiento de los paneles solares, lo cual resulta en un ahorro por propietario de S/86.54 anual (ver Tabla 38).

Tabla 38*Ahorro anual con paneles solares en las áreas comunes*

<u>Ahorro Anual</u>	
Total Anual	S/ 20,562.00
Ahorro Anual	S/ 19,038.00
Ahorro por Propietario Anual	S/ 86.54

En cuarto lugar, el piso exterior para las áreas comunes será eco amigable. El área considerada será la zona de parrillas y zona de juegos para niños que posee un metraje de 113.23 m². La Empresa Graiman, productores de pisos eco amigables ecuatoriana, promueve una producción recuperando 100% los efluentes que son tratados generando 0% de residuos contaminados al alcantarillado, utilizando todos los residuos en la producción de cerámicos (Velez R., 2022)

En quinto lugar, juego para niños cuya fabricación es ecoamigable. La empresa Kompan, cuenta con una línea de juegos sostenibles que promueve una baja emisión de carbono utilizando por ejemplo madera de bosques sostenibles. Adicionalmente son juegos realizados en base a materiales reciclados como textiles, empaques de alimentos, botellas de plástico, entre otros (ver Figura 107). Adicional a ello, se precisan algunas características de los juegos:

- Escalones de madera fabricados de madera sostenible cumpliendo la norma del Consejo de Administración Forestal (CAF).

- Pintura cuya base es hecha con agua y es ecoamigable.
- Paneles sensoriales eco amigables realizados al 100% con empaques de alimentos.
- Asientos realizados con caucho reutilizado.
- Panel de interfaz para tobogán 100% reciclable luego del uso y 100% reciclado para su fabricación.
- Sogas con protección UV.

Figura 107

Juego Ecoamigable Kompan



El costo de juegos eco amigables asciende a S/4,856.41 más IGV por m². Dicha propuesta incluye columpio, 02 equipos oscilantes, piso permeable exterior y tobogán.

Por último, la planta de tratamiento de aguas grises cuyo sistema está diseñado para retirar todos los factores contaminantes en el agua, lo cual permite reutilizarla para regar áreas verdes e inodoros. Alvarado F. (2007) indica que entre 60% a 70% de aguas ocupadas

en viviendas son aguas grises, por ello el autor recalca la importancia de incluir dichas plantas en residenciales.

El costo de implementación e instalación de planta de tratamiento de aguas grises asciende a S/35,649.80 más IGV y adicionalmente se requiere 45m² más en el sótano uno que tiene un costo de \$300 el m². Dicha propuesta incluye planta de tratamiento de aguas grises, tableros de control e instalación.

En suma, recopilando todos los egresos adicionales que se contemplarían en el proyecto al considerar elementos sostenibles, el m² de construcción sobre rasante incrementaría 6.9 dólares el m² (ver Tabla 39 y 40).

Tabla 39

Resumen Egresos de partidas sostenibles

Rubro	Descripción	Cantidad	Unid. Medición	Unitario	Mon.	Costo S/	% IMP.	IGV S/	Total S/
Área verde sostenible	Diseño - Paisajismo	12493.08	m2	0.26	PEN	3,248.20	18%	584.68	3,832.88
	Implementación	236.09	m2	16.00	PEN	3,777.44	18%	679.94	4,457.38
	Abastecimiento de agua - goteo y aspersores inteligente	236.09	m2	56.20	PEN	13,268.26	18%	2,388.29	15,656.54
	Piso exterior ecoamigable	113.23	m2	62.57	PEN	7,084.94	18%	1,275.29	8,360.22
Implementación en áreas comunes	Paneles solares			44,970.55	PEN	44,970.55	18%	8,094.70	53,065.25
	Planta de aguas grises (implementación y a adicional			35,649.80	PEN	35,649.80	18%	6,416.96	42,066.77
	Adicional de sotano	45	m2	254.24	USD	43,474.58	18%	7,825.42	51,300.00
Implementación de departamentos	Juego para niños ecoamigable	55.8	m2	4,856.41	PEN	4,856.41	18%	874.15	5,730.56
	Inodoro duales	222	unid	127.12	PEN	28,220.34	18%	5,079.66	33,300.00
	Grifería ecoamigable	222	unid	110	PEN	24,420.00	18%	4,395.60	28,815.60
Total						208,970.51		37,614.69	246,585.20

Tabla 40

Resumen de incremento por m2 por partidas sostenibles

	S/IGV	C/IGV
Total	208,970.51	246,585.20
M2 Vendible	9,407.76	9,407.76
Incremento (S/)	22.21	26.21
Incremento (\$)	5.85	6.90

8.2 Estructura Financiera

8.2.1 Plazos del Proyecto

El plazo para la culminación del proyecto se ha contemplado en 22 meses. En primera instancia durante los primeros 04 meses se ejecuta el anteproyecto y proyecto de “Lomas de Campoy”. Posterior a ello, se inicia la construcción del proyecto (no existe demolición en el predio) finalizando la construcción en el mes 20 (ver Tabla 41).

Tabla 41

Cronograma del proyecto “Lomas de Campoy”

Concepto	Nº Mes
Compra del terreno	0
Inicio del Anteproyecto	2
Fin del Anteproyecto	2
Inicio del Proyecto	2
Fin del Proyecto	4
Inicio Preventa	3
Fin de Preventa	8
Inicio Construcción	9
Fin de Construcción	20
Inicio Independización	21
Fin Independización	22

8.2.2 Ingresos

Los ingresos del Proyecto Lomas de Campoy corresponden a la venta de departamentos y estacionamientos. El determinante para la fijación de precios según unidad inmobiliaria comprende lo siguiente: (i) En el caso de Techo Propio, el producto que se lanzará contempla el tope máximo del bono Techo Propio ya que nos centramos en el precio que el cliente puede pagar más no en las necesidades de las familias ya que no darían los costos; (ii) y en Mi Vivienda, la lista de precios lo determina el mercado y la competencia de la zona.

A continuación, se observa el volumen de venta por cada modalidad de compra (Techo Propio y Mi Vivienda). Se toma en consideración que las unidades inmobiliarias cuya venta está bajo la modalidad de Techo Propio, no pagan IGV venta (ver Tabla 42).

Tabla 42

Ingreso por tipo de unidad inmobiliaria

Unid. Inmobiliarias	Subtotal (S/)	IGV (S/)	Total (S/)	%
Viviendas (TP)	8,450,000		8,450,000	23.7%
Viviendas (MV)	22,635,431.27	2,037,188.81	24,672,620	69.1%
Estacionamientos	2,366,972.48	213,027.52	2,580,000	7.2%
Total	33,452,404	2,250,216	35,702,620	100%

8.2.3 Egresos

Los egresos comprenden diversas partidas que deben de desembolsarse a lo largo del Proyecto “Lomas de Campoy” (ver Apéndice D). Seguidamente se indican los egresos sin sostenibilidad (ver Tabla 43) y los egresos con sostenibilidad (ver Tabla 44).

Tabla 43

Egresos sin sostenibilidad

Egresos	Subtotal (S/)	IGV (S/)	Total (S/)	%
Terreno	S/ 3,379,153.80		S/ 3,379,153.80	13.1%
Alcabala	S/ 101,374.61		S/ 101,374.61	0.4%
Construcción	S/ 15,355,449.31	S/ 2,763,980.87	S/ 18,119,430.18	70.3%
Proyectos	S/ 440,502.15	S/ 79,290.39	S/ 519,792.54	2.0%
Licencias, Certificados y Legal	S/ 440,700.00	S/ 59,040.00	S/ 499,740.00	1.9%
Post Venta	S/ 123,298.58	S/ 22,193.74	S/ 145,492.32	0.6%
Otros	S/ 650,000.00		S/ 650,000.00	2.5%
Gastos Administrativos	S/ 1,121,400.00	S/ 25,920.00	S/ 1,147,320.00	4.5%
Ventas y Marketing	S/ 958,766.61	S/ 60,027.13	S/ 1,018,793.73	4.0%
Administración del Proyecto	S/ 177,179.15	S/ 15,152.25	S/ 192,331.39	0.7%
Total	S/ 22,747,824.20	S/ 3,025,604.38	S/ 25,773,428.58	100.0%

Tabla 44*Egresos con sostenibilidad*

<u>Egresos</u>	<u>Subtotal (S/)</u>	<u>IGV (S/)</u>	<u>Total (S/)</u>	<u>%</u>
Terreno	S/ 3,379,153.80		S/ 3,379,153.80	13.0%
Alcabala	S/ 101,374.61		S/ 101,374.61	0.4%
Construcción	S/ 15,607,365.51	S/ 2,809,325.79	S/ 18,416,691.30	70.6%
Proyectos	S/ 440,502.15	S/ 79,290.39	S/ 519,792.54	2.0%
Licencias, Certificados y Legal	S/ 440,700.00	S/ 59,040.00	S/ 499,740.00	1.9%
Post Venta	S/ 124,041.73	S/ 22,327.51	S/ 146,369.24	0.6%
Otros	S/ 650,000.00		S/ 650,000.00	2.5%
Gastos Administrativos	S/ 1,121,400.00	S/ 25,920.00	S/ 1,147,320.00	4.4%
Ventas y Marketing	S/ 958,766.61	S/ 60,027.13	S/ 1,018,793.73	3.9%
Administración del Proyecto	S/ 177,625.04	S/ 15,232.51	S/ 192,857.54	0.7%
Total	S/ 23,000,929.45	S/ 3,071,163.32	S/ 26,072,092.77	100.0%

8.2.4 Estructura Financiera

La estructura de financiamiento propuesta comprende el 15.04% de aporte de accionistas, 40.96% preventa y 44.00% financiamiento (ver Tabla 45).

El aporte que la empresa realiza será el terreno, alcabala y proyectos, la preventa corresponde al 30% de la venta total es decir 66 unidades inmobiliarias; y el financiamiento es el faltante para poder cubrir los costos totales.

La intervención de una entidad financiera como promotor del proyecto es vital debido a que se necesita cubrir la necesidad de créditos hipotecarios y también que la institución realice los desembolsos de los bonos (Mi Vivienda o Techo Propio). Sin embargo, frente a una velocidad de ventas de 15 unidades mensuales en preventa, para cubrir el financiamiento y no pedir línea el Proyecto Lomas de Campoy solo debería tener una velocidad de venta en el periodo de construcción de 07 unidades inmobiliarias mensuales, lo cual es viable. Por lo tanto, se concluye que es necesario contar con una entidad financiera de cara a el desembolso de los bonos y créditos hipotecarios, más no por línea de promotor.

Tabla 45*Estructura de financiamiento del Proyecto “Lomas de Campoy”*

	Total (S/)	%
Aporte	3,921,030.57	15.04%
Preventa	10,679,586.03	40.96%
Financiamiento	11,471,476.18	44.00%
Total	26,072,092.77	100%

8.2.5 Situación Tributaria

Respecto al IGV generados a través de los ingresos (parcialmente ya que TP no genera) en el escenario sin sostenibilidad se observa un pago a SUNAT de S/577,507.00 y un impuesto a la renta de S/2,730,808.00 (ver Tabla 46).

Tabla 46*Impuestos sin sostenibilidad*

Impuestos	-4,083,703.00
IGV Ingresos	2,250,216.00
IGV Egresos	3,025,604.00
Diferencia IGV Ingresos - Egresos	-775,388.00
Flujo Relevante	-1,352,895.00
Pago a SUNAT	577,507.00

Por otro lado, el escenario con sostenibilidad contempla un pago a SUNAT de S/571,727.00 y un impuesto a la renta de S/2,649,640.00 (ver Tabla 47).

