

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis

**Estudio de factibilidad del proyecto multifamiliar
Residencial Libertad de la empresa Inmobiliaria
HH&C Proyectos Obras y Construcciones SAC
en la región Junín**

Victor Jaime Alvarez Hidalgo
Victor Gerardo Cardenas Silva
Cinthia Gandhi Huaman Mendoza

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Administración de Negocios

Huancayo, 2019

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Mg. Fernando Burgos Zavaleta

Agradecimiento

Agradezco a Dios por todas las bendiciones otorgadas y ayudarme a alcanzar cada objetivo trazado. Agradezco también a mi familia, amigos y colegas que acompañaron en este emprendimiento

Dedicatoria

Dedico esta investigación a Dios y a mi familia, pilares fundamentales en mi vida por acompañarme durante todo mi trayecto estudiantil

Indice

Asesor	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Indice.....	v
Indice de Figuras.....	xii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción.....	xvi
Capítulo I Problema u Oportunidad	17
1.1. Problema u Oportunidad	17
1.1.1. Problema	17
1.1.2. Oportunidad	17
1.2. Objetivo del Estudio.....	17
1.3. Objetivos de investigación.....	17
1.4. Justificación del Estudio	18
1.5. Descripción del Producto.....	19
1.6. Metodología.....	21
1.6.1. Tipo y diseño de investigación.....	22
1.6.2. Método de Investigación	22
1.6.3. Técnica de recolección de datos	23
1.6.4. Análisis e interpretación de la información.....	23
Capítulo II Estructura de la Industria	25
2.1. Descripción del estado actual de la industria	25
2.1.1. Cómo ha evolucionado el sector.....	25
2.1.2. Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción (PBI de Construcción: 2014 -2019).....	28
2.1.3. Cómo está repartido el mercado.....	31
2.2. Análisis del Sector Industrial	32
2.2.1. Análisis de la Competencias.....	34
2.2.2. Análisis de los Proveedores.....	35

2.2.3.	Análisis de los Clientes	36
2.2.4.	Distribución de Hogares según NSE 2018 - Perú Urbano	38
2.2.5.	Distribución de Hogares según NSE 2018 por departamentos	39
2.2.6.	Distribución de Personas según NSE 2018 por departamentos	40
2.3.	Matriz del perfil competitivo	42
Capítulo III	Estudio de Mercado	45
3.1.	Selección del segmento de mercado.....	45
3.1.1.	Definición de la población.....	48
A.	Perfil del Público Objetivo:.....	48
B.	Determinación de la población objetivo	48
3.2.	Investigación Cuantitativa.....	49
3.2.1.	Universo.....	49
3.2.2.	Muestra.....	49
3.3.	Resultados de la Encuesta.....	50
Capítulo IV	Proyección del Mercado Objetivo	65
4.1.	El ámbito de la proyección	65
4.2.	Selección del método de proyección	65
4.2.1.	Mercado Potencial	65
4.2.2.	Mercado Disponible	66
4.2.3.	Mercado Efectivo	66
4.2.4.	Mercado Objetivo.....	67
4.3.	Pronóstico de Ventas	67
4.3.1.	Estimación de las ventas para el primer, segundo y tercer año de operación del proyecto.....	67
4.3.2.	Cantidad de bienes o servicios a vender mensualmente y precios	68
4.3.3.	Proyección del crecimiento de los Ingresos para los subsecuentes años del proyecto Evaluación económica.....	71
Capítulo V	Ingeniería del Proyecto	75
5.1.	Estudio de Ingeniería.....	75
5.1.1.	Características del Proyecto	75

A.	Espacios Comunes	75
B.	Zonificación	75
C.	Accesos.....	75
D.	Circulación Vertical.....	75
E.	Circulación Horizontal	76
5.1.2.	Distribución de la Edificación	76
A.	Planta (sótano - área de estacionamientos)	76
B.	Planta (1° piso – tienda y departamentos típicos, acceso al sótano).....	78
C.	Planta (2°-9° piso)	80
D.	Planta (10°-15° piso – departamentos)	84
5.2.	Proceso de ejecución del Proyecto Residencial Libertad	86
5.2.1.	Fase Pre Operativa.....	86
5.2.2.	Ante proyecto.....	86
5.2.3.	Proyecto.....	86
5.2.4.	Operativa	87
5.3.	Determinación del Tamaño	87
5.4.	Consideraciones Legales	88
5.4.1.	Requisitos	88
A.	Elaborar la minuta de constitución	88
B.	Se debe presentar copia simple del DNI y vigencia de poder de la Personas Jurídicas.	89
5.5.	Determinación de la localización óptima	89
Capítulo VI Aspectos Organizacionales		92
6.1.	Caracterización de la cultura organizacional deseada	92
6.1.1.	Cultura Organizacional	92
A.	Valores	92
6.2.	Formulación de estrategias del negocio	92
6.2.1.	Visión	92
6.2.2.	Misión	93
6.2.3.	Objetivo.....	93
6.2.4.	Estrategias.....	93
6.3.	Determinación de las ventajas competitivas críticas	93

6.4. Diseño de la estructura organizacional deseada	95
6.5. Diseño de los perfiles de puestos clave	96
6.6. Política de recursos humanos	98
6.6.1. Política de recursos humanos.....	98
6.6.2. Política de Posventas	99
Capítulo VII Plan de Marketing	100
7.1. Estrategia de Competitividad.....	100
7.2. Estrategias Específicas	100
7.3. Estrategia de Ventas	100
7.4. Estrategias de Marketing	100
Capítulo VIII Plan Financiero.....	102
8.1. Inversión.....	102
8.2. Financiamiento	103
8.3. Presupuestos base.....	104
8.3.1. Presupuestos de ingreso	104
8.3.2. Presupuesto de costos de la obra (egresos)	108
8.4. Presupuesto base.....	108
8.4.1. Gastos de personal, administrativos y ventas.....	108
8.4.2. Flujo de caja de operación y financiera	112
8.5. Evaluación Financiera	118
8.5.1. Flujo económico para todo el periodo del proyecto	118
8.5.2. Criterios de evaluación	118
Conclusiones.....	121
Recomendaciones.....	123
Bibliografía	124
Anexos	128
Anexo 1 “Instrumentos de investigación”	128

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Panorama Económico Nacional y el Sector Construcción</i>	25
Tabla 2 <i>Panorama Económico Nacional y el Sector Construcción años 2014 al 2019</i>	29
Tabla 3 <i>Producto bruto interno y demanda interna (índice 2007=100) - Construcción</i>	30
Tabla 4 <i>Proporción de Núcleos Familiares Propietarios y No Propietarios de Vivienda en el Total de Núcleos Familiares, por NSE</i>	31
Tabla 5 <i>Demanda (Cantidad) Potencial y Efectiva de Viviendas por NSE</i>	32
Tabla 6 <i>Distribución de hogares según NSE 2018 Departamento (Urbano + Rural)</i>	39
Tabla 7 <i>Distribución de personas según NSE 2018 Departamento (Urbano + Rural)</i>	40
Tabla 8 <i>Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter</i>	41
Tabla 9 <i>Matriz del perfil competitivo</i>	42
Tabla 10 <i>Cuadro de Benchmarking</i>	43
Tabla 11 <i>Características de la vivienda que comprarían o construirían</i>	47
Tabla 12 <i>Características de la compra o construcción</i>	48
Tabla 13 <i>Determinación del mercado objetivo</i>	49
Tabla 14 <i>Lugar donde vive</i>	50
Tabla 15 <i>Cuántas personas viven en su hogar</i>	51
Tabla 16 <i>Cuántas personas conforman el núcleo familiar</i>	52
Tabla 17 <i>Personas que desean adquirir una vivienda</i>	53
Tabla 18 <i>Tipo de vivienda que desean adquirir</i>	53
Tabla 19 <i>En qué tiempo desea adquirir una vivienda</i>	54
Tabla 20 <i>¿Trabaja actualmente?</i>	55
Tabla 21 <i>Condición laboral</i>	56
Tabla 22 <i>Condición laboral de la pareja</i>	57
Tabla 23 <i>Ingresos del núcleo familiar</i>	58
Tabla 24 <i>Medio de búsqueda para la compra de un departamento</i>	59
Tabla 25 <i>En qué distrito compraría un departamento</i>	60