Tabla 47*Impuestos con sostenibilidad*

Impuestos	-4,042,313.00
IGV Ingresos	2,250,216.00
IGV Egresos	3,071,163.00
Diferencia IGV Ingresos - Egresos	-820,947.00
Flujo Relevante	-1,392,674.00
Pago a SUNAT	571,727.00

8.2.6 Estado de Resultados

El Estado de Resultados del Proyecto Lomas de Campoy en un escenario en donde no se contempla sostenibilidad muestra una utilidad neta después de impuestos de S/6,512,433.00 (ver Figura 108).

Figura 108

Estado de Resultados Proyecto Lomas de Campoy Sin Sostenibilidad

Ventas	S/ 35,598,620	100.00%
Vivienda	S/ 33,018,620	
Estacionamiento	S/ 2,580,000	
Costo de Ventas	S/ 23,414,983	70.21%
Terreno	S/ 3,379,154	10.27%
Alcabala	S/ 101,375	0.31%
Construcción	S/ 18,119,430	55.05%
Proyectos	S/ 519,793	1.49%
Licencias, Certificados y Legal	S/ 499,740	1.49%
Post Venta	S/ 145,492	0.44%
Otros	S/ 650,000	1.95%
		0.00%
Margen Bruto	S/ 12,183,637	36.53%
Gastos Administrativos	S/ 1,147,320	3.44%
Ventas y Marketing	S/ 1,018,794	3.06%
Administración del Proyecto	S/ 192,331	0.58%
Margen Operativo	S/ 9,825,192	29.46%
IGV Retenido	S/ 581,951	1.75%
Utilidad antes de IR	S/ 9,243,241	27.72%
Impuestos	S/ 2,730,808	8.19%
Utilidad Neta	S/ 6,512,433	18.29%

Por otro lado, el Estado de Resultados del Proyecto Lomas de Campoy en un escenario en donde se contempla sostenibilidad muestra una utilidad neta después de impuestos de S/6,322,586.00. Como se puede apreciar la utilidad neta decrece en S/199,847.00 que corresponde a una reducción del 0.56% de la utilidad debido a la mejora que se estaría haciendo en beneficio del bienestar de los futuros propietarios, la comunidad y el medio ambiente (ver Figura 109).

Figura 109*Estado de Resultados Proyecto Lomas de Campoy Con Sostenibilidad*

Ventas	S/ 35,598,620.09	100.00%
Vivienda	S/ 33,018,620.09	
Estacionamiento	S/ 2,580,000.00	
Costo de Ventas	S/ 23,713,121	71.11%
Terreno	S/ 3,379,154	10.13%
Alcabala	S/ 101,375	0.30%
Construcción	S/ 18,416,691	55.23%
Proyectos	S/ 519,793	1.56%
Licencias, Certificados y Legal	S/ 499,740	1.50%
Post Venta	S/ 146,369	0.44%
Otros	S/ 650,000	1.95%
Margen Bruto	S/ 11,885,499	35.64%
Gastos Administrativos	S/ 1,147,320	3.44%
Ventas y Marketing	S/ 1,018,794	3.06%
Administración del Proyecto	S/ 192,858	0.58%
Utilidad antes de IR	S/ 8,962,226	26.87%
Impuestos	S/ 2,649,640	7.95%
Utilidad Neta	S/ 6,312,586	17.73%

Cabe señalar que si bien es cierto el Proyecto es rentable sin sostenibilidad, al incluir el Bono Verde tipo 03 con una serie de elementos adicionales de sostenibilidad se ofrecerá al mercado un mejor producto que mejoraría la calidad de vida de las familias siendo aún el Proyecto Lomas de Campoy sostenible rentable al presentar una utilidad de 17.73%.

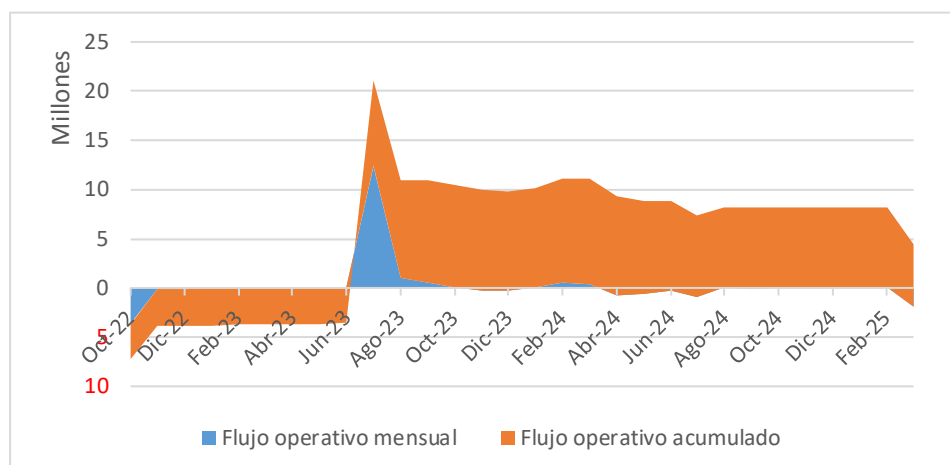
8.2.7 Flujo de Caja

Los apéndices E, F y G presentan el detalle del flujo de caja de ingresos, egresos e impuestos respectivamente. Así mismo, se presenta en el apéndice H donde se desarrolla el flujo de caja operativo y del accionista del Proyecto Lomas de Campoy.

En resumen, se muestran periodos negativos en el flujo de caja operativo mensual y acumulado hasta junio 2023, a partir de dicho mes la preventa se cumple y los ingresos son superiores a los egresos (ver Figura 110).

Figura 110

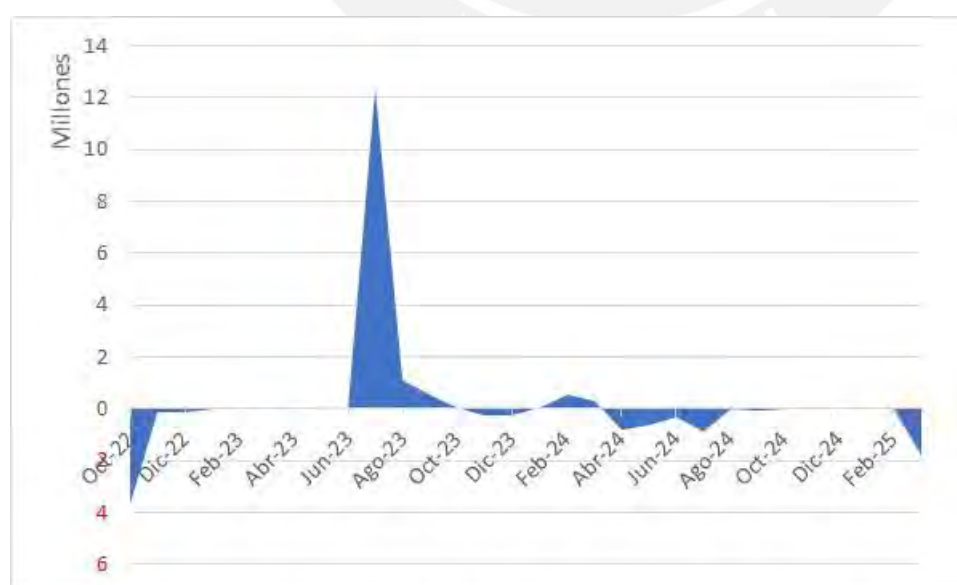
Flujo de caja operativo mensual y Flujo de caja operativo acumulado



Con respecto al flujo de caja del accionista, existen cuatro periodos en donde el accionista inyecta capital para poder cubrir el flujo del proyecto entre octubre 2022 y enero 2023 (ver Figura 111). En total, el accionista da como aporte de capital s/3,921,031.00. Por otro lado, en marzo 2025 la empresa realiza el pago del último egreso (impuesto a la renta) y el accionista percibirá la utilidad del proyecto.

Figura 111

Flujo de caja financiero o del accionista



8.2.8 Indicadores de Rentabilidad y Financieros

Se muestran los indicadores de rentabilidad y financieros del proyecto “Lomas de Campoy” (ver Tabla 48). Luego de analizar los indicadores Financieros y de rentabilidad se observa que el proyecto es muy rentable.

Tabla 48

Indicadores Financieros Proyecto Lomas de Campoy

Indicadores Financieros	
Retorno sobre Ingresos (ROS)	17.70%
Retorno de Activos (ROA)	24.20%
Retorno sobre Capital (ROE)	165.60%
Plazo de duración del proyecto (meses)	20
ROE anual	79.70%
Incidencia del terreno sobre ventas	9.49%
Punto de Equilibrio	172

Por otro lado, se muestra la TIR y VAN del proyecto en el caso que no sea sostenible (ver Tabla 49) y sea sostenible (ver Tabla 50). Como se puede apreciar, el proyecto en ambos casos es rentable. Se optó por que el proyecto sea sostenible, en donde se observa que existe una TIR anual de flujo de caja operativo de 380.28% y de flujo de caja financiero de 21.952%.

Tabla 49

Flujo de caja operativo y flujo de caja financiero o del accionista – sin sostenibilidad

	Anual	Mensual
Tasa de descuento	12.0%	0.9%
TIR	388.76%	14.14%
VAN	5,940,119.87	

	Anual	Mensual
Tasa de descuento	12.0%	0.9%
TIR	23.65%	1.78%
VAN	1,044,979.40	

Tabla 50

Flujo de caja operativo y flujo de caja financiero o del accionista – con sostenibilidad

	Anual	Mensual
Tasa de descuento	12.0%	0.9%
TIR	380.28%	13.97%
VAN	5,749,599.16	

	Anual	Mensual
Tasa de descuento	12.0%	0.9%
TIR	21.95%	1.67%
VAN	883,985.84	

8.2.9 Análisis de Sensibilidad

Se muestran los análisis de sensibilidad con respecto a la velocidad de ventas, precio por m² del terreno y costo de construcción respectivamente.

En primer lugar, existe sensibilidad con respecto a la velocidad de venta (ver Figura 112), sin embargo, se aprecia que ante una mayor velocidad la TIR baja ya que aumenta el pago de la SUNAT ya que el IGV venta es menor al IGV compra debido a que las unidades inmobiliarias bajo la modalidad de Techo Propio están exceptas del IGV. Por lo tanto, es conveniente manejar la velocidad de ventas en 10 unidades mensuales puesto que a 15 unidades el pago de IGV a SUNAT asciende a S/571,727.00, mientras en 10 unidades es cero.

Con respecto al precio por m² del terreno (ver Figura 113), se considera como una de las principales barreras para la ejecución de proyectos sociales ya que existe sensibilidad con respecto a dicha variable. Se puede apreciar que, manteniendo todas las variables constantes, el proyecto no puede comprar un suelo por arriba de 379.50 dólares.

Adicionalmente, el proyecto tiene menor sensibilidad con respecto al costo de construcción (ver Figura 114). Dicha partida puede ser contralada a través de un buen control de presupuesto y asignando un costo de acorde al producto que se planea ofrecer.

En el presente análisis de sensibilidad, se considera la variación de precio de venta por m², sin embargo, dicha variación solo aplica a las unidades inmobiliarias que son Mi Vivienda ya que en Techo Propio nos encontramos en el tope máximo de precio final por departamento. La única forma de generar variación en el precio final de las unidades inmobiliarias bajo la modalidad de Techo Propio es a través de un cambio de precio de venta máximo y variación del bono otorgado.

Figura 112

Análisis de sensibilidad del precio de venta por m² vs velocidad de venta

			VELOCIDAD DE VENTAS				
			-35%	-15%	0%	15%	30%
TIR DEL PROYECTO	23.359%		10.00	12.00	15.00	17.00	20.00
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	16.81%	14.77%	12.35%	9.12%	8.73%
	-2.5%	3,386.03	21.77%	19.60%	17.29%	14.26%	14.86%
	0.0%	3,472.85	26.45%	24.16%	21.95%	19.10%	20.66%
	2.5%	3,559.67	30.91%	28.51%	26.38%	23.67%	26.18%
	5.0%	3,646.49	35.00%	32.66%	30.60%	28.03%	31.45%

			VELOCIDAD DE VENTAS				
			-35%	-15%	0%	15%	30%
VAN	883,985.84		10	12.00	15	17	20
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	414,446.10	235,534.24	29,080.40	- 236,614.34	- 231,481.54
	-2.5%	3,386.03	866,593.63	665,194.61	456,533.12	191,500.90	208,647.04
	0.0%	3,472.85	1,318,741.15	1,094,854.97	883,985.84	619,616.13	648,775.62
	2.5%	3,559.67	1,770,888.68	1,524,515.34	1,311,438.55	1,047,731.37	1,088,904.19
	5.0%	3,646.49	2,205,158.77	1,954,175.71	1,738,891.27	1,475,846.61	1,529,032.77

Figura 113

Análisis de sensibilidad de precio de venta por m2 vs precio por m2 del terreno

			COSTO DEL TERRENO (M2)				
			0%	10%	15%	20%	25%
TIR DEL PROYECTO	23.359%		330	363	379.5	396	412.5
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	12.3%	6.2%	3.4%	0.7%	-2.0%
	-2.5%	3,386.03	17.3%	11.1%	8.3%	5.5%	2.9%
	0.0%	3,472.85	22.0%	15.7%	12.9%	10.1%	7.4%
	2.5%	3,559.67	26.4%	20.1%	17.2%	14.4%	11.8%
	5.0%	3,646.49	30.6%	24.3%	21.3%	18.5%	15.8%

			COSTO DEL TERRENO (M2)				
			0%	10%	15%	20%	25%
VAN	883,985.84		330	363	379.5	396	412.5
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	29,080.40	- 505,563.47	- 772,885.40	- 1,040,207.33	- 1,307,529.26
	-2.5%	3,386.03	456,533.12	- 78,110.75	- 345,432.68	- 612,754.61	- 880,076.54
	0.0%	3,472.85	883,985.84	349,341.97	82,020.04	- 185,301.89	- 452,623.83
	2.5%	3,559.67	1,311,438.55	776,794.69	509,472.76	242,150.82	- 25,171.11
	5.0%	3,646.49	1,738,891.27	1,204,247.41	936,925.48	669,603.54	402,281.61

Figura 114

Análisis de sensibilidad de precio de venta por m2 vs costo de construcción sobre rasante

			COSTO DE CONSTRUCCIÓN				
			-5.0%	-2.5%	0.0%	2.5%	5.0%
TIR DEL PROYECTO	23.359%		377.1	387.0	396.9	406.8	416.7
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	17.69%	15.06%	12.35%	9.54%	6.63%
	-2.5%	3,386.03	22.33%	19.85%	17.29%	14.65%	11.92%
	0.0%	3,472.85	26.74%	24.38%	21.95%	19.46%	16.89%
	2.5%	3,559.67	30.94%	28.69%	26.38%	24.01%	21.57%
	5.0%	3,646.49	34.97%	32.81%	30.60%	28.34%	26.02%

			COSTO DE CONSTRUCCIÓN				
			-5.0%	-2.5%	0.0%	2.5%	5.0%
VAN	883,985.84		377.055	386.9775	396.9	406.8225	416.745
Variación de Precio de Venta por M2 (%)	-5.0%	3,299.20	492,111.89	260,596.14	29,080.40	- 202,435.35	- 433,951.09
	-2.5%	3,386.03	919,564.61	688,048.86	456,533.12	225,017.37	- 6,498.37
	0.0%	3,472.85	1,347,017.33	1,115,501.58	883,985.84	652,470.09	420,954.34
	2.5%	3,559.67	1,774,470.04	1,542,954.30	1,311,438.55	1,079,922.81	848,407.06
	5.0%	3,646.49	2,201,922.76	1,970,407.02	1,738,891.27	1,507,375.53	1,275,859.78

IX Conclusiones y Recomendaciones

- En Lima existe un gran déficit habitacional, sobre todo en los sectores de nivel socioeconómicos C, D y E que aún no logra cubrirse con la creación de nueva vivienda.
- El distrito de San Juan de Lurigancho es el más poblado de Lima, y uno de los que concentra la mayor cantidad de habitantes de los niveles socioeconómicos C, D y E.
- El distrito de San Juan de Lurigancho, se encuentra en la zona Este de Lima, la cual posee un nivel de los niveles más bajos de construcción, considerando que este distrito es el más poblado de Lima y que posee gran cantidad de habitantes de bajos recursos, se puede decir que existe una gran desatención al sector de creación de viviendas requeridas.
- El Proyecto Inmobiliario “Proyecto Lomas de Campoy” va dirigido a los sectores C y D, proyecto que ofrece departamentos bajo la modalidad Mi Vivienda y Techo Propio. El público al cual nos dirigimos es un sector actualmente desatendido en el distrito de San Juan de Lurigancho, distrito donde más del 50% de las familias cumple con el requisito principal del programa Techo Propio que exige un ingreso familiar de S/ 3,750.00 soles al mes. Para nuestra segmentación y target tenemos un universo de 16,500.00 familias como clientes potenciales a nuestro Proyecto.
- El proyecto “Lomas de Campoy” considera departamentos de áreas pequeñas, con lo cual se puede llegar a precios de mercado accesibles al público objetivo.
- El proyecto “Lomas de Campoy” incluye distintos amenities que son valorados por los usuarios de sectores objetivo, además de conseguir un ambiente de mejor calidad vida del cual podrán disfrutar a un costo accesible de acuerdo a sus ingresos.
- El principal atributo del proyecto es que pretende ofrecer a familias de bajos recursos viviendas dignas y de calidad a un bajo precio. Se toma en cuenta que si bien es cierto

el perfil de cliente tiene familia números, el producto pretende ofrecer viviendas a bajo costo más no cubrir las necesidades de espacio que dichas familias tengan.

- El proyecto “Lomas de Campoy” considera que para los departamentos del Programa Mivivienda, se requiere que los acreedores posean un ingreso mensual de S/ 3,747.90; y dado que el público objetivo pertenece al NSE C y posee un ingreso mensual promedio de S/ 3,000 a S/ 7,000, podrán cubrir el pago de la cuota mensual requerido.
- El proyecto “Lomas de Campoy” considera que, para los departamentos del Programa Techo Propio, se requiere que los acreedores posean un ingreso mensual de S/ 3,049.91; y dado que el público objetivo pertenece al NSE D y posee un ingreso mensual promedio de S/ 3,000, podrán cubrir el pago de la cuota mensual requerido.
- El Proyecto Lomas de Campoy presenta indicadores financieros que muestran la rentabilidad del proyecto, con una TIR de 21,9% y VAN de S/ 883,985.84. Para el cálculo se utilizaron tarifas conservadoras, sin embargo, se sabe que al 2024 los precios máximos de venta de Techo Propio y bono incrementan. Por ello, el margen de utilidad neta tenderá a crecer ya que al 2024 todavía el área comercial proyecta seguir con la venta.
- Si bien la inclusión de artículos y elementos de carácter de sostenibilidad y eco amigables para el proyecto, representa una inversión adicional (S/ 208,970.51) que reduce la utilidad de 18,29 % a 17,73%, lo que representa una reducción de S/ 199,847.0 (0,56%) de la utilidad neta, lo cual se sustenta al ofrecer un mejor producto, de mejor calidad, que podrá ser aprovechado por los usuarios y que adicionalmente representará una mejora considerable durante la operación del proyecto y permitirá un ahorro para todos.
- Como recomendación se sugiere reducir la velocidad de ventas de 15 a 10 unidades inmobiliarias mensuales puesto que reduce la cantidad de pago a SUNAT producto del

diferencial entre IGV venta y IGV compra, lo cual incrementaría la utilidad neta del proyecto.

- El Proyecto Lomas de Campoy, es un proyecto emblemático que muestra como dos estratos socioeconómicos pueden subsistir brindándoles a muchas familias la posibilidad de contar con una vivienda digna. Por otro lado, de cara a las inmobiliarias y constructoras del país, los proyectos sociales representan una mejora para el sector construcción del país y son proyectos rentables que permiten tener una velocidad de venta sostenida sin utilización de línea de crédito.



X Referencias

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2018). *Resultados Definitivos de la Provincia de Lima*.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2019). *La Informalidad y la Fuerza de Trabajo*.
- Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados [APEIM]. (2021). *Niveles Socioeconómicos 2021*.
- Cámara Peruana de la Construcción [CAPECO]. (2020). *25° Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana*.
- Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú [ASEI]. (2021). *Estudio de Dimensionamiento del Mercado Potencial en Lima Metropolitana*.
- Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University (JHU) & Medicine, 2023. *COVID-19 Dashboard*. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Fondo Monetario Internacional. (2023, enero). *Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial*.
- BBVA Research (2022, diciembre). *Situación Perú, diciembre 2022*.
- BBVA Research (2023, marzo). *Perú. Inflación interanual se estabiliza e empezará a descender desde marzo*.
- Banco Central de Reserva del Perú (2011). *Glosario de Términos Económicos* [Archivo PDF]. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario.html>
- Bernal Remicio, B. (2012). *Vivienda multifamiliar Villavicencio dentro de un ámbito social urbano* (Bachelor's thesis, Universidad Piloto de Colombia).

Bouillon, C.P. (Ed.). (2012). *Room for Development. Housing Markets in Latin America and the Caribbean (Inter-American Development Bank)*. Palgrave Macmillan.

Cubas Huanca, E. (2022). *Gestión del programa techo propio y satisfacción de usuarios del centro poblado Nuevo Celendín–distrito de Zapatero, 2022*.

Fernández Maldonado, A. M. (2015). *Planeamiento urbano y producción de vivienda en el Perú. Proyectos urbanos en acción ¿Desarrollo de ciudades para todos?*

Fondo Mi Vivienda [FMV] (s.f.a). *Marco Legal*.

<https://www.mivivienda.com.pe/portalweb/fondo-mivivienda/pagina.aspx?idpage=3#FMV>

Fondo Mi Vivienda [FMV] (s.f.-c). *Nuevo Crédito MIVIVIENDA*.

<https://www.mivivienda.com.pe/portalweb/fondo-mivivienda/pagina.aspx?idpage=3#FMV>

Fondo Mi Vivienda (s.f.-b). *Preguntas Frecuentes*.

<https://www.mivivienda.com.pe/portalweb/fondo-mivivienda/preguntas-frecuentes.aspx>

Fondo Mi Vivienda (s.f.-d). *Techo Propio. Frecuentes*.

<https://www.mivivienda.com.pe/portalweb/fondo-mivivienda/preguntas-frecuentes.aspx>

Mendoza-Vargas, J. M., Burbano-Pantoja, V. M., & Mendoza-Vargas, H. H. (2021). *Evaluación de la vivienda de interés prioritario desde la perspectiva de los beneficiarios: urbanización Antonia Santos, Tunja, Colombia*. Información tecnológica, 32(4), 157-166.