Tabla 26	<i>De cuantos m2 prefieren su departamento</i>	60
Tabla 27	<i>Genero encuestado</i>	61
Tabla 28	<i>Edad de los encuestados</i>	62
Tabla 29	<i>Distrito donde viven los encuestados</i>	63
Tabla 30	<i>Encuestado de 18 a 45 años en el rango de ingresos de S/ 2127 a más de S/ 6601</i>	65
Tabla 31	<i>Encuestado de 18 a 45 años en el rango de ingresos de S/ 2127 a más de S/ 6601 y que desean una casa o departamento</i>	66
Tabla 32	<i>Encuestado de 18 a 45 años</i>	66
Tabla 33	<i>Pronóstico de ventas del 1er, 2do y 3er año</i>	67
Tabla 34	<i>Precio de los departamentos por modelo</i>	68
Tabla 35	<i>Venta de departamentos en el primer año</i>	69
Tabla 36	<i>Venta de departamentos en el segundo año</i>	69
Tabla 37	<i>Venta de departamentos en el tercer año</i>	70
Tabla 38	<i>Ingresos del primer año</i>	71
Tabla 39	<i>Ingresos del segundo año</i>	72
Tabla 40	<i>Ingresos del tercer año</i>	73
Tabla 41	<i>Resumen de Ingresos del año cero al tercer año</i>	74
Tabla 42	<i>Tabla comparativa de localización</i>	89
Tabla 43	<i>Perfil del Gerente General</i>	96
Tabla 44	<i>Variable estratégica</i>	100
Tabla 45	<i>Cuadro de inversión año 0</i>	102
Tabla 46	<i>Flujo financiero neto</i>	104
Tabla 47	<i>Proyección mensual de ingresos primer año (en soles)</i>	105
Tabla 48	<i>Proyección mensual de ingresos segundo año (en soles)</i>	106
Tabla 49	<i>Proyección mensual de ingresos tercer año (en soles)</i>	107
Tabla 50	<i>Presupuesto de pago de costo de obra</i>	108
Tabla 51	<i>Gastos de personal, administrativos y ventas primer año</i>	109
Tabla 52	<i>Gastos de personal, administrativos y ventas segundo año</i>	110
Tabla 53	<i>Gastos de personal, administrativos y ventas tercer año</i>	111
Tabla 54	<i>Flujo de caja primer año</i>	114
Tabla 55	<i>Flujo de caja segundo año</i>	115
Tabla 56	<i>Flujo de caja tercer año</i>	116

Tabla 57 <i>Flujo económico para el periodo del proyecto</i>	118
Tabla 58 <i>VAN / TIR</i>	118
Tabla 59 <i>Costo Promedio Ponderado de Capital – WACC</i>	118
Tabla 60 <i>Indicadores para el cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital – WACC</i>	119
Tabla 61 <i>Flujo financiero neto</i>	120
Tabla 62 <i>Evaluación financiera</i>	120
Tabla 63 <i>VANF / TIRF</i>	120

Indice de Figuras

Figura 1. Variaciones según la Cámara Peruana de Construcción (Capeco)	27
Figura 2. Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción (PBI de Construcción): 2017–2019 Variación Porcentual (%)	29
Figura 3. Producto bruto interno y demanda interna (índice 2007=100) - Construcción	30
Figura 4. Las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter	33
Figura 5. Las variables para la construcción de los Niveles Socioeconómicos ...	37
Figura 6. Distribución de Hogares según NSE – 2018 Perú Urbano.....	39
Figura 7. Imagen del Proyecto Multifamiliar Residencial Libertad.	76
Figura 8. Plano del estacionamiento	77
Figura 9. Plano del primer piso	79
Figura 10. Plano del segundo al noveno piso	83
Figura 11. Plano del décimo al quinceavo piso	85
Figura 12. Plano de ubicación donde se elaborará el proyecto	91
Figura 13. Estructura organizacional	95

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Lugar donde vive	51
Gráfico 2. Cuántas personas viven en su hogar.....	51
Gráfico 3. Cuántas personas conforman el núcleo familiar	52
Gráfico 4. Personas que desean adquirir una vivienda	53
Gráfico 5. Tipo de vivienda que desean adquirir	54
Gráfico 6. En qué tiempo desea adquirir una vivienda	55
Gráfico 7. ¿Trabaja actualmente?	55
Gráfico 8. Condición laboral	56
Gráfico 9. Condición laboral de la pareja	57
Gráfico 10. Ingresos del núcleo familiar	58
Gráfico 11. Medio de búsqueda para la compra de un departamento.....	59
Gráfico 12. En qué distrito compraría un departamento	60
Gráfico 13. De cuántos m ² prefieren su departamento	61
Gráfico 14. Género encuestado	62
Gráfico 15. Edad de los encuestados.....	63
Gráfico 16. Distrito donde viven los encuestados.....	64

Resumen

El trabajo de investigación que presentamos denominado “Residencial Libertad” se propone como un proyecto para ser desarrollado por la empresa HH&C proyectos, obras y construcciones SAC la cual se constituirá para afianzar una empresa constructora que desarrolle proyectos de departamentos de calidad de acuerdo con el tipo de proyecto a desarrollar, accesibles económicamente al núcleo familiar del nivel socio económico B, C y D de la región Junín.

El estudio de factibilidad de la empresa está basado en el desarrollo de un primer proyecto de viviendas multifamiliares de gran envergadura, el cual se implementará en un lapso de dos años y ocho meses. La empresa posteriormente desarrollará otros proyectos similares, que le permitan el desarrollo de sus actividades de manera continua.

Se contempla en una primera parte el análisis de mercado para la ejecución de los proyectos de vivienda, en la región Junín, específicamente en la provincia de Huancayo en la jurisdicción metropolitano.

Luego se abordan los temas de ingeniería basados en el primer proyecto de viviendas, determinando los costos de inversión y de puesta en marcha de este. En seguida se pasa al análisis organización de la empresa, donde se describe el equipo humano necesario para el desarrollo de las actividades. Posteriormente entramos al análisis económico y financiero, el cual nos permitió estimar la rentabilidad económica del proyecto Libertad, sus necesidades de financiamiento, así como su rentabilidad financiera. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Palabras Clave: Constructora, núcleo familiar, vivienda multifamiliar y financiamiento.

Abstract

The research work we present called "Residencial Libertad" is proposed as a project to be developed by the company HH&C projects, works and constructions SAC which will be constituted to strengthen a construction company that develops quality department projects according to the type of a project to be developed, economically accessible to the family nucleus of the socio-economic level B, C and D of the Junín region.

The feasibility study of the company is based on the development of a first large-scale multi-family housing project, which will be implemented over a period of two year and eight months. The company will subsequently develop other similar projects, which allow it to carry out its activities continuously.

The market analysis for the execution of housing projects in the Junín region, specifically in the province of Huancayo's in the metropolitan jurisdiction, is contemplated in the first part.

Then the engineering issues based on the first housing project are discussed, determining the investment and start-up costs of this. Next, the organization of the company is analyzed, where the human team necessary for the development of the activities is described. Later we entered the economic and financial analysis, which allowed us to estimate the economic profitability of the Libertad project, its financing needs, as well as its financial profitability. Finally, the conclusions and recommendations are presented.