- Meza Parra, S. K. (2016). *La vivienda social en el Perú: evaluación de las políticas y programas sobre vivienda de interés social: caso de estudio: programa "Techo Propio"* (Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).
- Nieto, M. D. L. L. (1999). *Metodología de evaluación de proyectos de viviendas sociales*. CEPAL.
- Olivera Velásquez, J. C. (2022). *Viviendas de interés social y su impacto en la calidad de vida de los beneficiarios del programa "Ciudad del sol"-Piura*.
- Pérez-Pérez, A. L. (2016). *El diseño de la vivienda de interés social, La satisfacción de las necesidades y expectativas del usuario*. *Revista de Arquitectura*, Vol. 18, no. 1 (ene.-jun. 2016); p. 67-75.
- Rincón-Salazar, M. T. (2018). *La convivencia vecinal en unidades residenciales de Cali, Colombia*. Un análisis cualitativo con modelo multidimensional. *Entramado*, 14(1), 214-229.
- Santa María Razzeto, R., & Tijero Pajuelo, B. (2017). *Limitado acceso a la vivienda en el Perú: Caso Piura*.
- Fondo Mi Vivienda (s.f.). *Marco Legal*. <https://www.mivivienda.com.pe/portalweb/fondo-mivivienda/pagina.aspx?idpage=3#FMV>
- Grupo IFS Perú (2023). *El mercado de contenedores se normalizará a mediados del 2023*. <https://www.ifssac.com/blog/el-mercado-de-contenedores-se-normalizara-a-miadios-de-2023/#:~:text=mediados%20de%202023-,El%20mercado%20de%20contenedores%20se%20normalizar%C3%A1%20a%20mediados%20de%202023,el%20mercado%20de%20los%20contenedores.>

Jones Lang LaSalle [JLL]. (2022). *Global Real Estate Perspective marzo 2023*.
<https://www.jll.es/es/analisis-y-tendencias/informes/global/gmp>

Price Waterhouse Coopers International Limited [PWC]. (2022). *Tendencias en el Mercado inmobiliario en Europa 2023*. <https://www.pwc.es/es/real-estate/tendencias-mercado-inmobiliario-europa-2023.html>

Coldwell Banker Richard Ellis (2023). *U.S. Real Capital Analytics*.
<https://cbre.vo.llnwd.net/grgservices/secure/Q4%202022%20U.S.%20Capital%20Markets%20Figures.pdf?e=1676183868&h=ff6e0b379e0267f03cb50e7c95f12d3c>

Zillow (2022). *La inversión residencial continuó frenando la economía de EE.UU. en el cuarto trimestre*. <https://www.zillow.com/research/economic-growth-slowed-in-2022-32046/>

Zillow (2022). *Resultados y pronóstico de Case-Shiller de noviembre 2022: disminución constant*. <https://www.zillow.com/research/november-2022-case-shiller-32067/>

Zillow (2023). *Los precios de las viviendas siguieron cayendo en enero, lo que refleja la débil demanda de compra de viviendas de fin de año (vista previa del informe de Mercado de enero 2023)*. <https://www.zillow.com/research/market-report-preview-january-2023-32123/>

AS.USA. (2023). *Predicciones del mercado inmobiliario para 2023: ¿Será este un buen año para comprar una casa?* <https://us.as.com/actualidad/predicciones-del-mercado-inmobiliario-para-2023-sera-este-un-buen-ano-para-comprar-una-casa-n/>

Inmobiliario CaixaBank Reserach (2023). *Informe Sectorial España – Cambio de tendencia en el sector inmobiliario*. <https://www.caixabankresearch.com/es/inmobiliario/diciembre-2022/inmobiliario-cambio-tendencia-sector-inmobiliario>

Instituto de Estudios Bursátiles [IEB]. (2023). *Perspectivas para el Mercado inmobiliario en 2023*. <https://www.ieb.es/perspectivas-para-el-mercado-inmobiliario-en-2023/>

Fondo Monetario Internacional. (2023). *América Latina enfrenta un crecimiento más lento e inflación alta en medio de tensiones sociales*. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2023/02/01/latin-america-faces-slowing-growth-and-high-inflation-amid-social-tensions>

Vélez Holguín, J. L. (2021). *La inversión social del programa "Casa para todos" y su impacto en la calidad de vida de las familias beneficiarias de la ciudad de Jipijapa*. (Bachelor's thesis, Jipijapa. UNESUM).

Vásquez, H. A. (2020). *Análisis de la misión "Casa para Todos", Programa del Plan toda una vida y sus efectos en el desarrollo social y humano en Ecuador*. Quito: Universidad Tecnológica de Israel. Recuperado el 24 de enero de 2021, de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2379/1/UISRAEL-EC-MASTERADMP-378.242-2020-009.pdf>

Gobierno Nacional del Ecuador. (2020). *Programa Casa para Todos*. Recuperado el 15 de febrero de 2021, de <http://www.casaparatodos.gob.ec/programa-casa-para-todos/>

Cavalheiro, W. A., Vieira, A. G., & Silveira, E. F. D. (2022). *Vivienda de Interés Social: Calidad de Vida del Responsable de Familias Beneficiarias*. *Psicología: Ciência e Profissão*, 42.

Arredondo Daza, E. J. (2020). *Evaluación de la política pública de vivienda social en Colombia y su impacto en el último quinquenio (2014-2018)*.

Gonzabay Quimi, K. B. (2017). *Análisis de la inversión pública social en el desarrollo urbano y vivienda del Ecuador, período 2010-2016* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas).

Rayo Sanabria, C. D. L. Á., & Rodríguez Pulido, N. J. (2019). *Estudio de los conflictos vecinales que afectan la convivencia de los residentes del conjunto Margaritas I beneficiarios de la Vivienda de interés prioritario: aportes de trabajo social en escenarios comunitarios de propiedad horizontal.*

Rodríguez, L. (2007). *Viviendas Sostenibles*. Recuperado de Leandro Rodriguez. com/pdf/Casas_Sust. pdf.

Salamanca, L. (2016). *La gestión social en proyectos de vivienda de interés social*. Cuadernos de vivienda y urbanismo, 9(18), 308-325.

Godoy, M. E., & Gándara, J. (2015). *La vivienda social bioclimática sostenible en México, Chile y Ecuador*. Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible. ISSN, 1988, 5245.

Gulfo Mendoza, A., & Hernández Chaguala, R. (2019). *Climatización sostenible para vivienda de interés social, en zonas calidad de Colombia*. Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences, 10(1).

Zimbrón, A. H., & Toledo, M. Á. R. (2011). *La vivienda de interés social: sostenibilidad, reglamentos internacionales y su relación en México*. Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 13(2), 193-208.

4S Real State Foresight. (2023). *Panorama Inmobiliario MX y LATAM 2023*.

<https://4srealestate.com/es/inteligencia/>

Tinsa Tasaciones Inmobiliarias S.A. (2022). *Residential Market Overview Latam*.

<https://www.tinsa.com.pe/research/residential-market-overview-latam/>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática [IBEI]. (2023, febrero). *Informe técnico N°1-Febrero 2023: Comportamiento de la economía peruana en el cuarto trimestre 2022*
<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-pbi-iv-trim-2022.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. [BCRP]. (2022). *Reporte de inflación diciembre 2022. Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2022-2024.*
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2022). *Perú: 50 años de cambios, desafíos y oportunidades poblacionales.*
- Tinsa Tasaciones Inmobiliarias S.A. (2022). *Residential Market Overview – Perú, tercer trimestre 2022.* <https://www.tinsa.com.pe/wp-content/uploads/2022/10/Residential-Market-Overview-3Q2022.pdf>
- Fondo Mivivienda [FMV]. (2022). *Boletín Estadístico diciembre 2022.*
- Fondo Mivivienda [FMV]. (2023). *Adquisición de Vivienda.*
<https://www.mivivienda.com.pe/PORTALWEB/usuario-busca-viviendas/pagina.aspx?idpage=32>
- Colliers International. (2022). *The Knowledge Report: Oficinas Prime 4to Trimestre 2022, Perú.*
- Colliers International (2022). *The Knowledge Report: Oficinas B+, B 4to Trimestre 2022, Perú.*
- Colliers International (2022). *The Knowledge Report: Retail 2do Semestre 2022, Perú.*
- Colliers International (2022). *The Knowledge Report: Almacenes 2do Semestre 2022, Perú.*

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2021). *Encuesta nacional de programas presupuestales 2011-2021*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1855/1ibro.pdf

Grupo de Análisis para el Desarrollo [GRADE]. (2020). *Hacia una nueva Política de*

Vivienda en el Perú: Problemas y posibilidades. <https://adiperu.pe/wp-content/uploads/Documento-Base-Hacia-una-nueva-Politica-de-Vivienda-en-el-Peru-Problemas-y-posibilidades.pdf>

Urbania (2022). *¿Cuáles son los distritos más económicos para alquilar en Lima?*

<https://urbania.pe/blog/noticia/cuales-son-los-distritos-mas-economicos-para-alquilar-en-lima/>

Torrado y Pennano. (2020). *Familias Peruanas: Más Familias de las que Imaginas*.

C&V Grupo Inmobiliario. (s.f). *Nosotros*. <https://cyvperu.com/nosotros>

Cámara Peruana de la Construcción [CAPECO]. (2022). *Informe Económico de la Construcción N°52*.

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2007). *Mapa de Déficit habitacional a Nivel Distrital, Lima Metropolitana 2007*.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0868/1ibro.pdf

Fondo Mivivienda. (2013). *Mapa de Déficit habitacional a Nivel Distrital, Lima Metropolitana*

– *San Juan de Lurigancho*. [file:///C:/Users/EYE%2001/Downloads/am-deficithabitacional-lima%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/EYE%2001/Downloads/am-deficithabitacional-lima%20(3).pdf)

- Empresa Nacional de Electricidad S.A. [ENDESA]. (2023). *¿Es rentable instalar placas solares en una casa?* <https://www.endesa.com/es/la-cara-e/autoconsumo/rentabilidad-instalacion-placas-solares-hogar#:~:text=La%20respuesta%20es%20s%C3%AD.,30%25%20y%20el%2080%25>
- Efecto Responsable. (2023). *Beneficios de invertir en energía solar en el Perú.* <https://efectoresponsable.pe/beneficios-de-invertir-en-energia-solar-en-el-peru/>
- Canales Sectoriales, Jardinería. *Jardines verticales de bajo consumo de agua.* <https://www.interempresas.net/Jardineria/Articulos/129113-Jardines-verticales-de-bajo-consumo-de-agua.html>
- Georgios Nikolaou. (2020). *Implementing Sustainable Irrigation in Water-Scarce Regions under the Impact of Climate Change.*
- MN Home Center. (s.f.). *Conoce los beneficios de elegir un sanitario.* <https://www.mndelgolfo.com/blog/reportaje/conoce-los-beneficios-de-elegir-un-sanitario-doble-descarga/#:~:text=El%20sanitario%20de%20doble%20descarga,que%20solamente%20libera%20la%20mitad.>
- GRAIMAN. (2020). *Arquitectura Sostenible.* <https://www.graiman.com/blog/asistencia/arquitectura-sostenible>
- KOMPAN, Let's play. <https://www.kompan.com/en/int>
- BBVA Sostenibilidad y Banca Responsable. (2022). *Tipos de riego: hacia un sistema más sostenible y eficiente.* <https://www.bbva.com/es/es/sostenibilidad/tipos-de-riego-hacia-un-sistema-mas-sostenible-y-eficiente/>

Visión Ferretera. (2022). *Stretto presenta su grifería sustentable, eficiente, con altos estándares*. <https://www.visionferretera.cl/noticias/stretto-presenta-su-griferia-sustentable-eficiente-con-altos-estandares>

Franco Alvarado, M. V. (2007). *Tratamiento y reutilización de aguas grises con aplicación ha caso en Chile*.