Key Words: Builder, family center, multifamily housing and financing

Introducción

La base para la realización de esta tesis es que, según el estudio de demanda de viviendas a nivel nacional de las ciudades principales - Hogares No Propietarios – realizado por fondo Mi Vivienda y elaborado por el Instituto CUANTO el 2018, aproximadamente 26 342 núcleos familiares viven en una vivienda alquilada, donde el número total de núcleos familiares de la ciudad de Huancayo es 78 992 de los cuales 49 321 son propietarios de vivienda dentro de la misma ciudad, 3 329 propietarios de vivienda en otro lugar del país y 26 342 son núcleo familiares no propietarios de vivienda. Con esta tesis se busca analizar el estudio de factibilidad de un proyecto multifamiliar que sea accesible a una demanda potencial y efectiva a núcleos familiares del segmento B, C y D con el apoyo del bono del Fondo Mi Vivienda.

Los autores.

Capítulo I

Problema u oportunidad

1.1. Problema u oportunidad

1.1.1. Problema

- En la ciudad de Huancayo se presenta un importante déficit de viviendas el cual según el estudio de demanda de vivienda a nivel de las ciudades principales - Hogares No Propietarios hecho por fondo Mi Vivienda el 2018 es de aproximadamente 26 342 núcleos familiares, que viven en una vivienda alquilada.
- Existe un acceso limitado al financiamiento de las entidades financieras para al sector comercio que registran informalidad.

1.1.2. Oportunidad

- Identificamos que existe un nicho del mercado de comerciantes y profesionales con ingresos no sustentados formalmente, los cuales, sin embargo, cuentan con capacidad de pago.
- Financiamiento de la CMAC Huancayo ofrece mayor flexibilidad para este tipo de público, aun cuando éste se brinde con tasas diferenciadas según la evaluación crediticia del cliente.

1.2. Objetivo del estudio

- Determinar la viabilidad de un proyecto multifamiliar, dirigido a un público objetivo de nivel socioeconómico de los segmentos B, C y D con el apoyo del bono del Fondo Mivivienda.

1.3. Objetivos de investigación

- Determinar la demanda de viviendas multifamiliares en la región.
- Estimar la inversión y costos de un proyecto de vivienda
- Factibilidad económica y financiera del proyecto de inversión Residencial Libertad.

- Obtener la rentabilidad proyectada para el consorcio como para los inversores.

1.4. Justificación del estudio

- El crecimiento e incremento de la población por migración de las ciudades y pueblos aledaños en la ciudad de Huancayo, hace que se venga generando un déficit de viviendas, por lo que el giro de negocio de construcción de viviendas multifamiliares se dinamice, por lo que para poder desarrollar nuestro proyecto de inversión analizamos las variables de oferta y demanda que existen actualmente en el mercado inmobiliario en la región de Junín, el número total de núcleos familiares de la ciudad de Huancayo es 78 992 de los cuales 49 321 son propietarios de vivienda dentro de la misma ciudad, 3 329 propietarios de vivienda en otro lugar del país y 26 342 son núcleo familiares no propietarios de vivienda, además que existen clientes con suficiente capacidad de pago, sin embargo por la informalidad que presentan no son sujetos de créditos para la banca comercial.
- El público objetivo para la venta de los inmuebles del proyecto está enfocado en el nivel socioeconómico de estratos medios, consideramos a las personas con ingresos diversos que califiquen para una facilidad crediticia, sin embargo observamos como un nicho de mercado que no está siendo atendido a los profesionales con renta de cuarta categoría y comerciantes que generan rentas de tercera categoría que tienen ingresos no sustentados, por lo que se propone trabajar como socio estratégico de financiamiento con la CMAC Huancayo, teniendo en cuenta que esta entidad realiza evaluaciones flexibles con visitas de campo para verificar la fuente de ingresos de los clientes que solicitan financiamiento para determinar su capacidad de Pago.
- Con la implementación del proyecto estudiado, se logrará otorgar a nuestro público objetivo la posibilidad de realizar el sueño de la casa propia, con una infraestructura con protección sísmica y moderna, para lo cual se propone un diseño funcional, moderno, y con una ubicación en el centro de la ciudad de Huancayo que permite los accesos a todos los servicios.

- La inversión en el sector construcción en la ciudad de Huancayo viene creciendo, debido a que se viene construyendo centros comerciales, tiendas por departamento, locales comerciales, viviendas y como es en nuestro caso viviendas multifamiliares, por lo que la realización del proyecto denominado “Residencial Libertad” tendrá un impacto directo en la economía de la ciudad, debido a que se generará empleos de mano de obra profesional, técnicos, calificada y no calificada, directa e indirecta, además de que se desarrollará un flujo comercial de los proveedores de materiales de construcción y productos afines, estas transacciones comerciales contribuirá al desarrollo del país por la contribución del pago del Impuesto.
- En la ciudad de Huancayo existen inmobiliarias que ofrecen diversos proyectos multifamiliares con distintas características, generalmente están ubicado en zonas residenciales o periféricas de la ciudad, sin embargo, presentamos una propuesta diferenciada porque nos encontramos en el centro de la ciudad con precios competitivos del mercado y con acceso a los centros de trabajo, educación, instituciones públicas, privadas, mercados y centros comerciales.

1.5. Descripción del Producto

El proyecto comprenderá la construcción de un edificio de 15 pisos superiores, y 01 sótano de estacionamiento en los cuales se edificarán 102 departamentos tipo flat, el ingreso peatonal se dará por el Jr. Tarapacá y Jr. Libertad y vehicular por el Jr. Libertad - Huancayo. La circulación vertical constará de dos escaleras y dos ascensores comunes que irá desde el primer sótano hasta el 15º piso.

Se propone desarrollar la construcción de 15 pisos, con 102 departamentos de tipo flat, 01 sótano de 26 estacionamientos, esta zona de estacionamientos para todo el conjunto se distribuye en 01 Sótanos con acceso directo por el Jirón Libertad que cumplen las normas municipales, 3 tiendas y una oficina. Para el primer nivel en el edificio, se accede a través de un lobby y estar ubicada al ingreso principal del conjunto, el cual conduce al hall de circulación

vertical (02 escaleras y 02 ascensores) que comunica con los pisos superiores.

Los departamentos tienen una distribución de sala, comedor, pasadizo, cocina, patio de servicio, dormitorios, ambiente de estudio, baño completo común (lavatorio, inodoro y ducha), y baño completo dormitorio principal (lavatorio y tina). Según los Tipos de departamento que presentamos.

- ✓ Departamento tipo 1:
 - Modelos 1: Área 43 m² – Minidepartamento
 - Un dormitorio.
 - Salita de estar
 - Cocina y comedor de diario
 - Patio de servicio
 - Un servicio higiénico completo
- ✓ Departamento tipo 2:
 - Modelo 1: Área: 61 m²
 - Dos dormitorios
 - Un servicio higiénico completo
 - Sala – comedor
 - Cocina y patio de servicio.
 - Modelo 2: Área: 65 m²
 - Dos dormitorios
 - Un servicio higiénico completo
 - Sala – comedor
 - Cocina y patio de servicio.
 - Modelo 3: Área: 73 m²
 - Dos dormitorios
 - Dos servicios higiénicos completos
 - Sala - comedor
 - Cocina y patio de servicio.
- ✓ Departamento tipo 3:
 - Modelo 1: Área: 91.75 m²
 - Tres dormitorios

- Dos servicios higiénicos completos
- Sala – comedor
- Cocina y patio de servicio.
- Modelo 2: Área: 94 m²
 - Tres dormitorios
 - Dos servicios higiénicos completos
 - Sala – comedor
 - Cocina y patio de servicio.
- Modelo 3: Área: 98.50 m²
 - Tres dormitorios
 - Un servicio higiénico completo
 - Un servicio higiénico completo con hidromasaje
 - Sala – comedor
 - Cocina y patio de servicio.

1.6. Metodología

El presente trabajo de investigación se propuso validar la factibilidad de una inversión económica en la puesta en marcha de una empresa constructora de edificaciones para vivienda en la ciudad de Huancayo, aplicando técnicas de recolección de datos de fuentes primarias y secundarias.