XI Apéndices

11.1 Apéndice A: Encuesta a Luz Yadira Vela Matheus

Preguntas:

1. Nombre completo: Luz Yadira Vela Matheus
2. Edad: 24 años
3. Grado de instrucción: Bachiller en contabilidad y finanzas
4. Profesión: Contabilidad
5. Trabajo: Asistente contable
6. Dependiente/independiente: Dependiente
7. Estado Civil: Soltera
8. Grado de instrucción del cónyuge: -
9. Trabajo del cónyuge: -
10. Profesión del conyugue: -
11. Conyugue dependiente/independiente: -
12. Hijos: -
13. Edad de hijos: -
14. Dirección actual o previa: Comandante Ladiseao Espinar 133
15. Tipo de vivienda actual o previa: Propia
16. Condiciones de vivienda actual o previa: dos pisos (un piso de concreto; segundo piso pre-fabricado)
17. Ambientes de vivienda previa: Sala, baño, cocina, dormitorios
18. Servicios de vivienda previa: Luz, agua, internet
19. Estacionamiento vivienda previa: No
20. Por qué comprar vivienda nueva: Para independización del seno familiar
21. Cómo te enteraste del proyecto: Por amigos
22. Sabías del programa techo propio/mi vivienda: Si
23. Cómo te enteraste del programa techo propio/mi vivienda: Tik Tok del Ministerio de Vivienda

24. Cuáles fueron las dificultades para la obtención del subsidio del programa techo propio: No presenté dificultades
25. Cuáles fueron las facilidades para la obtención del subsidio del programa techo propio: Página web dinámica y de fácil acceso
26. Cual fue la modalidad de compra: al contado, crédito directo o crédito hipotecario:
Financiamiento
27. Cual fue la fuente de dinero al contado: -
28. Pago con crédito hipotecario
- Cuál fue la cuota inicial: S/. 11,000.00
 - Cuál es la entidad de financiamiento: Cooperativa Pacífico
 - Cual de la TEA: 15%
 - Intención de prepagar: Sí
29. Pago con crédito directo
- Cual fue la fuente de la cuota inicial: -
 - Cuál es la TEA: -
 - Intención de prepagar: -
30. Qué te atrae del proyecto: Los requisitos para poder aplicar
31. Características del dpto. comprado:
- Área: 42m²
 - Cantidad de dormitorios: Dos dormitorios
 - Cantidad de baños: Un baño
 - Ambientes: Cocina, lavandería, sala, dormitorios y baño
 - Estacionamiento: No
32. Está conforme con el departamento comprado: Si
33. Qué cambiaría: Mejoraría el área y la ubicación

34. Qué áreas comunes implementaría: Rooftop
35. Qué áreas comunes eliminaría: Ninguna
36. Lo más destacado del proyecto: La estructura en el espacio determinado
37. Lo recomendaría: Si, porque considero que es un precio accesible y con lo necesario para disfrutar de tu primera vivienda. Aprovechando una opción que te brinda el estado.



11.2 Apéndice B: Decreto Supremo N°012-2019-Vivienda

El Peruano / Martes 19 de marzo de 2019

NORMAS LEGALES

25

N° 2147 – 2155, Urbanización Covisem, distrito de San Martín de Porres, provincia y departamento de Lima, por el plazo de cinco (05) años.

Artículo 2°.- La empresa "SOLUCIONES FLASH MULTI SERVICE CAR S.A.C.", bajo responsabilidad debe presentar a esta Dirección General el "Certificado de Inspección del Taller" vigente emitido por alguna Entidad Certificadora de Conversiones antes del vencimiento de los plazos que se señalan a continuación:

ACTO	Fecha máxima de Presentación
Primera Inspección anual del taller	10 de enero de 2020
Segunda Inspección anual del taller	10 de enero de 2021
Tercera Inspección anual del taller	10 de enero de 2022
Cuarta Inspección anual del taller	10 de enero de 2023
Quinta Inspección anual del taller	10 de enero de 2024

En caso que la Empresa autorizada, no cumpla con presentar la renovación o contratación del Certificado de Inspección del Taller al vencimiento del plazo antes indicado, se procederá conforme a lo establecido en el numeral 6.6.1 del artículo 6 de La Directiva, referida a la caducidad de la autorización.

Artículo 3°.- La empresa "SOLUCIONES FLASH MULTI SERVICE CAR S.A.C.", bajo responsabilidad debe presentar a esta Dirección General la renovación o contratación de una nueva póliza de seguro de responsabilidad civil extracontractual contratada antes del vencimiento de los plazos que se señalan a continuación:

ACTO	Fecha máxima de presentación
Primera renovación o contratación de nueva póliza	11 de febrero de 2020
Segunda renovación o contratación de nueva póliza	11 de febrero de 2021
Tercera renovación o contratación de nueva póliza	11 de febrero de 2022
Cuarta renovación o contratación de nueva póliza	11 de febrero de 2023
Quinta renovación o contratación de nueva póliza	11 de febrero de 2024

En caso que la Empresa autorizada, no cumpla con presentar la renovación o contratación de una nueva póliza al vencimiento del plazo antes indicado, se procederá conforme a lo establecido en el numeral 6.6.2 del artículo 6 de La Directiva, referida a la caducidad de la autorización.

Artículo 4°.- Remitir a la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN), copia de la presente Resolución Directoral para las acciones de control conforme a su competencia.

Artículo 5°.- Remítase copia de la presente Resolución Directoral al Administrador del Sistema de Control de Carga de GNV.

Artículo 6°.- Disponer la notificación de la presente Resolución Directoral en el domicilio ubicado en la Av. Tomas Valle N° 2147 – 2155, Urbanización Covisem, distrito de San Martín de Porres, provincia y departamento de Lima.

Artículo 7°.- La presente Resolución Directoral entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el diario oficial "El Peruano". El costo de la publicación de la presente Resolución Directoral será asumido por la empresa solicitante.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

SCELZA LAMARCA SANCHEZ
Directora General (e)
Dirección General de Transporte Terrestre

1747425-1

VIVIENDA, CONSTRUCCION Y SANEAMIENTO

Decreto Supremo que aprueba la modificación del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA

DECRETO SUPREMO
N° 012-2019-VIVIENDA

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto Legislativo N° 1037, Decreto Legislativo que promueve la inversión privada en proyectos de construcción de viviendas de interés social, a fin de mejorar la competitividad económica de las ciudades, se declara de interés nacional y necesidad pública la promoción de la inversión privada en la habilitación urbana de terrenos con aptitud para la construcción de infraestructura y equipamiento urbano y el desarrollo preferente de programas de vivienda de interés social, a fin de mejorar la competitividad económica de las ciudades y facilitar el acceso al suelo urbano;

Que, con el Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA se aprueba el Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, en adelante el Reglamento, con el objeto de establecer las disposiciones básicas para diseñar y, con posterioridad a la expedición de la respectiva licencia municipal, ejecutar proyectos de habilitación urbana y/o de edificación para viviendas de interés social, sujetas a las disposiciones establecidas en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 29090, Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y Edificaciones, aprobado por el Decreto Supremo N° 006-2017-VIVIENDA y sus Reglamentos; así como, se deroga el Decreto Supremo N° 013-2013-VIVIENDA que aprobó el Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación;

Que, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento a través de la Dirección General de Políticas y Regulación en Vivienda y Urbanismo sustenta la modificación del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación y propone lo siguiente: i) Incorporar zonificaciones residenciales y compatibles con dicho uso para el diseño y ejecución de los proyectos de habilitación urbana y de edificación de viviendas de interés social, a fin de no limitar su desarrollo; ii) Establecer que las características del sistema de drenaje pluvial, se sujetan a la normativa sobre la materia; iii) Disponer características de diseño de vías locales secundarias para las habilitaciones urbanas en general y para las habilitaciones urbanas en laderas; iv) En los proyectos de edificación, permitir distintas soluciones de diseño para la ubicación del número resultante de bicicletas calculadas sobre el área neta prevista para los estacionamientos vehiculares; v) Disponer que para acogerse a lo establecido en el Reglamento, el proyecto de edificación debe desarrollar no menos del 50% de área techada exclusivamente para viviendas de interés social y el área restante puede contemplar edificaciones con usos complementarios al residencial y compatibles con la zonificación permitida señalada en el literal b) del numeral 2.1 del artículo 2 del Reglamento; vi) Incorporar parámetros urbanísticos y edificatorios para viviendas multifamiliares y conjuntos residenciales en zonas residenciales de densidad baja, vivienda taller, industria elemental y complementaria, residencial de densidad alta y, la zonificación compatible; así como, establecer las alturas de edificación en metros; vii) Los proyectos de edificaciones multifamiliares iguales o mayores a 450 m² pueden acogerse a los parámetros urbanísticos y edificatorios establecidos para conjuntos residenciales, entre otros aspectos;

Que, de acuerdo a lo señalado en los considerandos precedentes, es necesario modificar el Reglamento

Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA, a fin de dinamizar la ejecución de las habilitaciones urbanas y edificaciones destinadas a vivienda de interés social;

De conformidad con lo dispuesto en el numeral 8 del artículo 118 de la Constitución Política del Perú; la Ley N° 30156, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por el Decreto Supremo N° 010-2014-VIVIENDA modificado por el Decreto Supremo N° 006-2015-VIVIENDA; y, el Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por el Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA;

DECRETA:

Artículo 1.- Modificación del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA

Modifícase el numeral 2.1 y el epígrafe del numeral 2.2 del artículo 2, el numeral 4.8 del artículo 4, los artículos 8, 9 y 10 del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por el Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA, los cuales quedan redactados de la siguiente manera:

"Artículo 2.- Alcances

2.1 Características del suelo

(...)

b) Los proyectos de habilitación urbana y/o de edificación pueden desarrollarse en cualquier zonificación residencial aprobada en el Plan de Desarrollo Urbano, pudiendo ser: zonificación residencial de densidad baja (RDB o RDMB), residencial de densidad media (RDM) y residencial de densidad alta (RDA o RDMA); asimismo, en zonas con zonificación comercio metropolitano (CM), comercio vecinal (CV), comercio zonal (CZ), vivienda taller (VT o I1-R), industria elemental y complementaria (I-1), otros usos (OU); y, zonas de reglamentación especial (ZRE o ZTE) o, en otras zonificaciones, siempre que respeten la compatibilidad con el uso residencial o el reglamento respectivo, según corresponda y conforme a los parámetros urbanísticos y edificatorios establecidos en el artículo 10 del presente Reglamento.

Las municipalidades otorgan las licencias correspondientes respetando lo establecido en el párrafo precedente, sin limitar la localización de los proyectos de habilitación urbana o de edificación, respecto a la zonificación establecida.

c) En el caso de áreas calificadas como otros usos (OU), se consideran como referencia la zonificación residencial de mayor densidad que se encuentre contigua o frente a ella.

2.2 Tipos de proyecto

(...)"

"Artículo 4.- Proyectos

(...)