Dentro de las fuentes secundarias se ha contado con información del Estudio de Demanda de Viviendas a Nivel de las Principales Ciudades – Huancayo del fondo Mi vivienda elaborado por el Instituto CUANTO el 2018 y también información proveniente del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI – Informe censo del 2017.

La información de fuentes primarias fue tomada sobre una muestra de 180 personas. Esta muestra corresponde a la población total del estudio, la cual fue estimada en 11359 habitantes entre hombres y mujeres, y fue calculada con un nivel de confianza del 90%, y aceptando un error muestral de 5%.

Así mismo, se contó con elementos de información primaria, tomados mediante la observación directa de los posibles competidores del proyecto de

negocio propuesto, los mismos que se reflejan tanto en la matriz de competitividad, así como en el análisis de las cinco fuerzas de mercado.

1.6.1. Tipo y diseño de investigación

Por su finalidad es aplicativa: La investigación es de tipo aplicativa, pues las conclusiones a las que se arriba en el presente estudio son de aplicación práctica real e inmediata para el inversionista que pueda tomar la información obtenida y beneficiarse de una inversión debidamente fundamentada, con niveles de rentabilidad estimados y niveles de riesgo calculados. Así mismo, las conclusiones obtenidas en el trabajo de investigación son de utilidad práctica para el público en general que requiere investigar con mayor profundidad inversiones en este rubro de negocios.

Por su nivel es explicativa: Es explicativa porque se ha centrado en el principio de la causalidad. El modelo de negocio que se plantea, basado en una empresa constructora de edificios para la vivienda, con determinadas características de diseño, propone una serie de relaciones de causa y efecto con respuestas de comportamiento en el público objetivo del proyecto empresarial, las cuales se sometieron a la validación de una muestra representativa con el fin de estimar la aceptación del producto y estimar la demanda esperada. Los resultados obtenidos se presentan en las conclusiones del presente trabajo de investigación.

1.6.2. Método de Investigación

Por la metodología de investigación aplicada, el presente trabajo de investigación puede señalarse que es:

- **Problemático-Hipotético:** En cuanto se basó en la formulación de un problema sobre una realidad particular de negocios en la región Junín y en cuanto adelantó propuestas de soluciones probables a dichas problemática.

- **Analítico-Sintético:** Porque estudió la realidad en la cual se basa el proyecto de inversión propuesto, considerando el riesgo, distinguiendo y separando los elementos más simples tanto a nivel del estudio de mercado, como el estudio técnico. Para luego de eso unir dichos elementos en la síntesis del estudio económico financiero, obteniendo una visión global del conjunto y de las relaciones estructurales entre sus elementos.
- **Inductivo:** Es inductivo en cuanto a partir de la observación directa de una realidad de negocios, así como de la experimentación aplicada mediante el método de la encuesta, llega a conclusiones de negocios que puede generalizarse en la toma de decisiones de negocios de similar rubro en la región Junín o al resto del país.
- **Deductivo:** Es deductivo en la medida que toma información de la evolución general de este tipo de negocios en el macroentorno, para esbozar las posibles tendencias de mercado en la región Junín, donde se propone la implementación del proyecto.

1.6.3. Técnica de recolección de datos

El presente trabajo de investigación emplea 3 técnicas de recolección de datos e información

- Información documentaria
- Observación directa
- Encuesta

La toma de información de fuentes primarias se produjo entre mayo y junio de 2016.

1.6.4. Análisis e interpretación de la información

Los resultados obtenidos fueron tabulados y procesados en cuadros y gráficos, los cuales se presentan en el capítulo de estudio de mercado. La información para el estudio técnico fue tomada de información documentaria y observación directa.

La información obtenida fue analizada e interpretada por el equipo investigador, para finalmente arribar a las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación.

Capítulo II

Estructura de la Industria

2.1. Descripción del estado actual de la industria

2.1.1. Cómo ha evolucionado el sector

Para revisar la evolución del sector construcción revisamos la información del Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento donde indica los siguientes datos: El Panorama Económico Nacional para el mes de julio de 2019 presentó cifras estables de crecimiento. Y con respecto al Sector Construcción registró un aumento de 13.63%, debido al aumento registrado en el consumo interno de cemento en 11.90% y el avance físico de obras en 20.34%. El empleo en el Sector Construcción en julio del 2019 presentó un crecimiento de 7.50%. El Despacho Nacional de Cemento en julio del año 2019 presenta un crecimiento del 10.89%. Se adjunta cuadro de evolución desde el mes de febrero a junio de 2019. (Ministerio de Vivienda y Construcción y Saneamiento, 2019, sn).

Tabla 1

Panorama económico nacional y el sector construcción

Actualizado con información disponible hasta el 23 de Agosto del 2019	1er Trimestre		2do Trimestre			3er Trimestre	Acumulado 2019
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	
PBI Nacional ⁽¹⁾	2.09%	3.19 %	0.02 %	0.63 %	2.62 %	ND	1.73%
Índice de precios al consumidor en Lima Met. ⁽²⁾	0.15%	0.68 %	0.22 %	0.09 %	- 0.06 %	0.23%	1.36%
Empleo: Nacional (PEA Ocupada) ⁽²⁾	0.50%	0.60 %	0.40 %	0.20 %	0.80 %	0.30%	0.47%
Precio del barril de Petróleo	54.986	58.154	63.876	60.733	54.677	57.509	57.327
Tipo de Cambio Bancario (soles a dólares) ⁽⁴⁾	3.322	3.304	3.303	3.334	3.325	3.290	3.317

Actualizado con información disponible hasta el 23 de Agosto del 2019	1er Trimestre		2do Trimestre			3er Trimestre	Acumulado 2019
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	
PBI de Construcción ⁽¹⁾	-0.23%	5.77%	8.73%	-0.30%	13.63%	ND	4.98%
IPMC: Precios de Materiales de Construcción ⁽²⁾	0.22%	0.07%	0.09%	0.06%	0.03%	-0.12%	-0.49%
Empleo: Sector Construcción (PEA Ocupada) ⁽³⁾	3.90%	3.00%	0.30%	3.40%	5.50%	7.50%	3.83%
Despacho Nacional de Cemento ASOCEM ⁽¹⁾	6.53%	5.35%	3.95%	9.77%	6.18%	10.89%	-9.92%
Producción de Ladrillos ⁽¹⁾	4.50%	13.90%	4.60%	6.70%	5.90%	-1.70%	-0.10%
Créditos hipotecarios privados para vivienda ⁽¹⁾	14.90%	15.50%	17.90%	24.70%	18.20%	-16.40%	-1.60%
Actualización: 23/08/2019	(1) Variación porcentual (%) respecto a igual mes del año anterior						
Estimado BCRP	(2) Variación % en comparación del mes anterior						
Estimado por OGEI	(3) Se refiere al trimestre móvil que se publica en el mes indicado						
ND	(4) Petroleum West Texas Intermediate, US\$/bl. Precio promedio del mes						
	(5) Es promedio del año						

Fuente: Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento

Como se observa en la tabla N° 1 el promedio de crecimiento en los últimos 6 meses del PBI del sector construcción es de 4.98%.

También la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) en su Informe Económico de la Construcción refiere que: El PBI sectorial creció 5.77% en 12 meses. También hubo un aumento en el nivel de operaciones de las constructoras. El PBI del sector construcción creció 5.6% entre enero y noviembre del 2018, con respecto al 1.74% alcanzado en el mismo periodo del 2017. Del mismo modo, creció 5.77% en los últimos 12 meses (diciembre 2017-noviembre 2018). Luego de dos años de caídas en el sector, -2.03% en el 2015 y -2.27%

en el 2016, este crecimiento también se evidenció en el aumento del nivel de operaciones de las empresas del sector (+4.3%), según el gremio. Por otro lado, el sustento del crecimiento sectorial en el 2018 se basó en la inversión pública, la cual creció en 9.9%. “El segmento de vivienda también presentó un importante dinamismo el año pasado (6.9% en unidades). El segmento Mivivienda fue el más dinámico (28.9% en nuevos créditos), siendo la consolidación del Bono Verde el principal motor de este resultado” (Semana Económica, 2019)

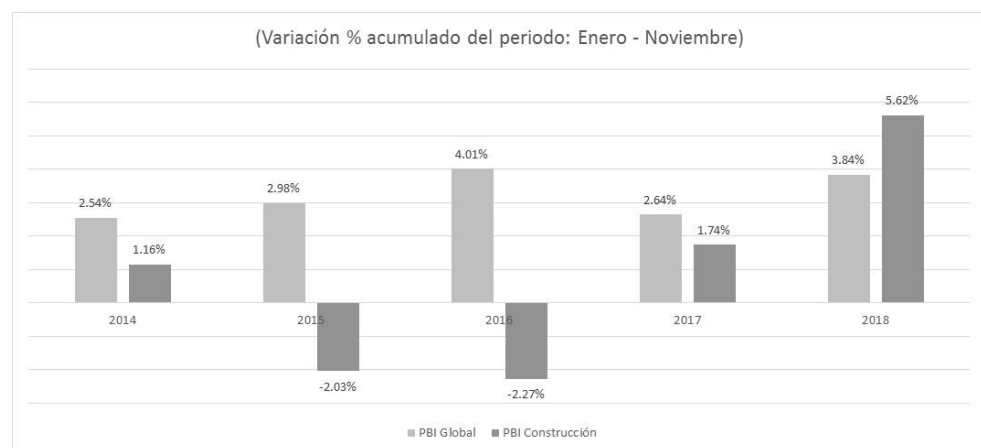


Figura 1. Variaciones según la Cámara Peruana de Construcción (Capeco)

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, también crecieron las expectativas de las empresas para el 2019 en torno a la construcción. Con una proyección de crecimiento de 5.1%, CAPECO indica que la cifra es menor a la previsión del BCR para el desempeño del PBI sectorial (6.9%).

“La encuesta a empresarios revela que la construcción de infraestructura será el segmento más dinámico en el 2019 (6.4%). En el segmento inmobiliario también habrá un importante crecimiento (5.4%), previéndose la consolidación de Mivivienda“, además sostienen que las obras públicas dejarán de ser el motor principal del sector construcción debido a una menor tasa de crecimiento de la inversión del Estado (2.8%).

2.1.2. Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción (PBI de Construcción: 2014 -2019)

El Sector Construcción registró un aumento de 0.76%, en julio del 2019, ante el aumento del consumo interno de cemento en 11.44%, y el decrecimiento del avance físico de obras en -26.18%.

El Índice Mensual de la Actividad en el Sector Construcción (PBI de Construcción), mide el dinamismo de sus actividades. El Sector Construcción, participa con el 5.6% del índice de la Producción Nacional. La información sobre la actividad constructora tiene una cobertura nacional y el cálculo se realiza mensualmente. La estimación oficial la publica el INEI con 45 días (mes y medio) de retraso.

Tabla 2

Panorama económico nacional y el sector construcción años 2014 al 2019

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
2019	4.58%	0.90%	-0.23%	5.77%	8.73%	13.63%	0.76%					
2018	7.84%	7.92%	0.03%	10.55%	9.92%	2.24%	5.03%	-0.09%	-2.90%	8.71%	13.54%	4.58%
2017	-5.26%	-6.89%	-3.81%	-8.00%	-3.91%	3.49%	3.80%	4.78%	8.94%	14.25%	5.33%	6.62%
2016	-2.67%	5.37%	3.45%	1.36%	5.55%	-3.78%	-7.53%	1.33%	-3.81%	-16.51%	-8.69%	-4.19%
2015	-2.98%	-9.88%	-7.75%	-8.57%	-13.56%	-3.15%	-6.69%	-8.12%	-4.87%	-1.26%	-6.57%	0.08%
2014	3.20%	9.78%	3.06%	-8.89%	4.75%	3.13%	-6.02%	-3.73%	6.93%	-3.18%	3.68%	4.98%

Fuente: INEI / Dirección Nacional de Indicadores Económicos

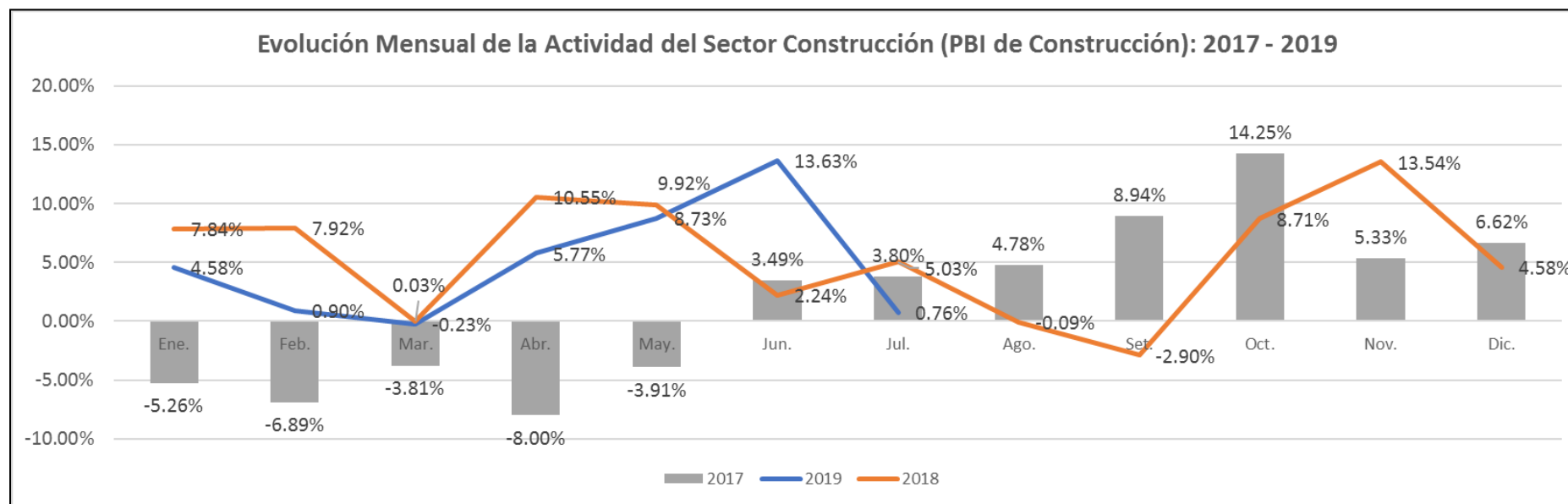


Figura 2. Evolución Mensual de la Actividad del Sector Construcción (PBI de Construcción): 2017–2019 Variación Porcentual (%)

Fuente: Fuente: INEI / Dirección Nacional de Indicadores Económicos

Tabla 3

Producto bruto interno y demanda interna (índice 2007=100) - Construcción

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
2016	149.8	161.1	168.8	172.8	169	165.6	171.9	178	178.2	173.3	186	268.1
2017	141.8	149.6	161.9	158.2	162.2	171	178.5	186.3	194.4	201.5	196.1	286.2
2018	152.7	159.2	161.9	173.9	177.6	174.5	187.3	187.3	190.8	219.9	218.9	300.5
2019	152.1	160.3	171.6	190	177.4	198.3	188.7	195.8				

Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - Gerencia Central de Estudios Económicos