4.8 Las obras de habilitación urbana de redes de agua potable y alcantarillado general se ejecutan con sus respectivas conexiones domiciliarias, a efectos de integrarse con las redes públicas existentes u otra alternativa de solución técnica. La red pública debe incluir un sistema de drenaje pluvial, según la normativa sobre la materia.

En el caso de las redes de alcantarillado, los lotes habilitados deben contar con evacuación de desagüe por gravedad u otra alternativa de solución técnica".

"Artículo 8.- Diseño de vías

Las habilitaciones urbanas en laderas deben cumplir, además de las disposiciones contenidas en el presente

Capítulo, con las establecidas en los Capítulos I y II del presente Reglamento.

8.1 Las vías locales secundarias tienen las siguientes características:

a) El diseño de vías vehiculares de acuerdo a la característica de la pendiente debe ser continuo.

b) En las habilitaciones urbanas a ejecutarse en laderas, los estacionamientos se consideran en la sección de vías y/o en áreas exclusivas para uso de estacionamientos. Las distancias entre las vías de tránsito vehicular, deben tener una distancia no mayor de 300 m entre ellas. En estos casos, la pendiente máxima es de 15%.

c) Los tramos de las vías que no habiliten lotes están provistos de vereda a un lado y berma de estacionamiento en el otro, con los elementos de seguridad y protección respectivos.

8.2 En estas habilitaciones urbanas, las áreas y secciones del aporte de recreación pública están en función al diseño y su ubicación en el territorio, debiendo cumplir con el porcentaje establecido en el artículo 6 del presente Reglamento según el tipo de habilitación urbana, con posibilidades de aprovechar el subsuelo para usos complementarios. El diseño de parques debe considerar vías internas con un ancho mínimo de 1.20 m, a fin de dar prioridad a las actividades que pueda realizar el peatón".

"Artículo 9.- Proyectos de edificación

9.1 Las viviendas son construidas en el marco del RNE y complementariamente, con materiales y sistemas constructivos no convencionales, normalizados por el Servicio Nacional de Normalización, Capacitación e Investigación para la Industria de la Construcción - SENCICO, de acuerdo a lo establecido en el artículo 1 del Decreto Supremo N° 010-71-VI, así como el numeral 3 del artículo 20 de la Ley N° 30156, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Para dichos efectos se presenta una declaración jurada señalando que el proyecto se ejecutará según las condiciones establecidas en el presente Reglamento.

9.2 Para los proyectos de edificación se requiere como mínimo un (01) estacionamiento por cada tres (03) unidades de vivienda; para los proyectos ubicados en laderas y los enmarcados en el Programa Techo Propio con el Bono Familiar Habitacional - BFH, se requiere como mínimo un (01) estacionamiento por cada cinco (05) unidades de vivienda. En todos los casos antes mencionados, así como en las viviendas unifamiliares, se debe contar con al menos un (01) estacionamiento.

Además, las edificaciones multifamiliares o conjuntos residenciales deben contemplar estacionamientos para bicicletas correspondientes a un cinco por ciento (5%) sobre el área neta prevista para estacionamiento vehicular, sin contabilizar el área de maniobras; no pudiendo ser, en ningún caso el espacio menor al que se requiere para que se coloque una bicicleta. El proyectista puede sustentar soluciones de diseño para la ubicación del número resultante de bicicletas en las edificaciones.

En los proyectos se puede plantear bolsas de estacionamiento que sustenten la dotación de estacionamientos establecida.

9.3 El proyecto debe desarrollar no menos del 50% de área techada exclusivamente para vivienda de interés social para acogerse a lo establecido en el presente Reglamento; el área restante podrá contemplar edificaciones con usos complementarios al residencial que sean compatibles con la zonificación permitida, prevista en el literal b) del numeral 2.1 del artículo 2 del presente Reglamento, incluyendo viviendas cuyas características no correspondan a viviendas de interés social".

"Artículo 10.- Parámetros urbanísticos y edificatorios

Los proyectos de edificación se desarrollan considerando los siguientes parámetros urbanísticos y edificatorios:

(...)

10.2 Densidades:

(...)

Para Multifamiliares:

Zonas residenciales de densidad baja (RDB) (3)	
Frente a calle	1,250 ha/hab.
Frente a parque (1)	2,100 ha/hab.
Zonas residenciales de densidad media (RDM)	
Frente a calle	2,100 ha/hab.
Frente a parque (1)	3,170 ha/hab.
Zonas residenciales de densidad alta (RDA) (4)	
En cualquier ubicación	De acuerdo al área mínima de vivienda (2)

Para Conjuntos residenciales:

Zonas residenciales de densidad baja (RDB) (3)	
Frente a calle	1,850 ha/hab.
Frente a parque (1)	De acuerdo al área mínima de vivienda (2)
Zonas residenciales de densidad media (RDM)	
Frente a calle	3,000 ha/hab.
Frente a parque (1)	De acuerdo al área mínima de vivienda (2)
Zonas residenciales de densidad alta (RDA) (4)	
En cualquier ubicación	De acuerdo al área mínima de vivienda (2)

- (1) Aplicable también en vías de 20,00 m a más de sección; las dimensiones del parque según la normativa vigente.
- (2) El área mínima de vivienda es conforme lo establecido en el RNE.
- (3) Aplicable también en RDMB, VT o I1-R, I-1 y zonificación compatible.
- (4) Aplicable también en RDMA y zonificación compatible.

10.3 Área libre mínima de lote:

En los edificios multifamiliares, el área libre mínima dentro del lote es de treinta por ciento (30%) y para conjuntos residenciales el área libre es del cuarenta por ciento (40%).

En los lotes ubicados en esquina o que presentan dos o más frentes, el área libre mínima es de veinticinco por ciento (25%) para edificios multifamiliares y para conjuntos residenciales el área libre es de treinta por ciento (30%). En las nuevas habilitaciones urbanas que se precisan en el numeral 4.1 del artículo 4 del presente Reglamento que correspondan a vivienda unifamiliar, no es exigible el área libre mínima al interior del lote, siempre que los ambientes resuelvan su iluminación y ventilación natural en concordancia con lo dispuesto en el RNE.

10.4 Altura máxima de edificación:

Para Multifamiliares:

Zonas residenciales de densidad baja (RDB) (2)	
Frente a calle	10,50 m (4)
Frente a parque (1)	16,50 m (4)
Zonas residenciales de densidad media (RDM)	
Frente a calle	16,50 m (4)

Frente a parque (1)	25,50 m (4)
Zonas residenciales de densidad alta (RDA) (3)	
En cualquier ubicación	1,5 (a+r) (4)

Para Conjuntos Residenciales:

Zonas residenciales de densidad baja (RDB) (2)	
Frente a calle	16,50 m (4)
Frente a parque (1)	25,50 m (4)
Zonas residenciales de densidad media (RDM)	
Frente a calle	25,50 m (4)
Frente a parque (1)	1,5 (a+r) (4)
Zonas residenciales de densidad alta (RDA) (3)	
En cualquier ubicación	1,5 (a+r) (4)

- (1) Aplicable también en vías de 20,00 m a más de sección; las dimensiones del parque según la normativa vigente.
- (2) Aplicable también en RDMB, VT o I1-R, I-1 y zonificación compatible.
- (3) Aplicable también en RDMA y zonificación compatible.
- (4) Incluye parapeto de azotea de ser el caso. La altura libre mínima entre pisos según el RNE.

a: Ancho de vía
r: Retiros

La altura máxima de una edificación que cuente con más de un frente hacia calle o avenida se calcula tomando el frente de ingreso principal a dicha edificación, siendo aplicable a la totalidad del predio.

(...)

10.6 Edificaciones Multifamiliares y Conjuntos Residenciales

Los proyectos de edificaciones multifamiliares que se desarrollen en lotes iguales o mayores a 450 m² pueden acogerse a los parámetros de altura, densidad máxima y área libre establecidos en el presente artículo para conjuntos residenciales, de acuerdo a la zonificación correspondiente.

La sumatoria de áreas libres del conjunto residencial, correspondiente a una habilitación de lote único se consideran como cálculo del aporte de recreación pública, a la que se refiere el artículo 6 del presente Reglamento, descontando los pasajes peatonales y/o vehiculares; sin embargo, estas áreas libres mantienen su carácter privado.

(...)

Artículo 2.- Incorporación de numerales y párrafo a los artículos del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA

Incorpórase los numerales 5.4, 5.5 y 5.6 al artículo 5 y el último párrafo al artículo 6 del Reglamento Especial de Habilitación Urbana y Edificación, aprobado por el Decreto Supremo N° 010-2018-VIVIENDA, los cuales quedan redactados de la siguiente manera:

Artículo 5.- Componentes de diseño de la Habilitación Urbana

(...)

5.4 La sección vial mínima es de 7,20 m, con módulos de calzada y siempre que no cumpla con función colectora. Las características de la sección vial son determinadas por el proyectista en base a los siguientes módulos o secciones:

MÓDULO	SECCIÓN
Vereda: 0.90 m	Vereda: 1.80 m
Bermá en estacionamiento: 1.80 m	
Caizada: 2.70 m	Caizada: 5.40 m

5.5 Las vías de acceso exclusivo a las viviendas, con tránsito vehicular y peatonal tienen como sección vial mínima 7.20 m, debiendo contar con elementos que condicionen la velocidad vehicular. Las vías que tengan hasta 100 m de longitud pueden tener un solo acceso y plataforma para el cambio de dirección. En caso la vía sea de mayor longitud, debe contar con acceso en sus dos extremos, no pudiendo tener más de 500 m.

5.6 Los pasajes peatonales y/o escaleras de circulación de la habilitación urbana tienen una sección igual a un veinteavo (1/20) de su longitud; y, cuentan, como mínimo, con dos módulos de vereda y una sección de 4.00 m. Estas vías sirven de unión con las vías vehiculares y además pueden conectarse con los ingresos a las edificaciones”.

“Artículo 6.- Aportes reglamentarios

(...)

En habilitaciones urbanas ubicadas en laderas, no se toman en cuenta áreas y lados mínimos para recreación pública, sustentado en la pendiente existente en el terreno, la sumatoria de dichas áreas determina el aporte total de recreación pública”.

Artículo 3.- Publicación

Dispóngase la publicación del presente Decreto Supremo en el Portal Institucional del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (www.vivienda.gob.pe), el mismo día de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dieciocho días del mes de marzo del año dos mil diecinueve.

MARTÍN ALBERTO VIZCARRA CORNEJO
Presidente de la República

CARLOS BRUCE MONTES DE OCA
Ministro de Vivienda, Construcción y Saneamiento

1751229-3

ORGANISMOS EJECUTORES

INTENDENCIA NACIONAL DE BOMBEROS DEL PERÚ

Designan Director de la Dirección de Gestión de Recursos para la Operatividad y Jefe de la Unidad de Logística y Control Patrimonial

RESOLUCIÓN DE INTENDENCIA N° 048-2019-INBP

San Isidro, 18 de marzo de 2019

VISTA:

La Nota Informativa N° 190-2019-INBP-OA-URH de fecha 18 de marzo de 2019, dada por la Unidad de Recursos Humanos de la Intendencia Nacional de Bomberos del Perú; y,

CONSIDERANDO:

Que, el Decreto Legislativo N° 1260 fortalece el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú como parte del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana y regula la Intendencia Nacional de Bomberos del Perú (INBP), como organismo público ejecutor adscrito al Ministerio del Interior que ejerce rectoría en materia de prevención, control y extinción de incendios, atención de accidentes, rescate urbano y apoyo en incidentes con materiales peligrosos, estableciendo su ámbito de competencia, funciones generales y estructura orgánica;

Que, mediante Decreto Supremo N° 025-2017-IN, de fecha 17 de septiembre de 2017, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la INBP, que tiene por finalidad definir y delimitar las facultades, funciones y atribuciones de los órganos que comprendidos en su estructura orgánica;

Que, por Resolución Suprema N° 121-2018-IN de fecha 23 noviembre de 2018, se encargó al Magister Charles Edward Hallenbeck Fuentes el cargo de Intendente Nacional de la INBP;

Que, el Intendente Nacional tiene entre sus funciones conducir la gestión de los recursos humanos, tecnológicos y financieros para el logro de los objetivos y funcionamiento de la INBP, así como designar y remover a los funcionarios, directivos públicos y servidores de confianza;

Que, mediante Resolución de Intendencia N° 021-2019-INBP de fecha 30 de enero de 2019, se designó al Licenciado en Administración de Empresas LUIS MIGUEL RODRIGUEZ CASTRO en el cargo de confianza de Director de la Dirección de Gestión de Recursos para la Operatividad de la INBP;

Que, mediante Resolución de Intendencia N° 040-2019-INBP de fecha 1 de marzo de 2019, se designó la señora RISSY PAOLA CALDERON ZEVALLOS en el cargo de confianza de Jefe de la Unidad de Planeamiento y Modernización de la INBP;

Que, mediante Resolución de Intendencia N° 004-2019-INBP de fecha 3 de enero de 2019, se designó a la señorita PATRICIA MILAGROS SANCHEZ LEÓN en el cargo de confianza de Jefe de la Unidad de Logística y Control Patrimonial de la INBP;

Que, se ha estimado conveniente dar por concluidas las designaciones a que se refieren los considerandos precedentes y designar a las personas que en su reemplazo asumirán los cargos de Director de la Dirección de Gestión de Recursos para la Operatividad y de Jefe de la Unidad de Logística y Control Patrimonial, de la INBP, cargos considerados de confianza en el Clasificador de Cargos aprobado por Resolución de Intendencia N° 006-2018-INBP de fecha 12 de enero de 2018;

Que, mediante la Nota Informativa N° 190-2019-INBP/OA/URH, la Unidad de Recursos Humanos señala que el personal propuesto para asumir los cargos de Director de la Dirección de Gestión de Recursos para la Operatividad y de Jefe de la Unidad de Logística y Control Patrimonial, cumple con los requisitos mínimos establecidos en el precitado Clasificador de Cargos;

Que, de conformidad con el artículo 7° del ROF de la INBP, el Intendente Nacional es la más alta autoridad de la Entidad, es el titular del pliego, ejerce su representación legal y tiene asignadas entre sus funciones ejecutivas de dirección, la de aprobar y emitir disposiciones normativas que corresponda, así como emitir Resoluciones de Intendencia en el ámbito de su competencia;

Que, en uso de las facultades que le atribuye el Decreto Legislativo N° 1260 al Representante Legal de la INBP, desarrolladas por su ROF aprobado mediante Decreto Supremo N° 025-2017-IN; y con el visto bueno de la Gerencia General, la Oficina de Asesoría Jurídica, la Oficina de Administración y la Unidad de Recursos Humanos;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- DAR POR CONCLUIDA la designación del Licenciado en Administración de Empresas LUIS MIGUEL RODRIGUEZ CASTRO en el cargo de confianza de Director de la Dirección de Gestión de Recursos para

11.3 Apéndice C: Certificado de Parámetros Urbanísticos N°340-2022/SGOPHU/GDU/MSJL y N°341 – 2022/SGOPHU/GDU/MSJ



“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN JUAN DE LURIGANCHO
GERENCIA DE DESARROLLO URBANO
SUB GERENCIA DE OBRAS PRIVADAS Y HABILITACIONES URBANAS

CERTIFICADO DE PARÁMETROS URBANÍSTICOS Y EDIFICATORIOS N°340-2022/SGOPHU/GDU/MDSJL

La Subgerencia de Obras Privadas y Habilitaciones Urbanas suscribe la presente de acuerdo con la ley N°29060 – Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y Edificaciones, sus reglamentos y modificaciones, D.S. N°029-2019-VIVIENDA, Ordenanza N°284-MSJL-2014, Ordenanza N°1081-2007-MML, Ordenanza N°933-2006-MML, Ordenanza N°1015-2007-MML.

Fecha de caducidad: 20/06/2025

De la información brindada por el solicitante, se certifica que:

Expediente : 19938-2022
Solicitante : C & V INVERSIONES INMOBILIARIAS S.A.
Representante : VALERIA PATRICIA TOMATEO CHANG
Ubicación del inmueble : CALLE 18, MZ. T1, SUB LT. 2A, ASOCIACION PRO VIVIENDA COMPRADORES DE TERRENOS DE CAMPOY, ETAPA PRIMERA, MANZANA CC, SAN JUAN DE LURIGANCHO

PARAMETROS URBANISTICOS EDIFICATORIOS

Área territorial : Distrito de San Juan de Lurigancho, Provincia y Departamento de Lima.
 Área de Tratamiento Normativo : T
 Zonificación : RDM – ZONA RESIDENCIAL DE DENSIDAD MEDIA.
 Usos permitidos : Unifamiliar, Multifamiliar y Conjunto Residencial.
 Usos compatibles : Solo los señalados en el Índice de Usos para la Ubicación de las Actividades Urbanas, aprobados por la Ordenanza N° 933-MML, publicada el 5 de mayo del 2006 y modificada mediante Ordenanza N° 1015-MML que aprueba el Requeste Integral de la Zonificación de los Usos de suelo publicado en el Diario Oficial El Peruano de fecha 14 de mayo del 2007.

(*) Retiros

Altura de edificación : Frente a calle o Jirón: 3.00 ml.
 Según cuadro N° 1 Resumen de Zonificación Residencial.

CUADRO N°1 RESUMEN DE ZONIFICACIÓN RESIDENCIAL							
ZONA	USOS PERMITIDOS	LOTE MÍNIMO (ml)	FRENTE MÍNIMO (ml)	ÁREA LIBRE MÍNIMA	ALTURA MÁXIMA DE EDIFICACION	DETALLACION DE ESTACIONAMIENTOS	ÁREA MÍNIMA UNIDAD DE VIVIENDA
Residencial De Densidad Media RDM	Vivienda Unifamiliar	90	0	30%	3 Pisos	01 cada Vivienda	75.00 m ² para departamentos de (2 dormitorios)
	Vivienda Multifamiliar	120	0	30%	4 - 4F (1)	01 cada 2 Viviendas	
	Vivienda Multifamiliar	150	0	35%	4 - 5F (1)		
	Conjuntos Residenciales	900	20	30%	0		

(1) Frente a parques, avenidas con un ancho igual o mayor a 20.00 ml.

Notas:

- En áreas de asentamientos humanos ubicados en terrenos de dominio provincial solo se permitirá uso Residencial Unifamiliar y Bifamiliar, y una altura máxima de 3 pisos.
- Se considera un área mínima de 75 m² para departamentos de 3 dormitorios. Se podrán incluir departamentos de 2 y 1 dormitorios con áreas y porcentajes a definir. Se considerará como dormitorio todo ambiente cuyas dimensiones permitan dicho uso.
- Las actividades Urbanas señaladas como compatibles en el índice de usos señaladas como (RDM) y (RDA), deberán desarrollarse como complemento de la actividad residencial, ocupando un área máxima del 35% de área de lote.

Otros particulares:

- La descripción de alcances son en base a datos proporcionados por el solicitante, y de concordancia con el principio de presunción de veracidad establecido en la Ley 27444 Ley de Procedimientos Administrativos generales.
- Para los trámites de saneamiento físico legal, deberá sustentarse la independencia del predio y la habilitación urbana.
- El presente certificado no atribuye titularidad sobre el predio.
- El presente certificado es emitido en base a croquis de ubicación, a los datos y documentos consignados por el administrado.
- El presente certificado no constituye autorización alguna, no acredita adquisición ni subdivisión de lotes.
- El presente certificado no autoriza la ejecución de la obra.

(*) D.A. (27-MML) (28-11-85)

Se podrá aceptar retiros menores al Normativo, siempre y cuando en la cuadra donde se ubique el lote en referencia, se encuentre consolidada en más del 50% de lotes existentes (retiro predominante). En el trámite de Anteproyecto o Proyecto se deberá sustentar con: Planos de perfil de retiros de la cuadra (ambos frentes), Memoria Descriptiva y Fotos de la Consultación de Retiros firmada por el profesional responsable.

- Derecho pagado: Recibo N°17000121003619 de fecha: 09/06/2022.

Se asume el presente certificado para los fines de trámite.

RECIBIDO POR:
DY:
FECHA:
FIRMA:

San Juan de Lurigancho, 20 de junio de 2022

LUIS SEGUNDO VERA BARRIOS
 GERENTE DE OBRAS PRIVADAS Y HABILITACIONES URBANAS

EL PRESENTE CERTIFICADO TIENE VIGENCIA DE 36 MESES
 A PARTIR DE LA FECHA DE EXPEDICIÓN

(VR/ml)