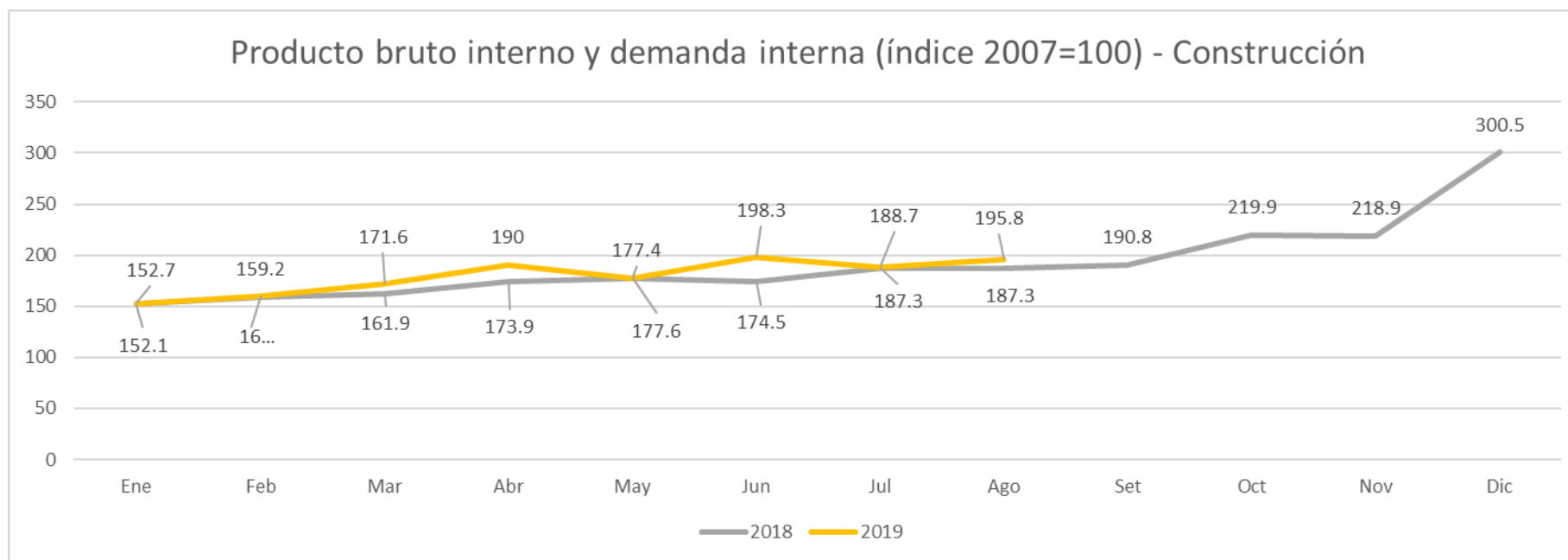


Figura 3. Producto bruto interno y demanda interna (índice 2007=100) - Construcción

Fuente: BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - Gerencia Central de Estudios Económicos

2.1.3. Cómo está repartido el mercado

Proporción de núcleos familiares propietarios y no propietarios de vivienda en el total de núcleos familiares, por niveles socio económicos (NSE) El total de núcleos familiares de la ciudad de Huancayo es de 78,992 de los cuales el 62.3% son propietarios de vivienda dentro de la ciudad, un 33.3% son núcleos familiares no propietarios y el 4.5% son núcleos familiares propietarios de vivienda fuera de la ciudad.

Tabla 4

Proporción de núcleos familiares propietarios y no propietarios de vivienda en el total de núcleos familiares, por NSE

	Total		NSE B		NSE C		NSE D	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	78 992	100.0	11004	100.0	31337	100.0	36651	100.0
Propietario dentro de la Ciudad	49 321	62.3	6 688	60.8	19050	60.8	23583	64.3
No Propietario	26 342	33.3	3 465	31.5	11239	35.9	11638	31.8
Propietario fuera de la Ciudad	3 329	4,5	851	7.7	1 048	3.3	1430	3.9

Fuente: Estudio de demanda de vivienda – Fondo Mi Vivienda (2018)

La demanda (cantidad) potencial y efectiva de viviendas por NSE existe en la ciudad de Huancayo una demanda potencial de 26 342 viviendas y una demanda efectiva de 4,400 viviendas. Por estratos socioeconómicos se observa una mayor demanda tanto potencial como efectiva entre los núcleos familiares no propietarios de vivienda en el estrato D.

Tabla 5*Demanda (cantidad) potencial y efectiva de viviendas por NSE*

	Núcleos Familiares	Núcleos Familiares No Propietarios (Demanda Potencial)	Demanda Efectiva
Total	78 992	26 342	4 400
NSE B	11 004	3 465	1 039
NSE C	31 337	11 239	1 499
NSE D	36 651	11 638	1 862

Fuente: Estudio de demanda de vivienda – Fondo Mi Vivienda (2018)

Con esta fuente del estudio de demanda de vivienda del Fondo Mi Vivienda podemos apreciar que existen 26 342 núcleos familias No Propietarios en el departamento de Junín específicamente en la Provincia de Huancayo el cual es mercado objetivo denominado Demanda Potencial.

2.2. Análisis del sector industrial

Utilizamos la teoría de las cinco fuerzas de Porter porque permite el análisis de las fuerzas competitivas de acuerdo con el nivel de competencia dentro de la industria y de este modo se podrá desarrollar una estrategia de negocio que muestre cuan atractiva es esta industria de la construcción y el modelo de negocio para crear oportunidades de inversión y rentabilidad.