11.4 Apéndice D: Egresos

Descripción	Cantidad	Unitario	Mon.	Costo S/	% IMP.	IGV S/	Total S/
TERRENO							
Terreno	2,694.70	330.00	USD	3,379,153.80			3,379,153.80
Alcabala	0.03	3,379,153.80	PEN	101,374.61			101,374.61
PROYECTO							
Anteproyecto	12,493.08	1.20	PEN	14,991.70	18%	2,698.51	17,690.20
Proyecto	12,493.08	1.20	PEN	14,991.70	18%	2,698.51	17,690.20
Arquitectura	12,493.08	4.75	USD	225,686.37	18%	40,623.55	266,309.92
Estructuras	12,493.08	4.75	PEN	59,325.00	18%	10,678.50	70,003.50
IIMM	12,493.08	0.60	USD	28,484.22	18%	5,127.16	33,611.38
IIGG	12,493.08	0.20	USD	9,494.74	18%	1,709.05	11,203.79
IIEE	12,493.08	0.61	USD	28,987.10	18%	5,217.68	34,204.77
IISS	12,493.08	0.71	USD	33,855.01	18%	6,093.90	39,948.91
Estudio de Suelos	12,493.08	0.52	USD	24,686.33	18%	4,443.54	29,129.86
LICENCIAS, CERTIFICADOS Y LEGAL							
Anteproyecto	1	6,000.00	PEN	6,000.00	18%	1,080.00	7,080.00
Búsquedas o gravámenes Catastrales	1	5,000.00	PEN	5,000.00	0%	-	5,000.00
Certificaciones	1	3,200.00	PEN	3,200.00	0%	-	3,200.00
Conformidad de obra	1	15,000.00	PEN	15,000.00	0%	-	15,000.00
Derechos de revisión de modificación	1	7,500.00	PEN	7,500.00	18%	1,350.00	8,850.00
Inscripción, Revisión y Supervisión	1	28,500.00	PEN	28,500.00	18%	4,500.00	33,000.00
Licencias	1	37,000.00	PEN	37,000.00	18%	3,960.00	40,960.00
Planos	1	24,500.00	PEN	24,500.00	0%	-	24,500.00
Seguros (incluye póliza CAR)	1	70,000.00	PEN	70,000.00	18%	12,600.00	82,600.00
Asesoría Legal	16	79,000.00	PEN	139,000.00	18%	25,020.00	164,020.00
Conformidad de Obra	1	15,000.00	PEN	15,000.00	0%	-	15,000.00
Derechos Registrales	1	-	PEN	-	18%	-	-
Gastos Notariales	1	40,000.00	PEN	40,000.00	18%	7,200.00	47,200.00
independización y Reglamento Interno	1	30,000.00	PEN	30,000.00	0%	-	30,000.00
inscripción de Terreno	1	15,000.00	PEN	15,000.00	0%	-	15,000.00
Levantamiento de Fideicomiso	1	-	PEN	-	18%	-	-
Vigencias de Poderes y Partidas Registrales	1	5,000.00	PEN	5,000.00	0%	-	5,000.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Gerencia	18	6,000.00	PEN	108,000.00	55%	59,400.00	167,400.00
Planilla y Servicios Administrativos	18	36,000.00	PEN	648,000.00	25%	162,000.00	810,000.00
Gastos de Oficina y servicios	18	8,000.00	PEN	144,000.00	18%	25,920.00	169,920.00
VENTAS Y MARKETING							
Ventas	1.50%	33,348,403.75	PEN	500,226.06	25%	125,056.51	625,282.57
Marketing	1.00%	33,348,403.75	PEN	333,484.04	25%	83,371.01	416,855.05
Caseta de Ventas	1.00	-	PEN	-	18%	-	-
Departamento Piloto	1.00	-	PEN	-	18%	-	-
Planilla ventas - marketing	1.00	-	PEN	-	25%	-	-
ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO							
Gerencia del Proyecto	15.00	4,000.00	PEN	60,000.00	55%	33,000.00	93,000.00
Supervisión de Independencia y Asesoría Legal (Independización)	1.00	15,000.00	USD	57,000.00	18%	10,260.00	67,260.00
Supervisión del Banco	0.00	18,416,691.30	PEN	27,625.04	18%	4,972.51	32,597.54
Gastos de Oficina Técnica - proyectos	16.00	-	PEN	-	25%	-	-
GASTOS GENERALES							
Gastos Generales	0.07	15,607,365.51	PEN	1,092,515.59	25%	273,128.90	1,365,644.48
POSVENTA							
Imprevistos	1.00	50,000.00	PEN	50,000.00	18%	9,000.00	59,000.00
Implementación de posventa	2.00	14,000.00	PEN	28,000.00	18%	5,040.00	33,040.00
Atención posventa	0.00	18,416,691.30	PEN	46,041.73	18%	8,287.51	54,329.24
OTROS							
ITF	1.00	-	PEN	-	0%	-	-
Gastos Financieros Promoción	1.00	276,786.07	USD	1,051,787.07	0%	-	1,051,787.07
Declaratoria de Fábrica	1.00	50,000.00	PEN	50,000.00	0%	-	50,000.00
Seguros (Póliza CAR)	0.00	-	PEN	-	18%	-	-
INSTALACIONES (LUZ, AGUA Y GAS) - Obras							
Cabecera	1.00	200,000.00	PEN	200,000.00	0%	-	200,000.00
Otros gastos	1.00	100,000.00	PEN	100,000.00	0%	-	100,000.00
Otros gastos y vicios ocultos	1.00	300,000.00	PEN	300,000.00	0%	-	300,000.00

VENTAS TECHO PROPIO (BONO BFH)		
	29,55%	8,346,000
Departamentos	65 85,088	5,530,688
Bonos	65 43,313	2,815,313

			Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Set-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	
CONTADO	26,94%	40%	3,338,400	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	151,745	0
Dep. Totales	26.00	Unid.	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.18	0.00
Lag Dep.	0	Meses																	
Lag Separación	0	Meses	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,261	0
Lag Cuota inicial	0	Meses	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	12,614	0
Lag Desembolso	0	Meses	0	0	0	0	0	0	0	873,979	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	83,236	0
Lag BFH	1	Meses	0	0	0	0	0	0	0	491,706	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	54,634
Separación	0.83%	%	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,261	0
Cuota inicial	8.31%	%	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	12,614	0
Desembolsos	54.85%	%	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	83,236	0
Bono Familiar Habitacional	36.00%	%	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	54,634	0
INGRESOS CONTADO			3,338,400	20,813	20,813	20,813	20,813	20,813	20,813	1,386,498	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	179,062	54,634

			Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Set-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	
CRÉDITO DIRECTO	27%	40%	3,338,400	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	151,745	0
Dep. Totales	26.00	Unid.	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.77	1.18	0.00
Lag Dep.	0	Meses																	
Lag Separación	0	Meses	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,261	0
Lag Cuota inicial	0	Meses	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	12,614	0
Lag Desembolso	0	Meses	0	0	0	0	0	0	0	873,979	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	83,236	0
Lag BFH	1	Meses	0	0	0	0	0	0	0	491,706	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	54,634
Separación	0.83%	%	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,892	1,261	0
Cuota inicial	8.31%	%	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	18,921	12,614	0
Desembolsos	54.85%	%	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	124,854	83,236	0
Bono Familiar Habitacional	36.00%	%	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	81,951	54,634	0
INGRESOS CRÉDITO DIRECTO			3,338,400	20,813	20,813	20,813	20,813	20,813	20,813	1,386,498	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	227,618	179,062	54,634

			Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Set-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	
CRÉDITO TRADICIONAL	27%	20%	1,669,200	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	75,873	0
Dep. Totales	13.000	Unid.	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.89	0.59	0.00
Lag Dep.	0	Meses																	
Lag Separación	0	Meses	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	631	0
Lag Cuota inicial	0	Meses	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	6,307	0
Lag Desembolso	1	Meses	0	0	0	0	0	0	0	436,990	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	41,618	0
Lag BFH	1	Meses	0	0	0	0	0	0	0	245,853	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	27,317
Separación	0.83%	%	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	946	631	0
Cuota inicial	8.31%	%	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	9,460	6,307	0
Desembolsos	54.85%	%	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	62,427	41,618	0
Bono Familiar Habitacional	36.00%	%	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	40,976	27,317	0
INGRESOS CRÉDITO TRADICIONAL			1,669,200	10,406	10,406	10,406	10,406	10,406	10,406	693,249	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	113,809	89,531	27,317

11.7 Apéndice G: Flujo de caja Impuestos

	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Ago-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dic-24	Ene-25	Feb-25	Mar-25	
IMPUESTOS	-4,849,596																														
IGV Ingresos	2,250,216	0	0	12,701	12,701	12,701	12,701	12,701	12,701	996,867	153,424	153,424	153,424	153,424	153,424	153,424	153,424	102,581	597	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IGV egresos	3,046,720	19,485	12,285	15,658	18,814	10,527	10,527	9,853	13,183	8,105	378,465	185,429	264,884	338,338	383,025	383,025	338,338	265,724	186,269	119,239	74,106	18,820	3,785	2,945	2,945	2,945	0	0	0	0	0
Diferencia IGV Ingresos - IGV Egresos	816,503	19,485	12,285	15,658	6,113	2,173	2,173	2,848	482	4,596	618,402	32,005	111,460	184,915	229,602	229,602	184,915	112,300	83,688	118,642	74,106	18,820	3,785	2,945	2,945	2,945	0	0	0	0	0
Credito Fiscal del Mes	19,485	12,285	15,658	6,113	0	0	0	482	0	0	32,005	111,460	184,915	229,602	229,602	184,915	112,300	83,688	118,642	74,106	18,820	3,785	2,945	2,945	2,945	0	0	0	0	0	
Credito Fiscal Acumulado	19,485	31,769	47,427	53,540	51,367	49,193	46,346	46,828	42,232	0	32,005	143,466	328,380	557,982	787,583	972,498	1,084,798	1,168,486	1,287,128	1,361,234	1,380,054	1,383,839	1,386,784	1,389,729	1,392,674	1,392,674	1,392,674	1,392,674	1,392,674	1,392,674	
Flujo Relevante	-1,392,674	19,485	12,285	15,658	6,113	2,173	2,173	2,848	482	4,596	42,232	32,005	111,460	184,915	229,602	229,602	184,915	112,300	83,688	118,642	74,106	18,820	3,785	2,945	2,945	2,945	0	0	0	0	0
Pago a la Sunat	576,170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	576,170	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Impuesto a la Renta	2,656,922	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	833,710	0	0	0	0	0	0	0	0	1,823,212
Ecudo Fiscal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



11.8 Apéndice H: Flujo de caja Operativo y del Accionista

LOMAS DE CAMPOY	2022			2023			2023			2023			2023			2023			2024			2024			2024			2025		
	Oct-22	Nov-22	Dic-22	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Abr-24	May-24	Jun-24	Jul-24	Ago-24	Sep-24	Oct-24	Nov-24	Dic-24	Ene-25	Feb-25	Mar-25
INGRESOS	33,348,404	0	0	0	193,161	193,161	193,161	193,161	193,161	14,642,643	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	1,687,448	143,223	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos por lotes	0																													
Ingresos por departamentos y estacionamientos	33,348,404	0	0	0	193,161	193,161	193,161	193,161	193,161	14,642,643	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	2,273,766	1,687,448	143,223	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%	19%	28%	40%	53%	67%	78%	88%	94%	98%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
EGRESOS	-23,000,829	-6,807,882	-82,464	-87,250	-199,890	-182,843	-148,206	-182,206	-198,486	-2,233,413	-1,180,884	-1,802,409	-2,018,490	-2,283,761	-2,283,761	-2,305,480	-1,832,078	-1,190,880	-818,271	-687,368	-588,759	-38,028	-18,581	-41,361	-28,581	-10,000	0	0	0	
Costo Directo	15,607,366	0	0	0	0	0	0	0	1,987,037	984,618	1,426,034	1,834,114	2,082,375	2,082,375	1,834,114	1,426,034	984,618	612,229	353,815	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Costo Indirecto	7,393,464	3,607,882	82,464	87,250	199,890	182,843	148,206	182,206	198,486	2,246,375	1,76,375	1,76,375	1,76,375	201,375	201,375	201,375	206,042	206,042	206,042	213,452	288,759	36,028	16,361	41,361	28,581	10,000	0	0	0	
IMPUESTOS	-4,042,313	-21,708	-14,608	-16,668	-8,113	-64,671	-64,671	-63,898	-67,528	-62,248	-10,189	-88,848	-188,204	-241,769	-288,446	-288,446	-241,769	-189,144	-1,828,282	-168,628	-74,108	-18,820	-3,786	-2,846	-2,846	0	0	0	0	
FLUJO OPERATIVO MENSUAL	3,029,888	95,890	102,888	11,882	14,473	14,473	16,888	65,888	1,408	12,288,881	1,033,912	683,842	21,607	288,411	288,411	6,493	472,636	1,223,600	831,636	641,374	587,679	38,813	18,888	44,888	38,888	16,888	0	0	0	
FLUJO OPERATIVO ACUMULADO	3,029,888	3,728,488	5,028,688	3,261,688	3,482,481	5,273,484	3,288,884	3,688,488	5,936,476	8,388,486	9,287,287	9,888,488	9,811,886	9,816,484	9,818,883	9,816,688	9,788,184	8,688,688	7,727,814	7,088,888	6,778,881	6,788,288	6,718,842	6,874,838	6,846,338	6,836,338	6,836,338	6,836,338	6,836,338	
APORTE DE CAPITAL	-3,921,031	-3,681,118	-80,680	-86,887	-71,886	-31,888	-28,211	-28,211	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
DEVOLUCIÓN DE APORTE DE CAPITAL	6,306,181	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
FLUJO FINANCIERO MENSUAL	3,681,118	88,680	88,887	71,886	31,888	31,888	28,211	28,211	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