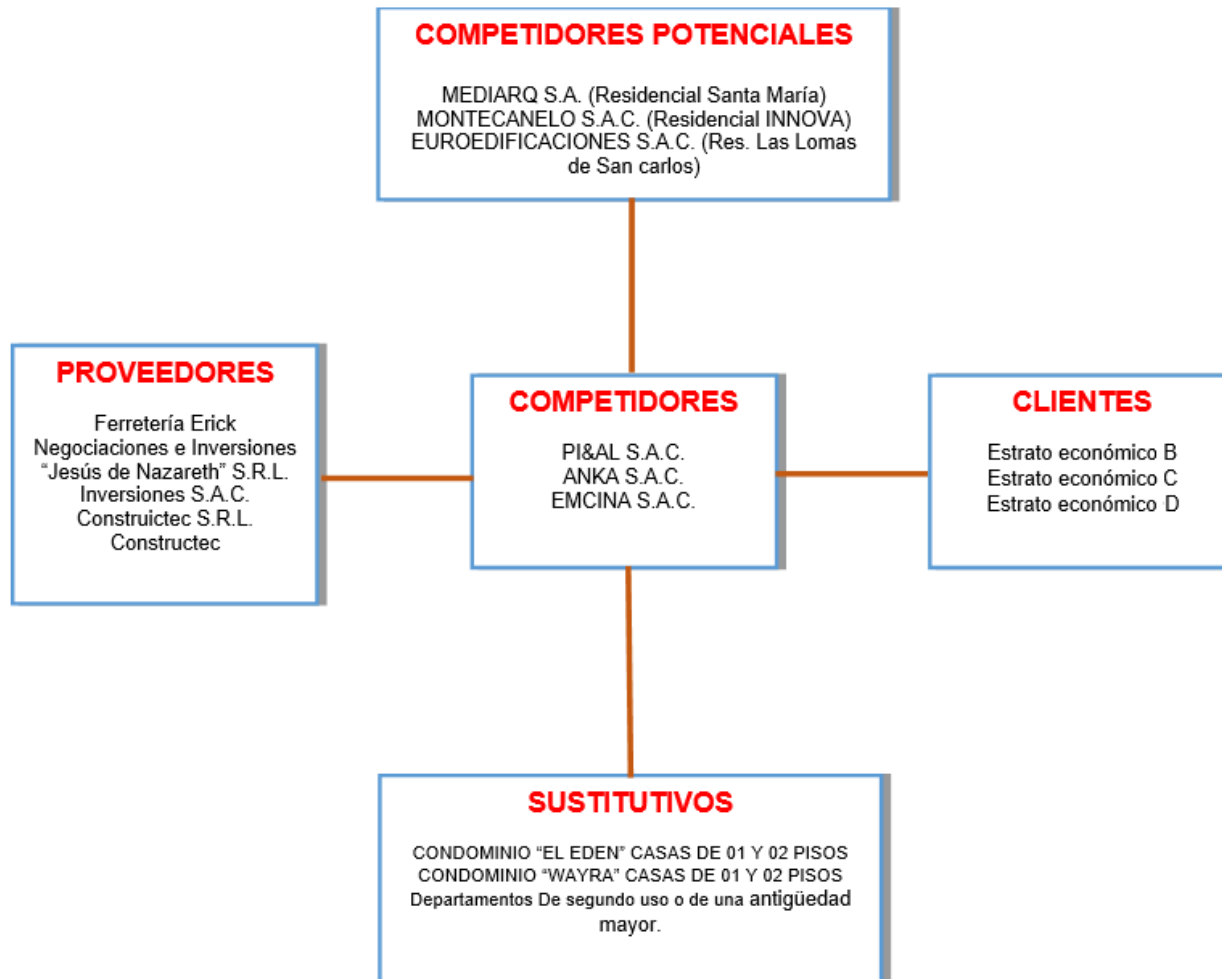


Figura 4. Las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter

Fuente: Elaboración propia

2.2.1. Análisis de la competencias

En el sector construcción se pueden distinguir cuatro tipos principales de empresas:

- **Contratistas generales:** Estas empresas se dedican a la construcción, reforma y reparación de edificios y estructuras de ingeniería civil tales como: viviendas, carreteras, aeropuertos, puertos y otros sistemas de acondicionamiento hídrico, sistemas de riego, redes de alcantarillado y otras. Estas empresas también se pueden dedicar a las actividades de preparación del terreno, tales como: demolición de edificios y otras estructuras, limpieza del terreno de construcción, a la perforación, nivelación, movimiento de tierras, excavación, drenaje y demás acciones de preparación de terreno y la venta de materiales procedentes de las estructuras demolidas. La ejecución de partes de obras puede encomendarse a subcontratistas o contratistas especializados.
- **Contratistas especializados:** Estas empresas sólo se dedican a la construcción de parte de los trabajos de construcción de un proyecto, abarca las actividades de instalación de plomería, calefacción y aire acondicionado, antenas, sistemas de alarma y otros relacionados con el acondicionamiento de edificios, la terminación de edificios: revestimiento de pisos y paredes, carpintería final, pintura y otros. Estas empresas también se pueden especializar en colocación de concreto, perforación de pozos, instalación de andamios, encofrados, etc.
- **Proyectistas y consultores:** En este grupo se encuentran las actividades de elaboración de proyectos completos de edificación y obras de ingeniería civil, proyectos de arquitectura y consultoría sobre temas especiales; también se pueden dedicar a la dirección y/o supervisión de obras de construcción.

- **Actividades industriales afines al sector:** En este grupo se pueden incluir a empresas dedicadas a la fabricación de cemento, concreto, elementos prefabricados, productos metálicos para uso estructural, etc. En la región, existe un gran número de empresas constructoras la mayoría de las cuales son pequeñas y medianas empresas.

Cemento Andino en la ciudad de Tarma

Concreto Premezclado JUNIN

Concreto Premezclado PISAC

Concreto Premezclado GOVIL

Concreto Premezclado PRUCIL

En la región existe un gran número de empresas constructoras la mayoría de las cuales son pequeñas y medianas empresas.

MEDIARQ S.A.

MONTECANELO S.A.C.

EUROEDIFICACIONES S.A.C.

PI&AL S.A.C.

ANKA S.A.C.

EMCINA S.A.C.

Todo lo expresando en el párrafo anterior eleva el nivel competitivo en la región centro, originando que las empresas reduzcan sus costos operativos y márgenes de ganancia, trabajando muchas veces con utilidad cero; con la finalidad de mantenerse en el mercado.

2.2.2. Análisis de los proveedores

En la región existe la suficiente disponibilidad y variedad de precios, marcas, calidad y cantidad de materiales para satisfacer a la demanda interna.

- Los precios de materiales entre los proveedores locales se encuentran prácticamente estandarizados, los cuales no tienen mucha variación con los precios de los proveedores nacionales.
- Dependiendo de la magnitud de la obra se elige a los proveedores, los cuales pueden ser locales para obras pequeñas y nacionales para obras de mayor envergadura, las obras de mayor envergadura requieren de mayor cantidad de insumos, con lo cual el ahorro por la magnitud de la compra compensa el flete de traer el material desde la fábrica hacia la región.
- Dado lo esporádico de las relaciones con proveedores nacionales las condiciones de pago son diferentes que, con los locales, dicha diferencia radica en que el pago se realiza contra entrega.
- Existe una relación estrecha entre el constructor y el proveedor, que los beneficia mutuamente, ya que el constructor consigue facilidades de pago en la adquisición de materiales y el proveedor garantiza una mayor rotación de su stock.

Ferretería Erick

Negociaciones e Inversiones “Jesús de Nazareth” S.R.L.

Inversiones S.A.C.

Constructec S.R.L.

SODIMAC

PROMART

MAESTRO

2.2.3. Análisis de los clientes

Las personas naturales su capacidad económica constituye el factor de decisión para optar entre una empresa constructora, ingenieros particulares o maestros de obra al momento de realizar una construcción o una compra de una vivienda.

Con clientes privados los contratos son más flexibles y los requerimientos iniciales también y con ello el tiempo planeado para la obra, las penalidades son relativas, orientadas al cumplimiento de la obra por parte del contratista y el pago de esta por el cliente. Este caso es en que la oferta de venta sea en plano o en ejecución del proyecto.

Pero el poder de negociación en el sector construcción se presenta dependiendo de la clasificación de los clientes. Los clientes del sector público (entidades gubernamentales y locales) tienen poder de negociación frente a las empresas constructoras ya que a través de las licitaciones públicas determinan precios (precio base de la obra), así como requisitos y tiempos límites. Los clientes del sector privado no gozan de poder de negociación frente a las constructoras, dado que el valor de las obras se determina por medio de un presupuesto dependiendo la calidad de los materiales, dichos precios son determinados por la empresa constructora.

Para identificar los clientes de los niveles socio económicos existe una herramienta y muy usada para segmentar a un público objetivo, los niveles socio económicos (NSE) no miden los ingresos, dicho de otra manera, para determinar el NSE al que pertenecen las personas no incluye sus ingresos.

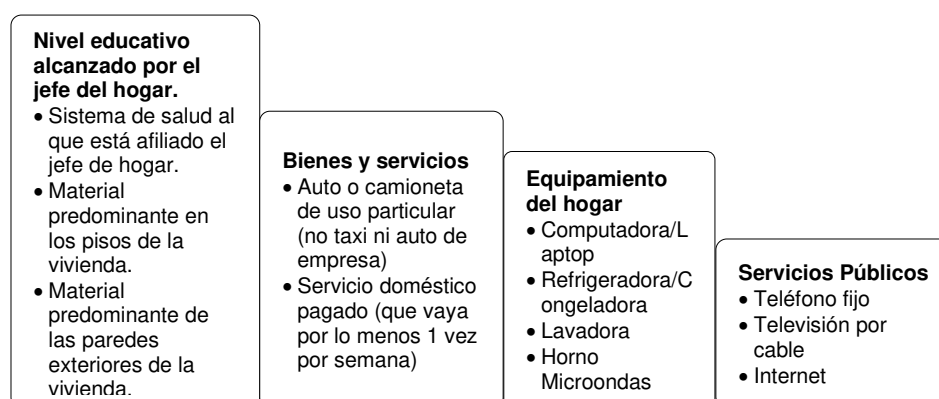


Figura 5. Las variables para la construcción de los Niveles Socioeconómicos

Fuente: Elaboración propia

La Asociación Peruana de Marketing (APEIM) calcula la distribución de Niveles Socio económicos en base a la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) que realiza el INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) para elaborar los indicadores de pobreza.

Es decir, se aplica un cuestionario con diversas preguntas sobre bienes y posesiones con los que cuentan las personas de la población y en cada pregunta se le otorga un puntaje por los bienes que posee, si no tiene el bien entonces el puntaje será de cero. Luego de esto, se suma el puntaje total obtenido en la encuesta y según este se determina un NSE.

Las mediciones son las más simples, lo que mide es: acceso a servicios, condiciones de la vivienda, bienes y posesiones del hogar, grado de instrucción y acceso a servicios de salud. Y como mencioné, ninguna pregunta menciona los ingresos personales ni familiares.

Se hace uso de la famosa pirámide de los NSE (aunque ahora es llamada rombo) donde hace el cálculo la Asociación Peruana de Marketing (APEIM) en base a una fórmula.

Para que quede más claro vamos a poder un ejemplo bastante simple (no es real, solo es para entender la idea); supongamos que se miden 3 bienes y que por tener cada uno se gana un puntaje de 3 puntos. Los bienes serán auto, microondas y acceso a desagüe; si no tuviese ningún bien el puntaje será cero, si solo tuviese acceso a desagüe el puntaje sería 3 y si tuviese todos sería 9. Ahora, siguiendo con el mismo ejemplo: si el puntaje fuese entre cero y 3 clasificaría en un NSE E, si el puntaje fuese entre 6 y 9 clasificaría en el NSE A.

2.2.4. Distribución de Hogares según NSE 2018 - Perú Urbano

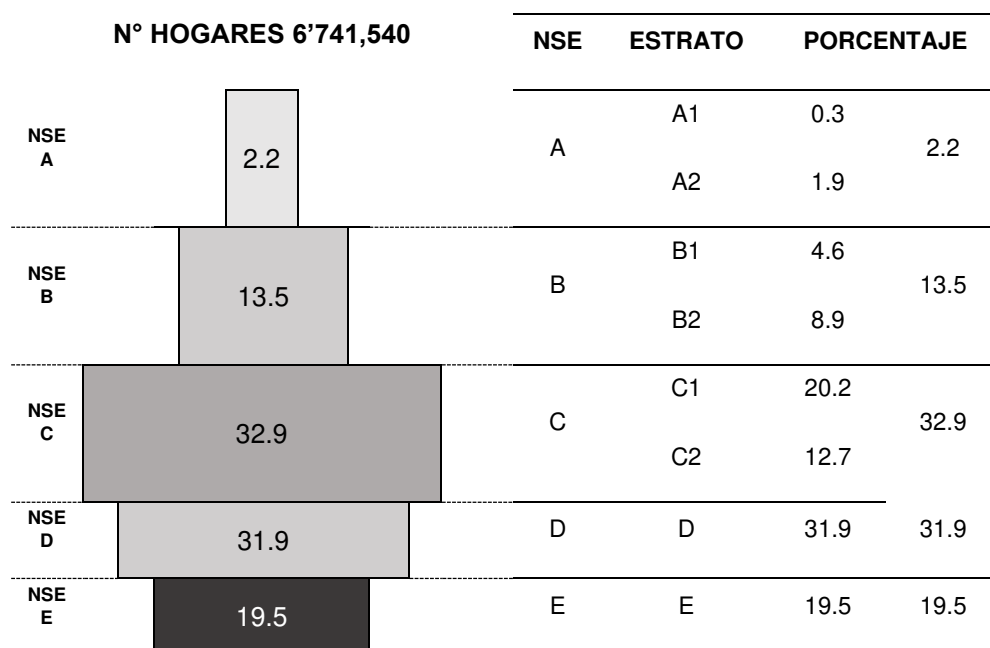


Figura 6. Distribución de Hogares según NSE – 2018 Perú Urbano.

Fuente: APEIM 2018: Data ENAHO 2017 * Estimaciones APEIM según ENAHO 2017

2.2.5. Distribución de Hogares según NSE 2018 por departamentos

Tabla 6

Distribución de hogares según NSE 2018 Departamento (Urbano + Rural)

	Hogares Nivel Socioeconómico – Urbano+Rural (%)						Muestra	Error(%)
	Total	AB	C	D	E			
Ayacucho	100%	2.2	6.7	19.1	72.0	1,152	2.9	
Huancavelica	100%	0.3	3.3	10.1	86.3	1,031	3.1	
Huánuco	100%	3.0	11.3	18.1	67.6	1,263	2.8	
Junín	100%	3.3	14.9	27.4	54.4	1,537	2.5	
Ica	100%	9.5	38.3	41.7	10.5	1,553	2.5	

Fuente: APEIM 2018: Data ENAHO 2017-Estimaciones APEIM según ENAHO 2017

2.2.6. Distribución de personas según NSE 2018 por departamentos

Tabla 7

Distribución de personas según NSE 2018 Departamento (Urbano + Rural)

	Personas - Nivel Socioeconómico – Urbano+Rural (%)				
	Total	AB	C	D	E
...					
Ayacucho	100%	2.2	7.5	20.6	69.7
Huancavelica	100%	0.3	3.8	10.8	85.1
Huánuco	100%	3.3	10.4	18.1	68.2
Junín	100%	3.8	16.0	28.7	51.5
Ica	100%	10.0	41.4	41.0	7.6

Fuente: APEIM 2018: Data ENAHO 2017-Estimaciones APEIM según ENAHO 2017

La demanda potencial en la ciudad de Huancayo es de 26 342 núcleos familiares no propietarios; mientras que la demanda efectiva es de 4 400 núcleos familiares no propietarios y con la demostración de los NSE del 2018 definimos los núcleos familiares de demanda efectiva son B, C y D

Los núcleos familiares que componen la demanda efectiva mayormente habitan en una vivienda cualitativamente adecuada, es decir disponen de materialidad apropiada según los “estándares mínimos establecidos para la protección de la vida familiar” (materialidad de muros, techo y piso y estado de conservación de las edificaciones) así como en viviendas que cuentan con servicios básicos (agua potable, alcantarillado, electricidad). Los núcleos familiares de la Demanda Efectiva, que comprarían o construirían una vivienda con las siguientes características:

Respecto al conocimiento de la existencia del Fondo Mivivienda, más de la mitad de los núcleos familiares lo conoce y la minoría considera importante el rol que cumple.

Tabla 8*Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter*

Fuerza / Amenaza	Valoración	Sustento
Rivalidad interna	2	Los 03 rivales no son competencia en cuanto al precio No inician su preventa con un departamento modelo No cuentan con un equipo preparado de ventas (salvo EMCINA SAC) Tenemos 09 años de experiencia En inicio de obra, algunos son contemporáneos
Empresas entrantes	4	Han ganado en cantidad de pisos en altura de edificación Están siguiendo la tendencia de las promociones y descuentos Se acercan en el precio, incluso están por debajo Están en franca competencia, con equipos preparados Se han modernizado en cuanto a la presentación del producto
Productos sustitutos	1	Se encuentran en la periferia de la ciudad La cantidad departamentos de segunda, la oferta es mínima
Proveedores con poder	3	En turbulencia cambiaria, condiciona la venta (crédito cero) En escasez de productos, especulan con el precio
Clientes con poder	1	Productos de alta rotación, te venden con otros productos, que puedes conseguir mejores precios Los clientes de la actividad minera proponen precios con buena rebaja, para efectuar la compra al contado.

Fuente: Elaboración propia

2.3. Matriz del perfil competitivo

Tabla 9

Matriz del perfil competitivo

Factor	Residencial Libertad			PIAL		ANKA SAC	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Ubicación	20%	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Acabados	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Costo del terreno	20%	4	0.8	2	0.4	2	0.4
Precio	20%	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Diseño Funcional	20%	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Método de venta Departamento Piloto	10%	4	0.4	3	0.3	3	0.6
	100%		3.6		3		2.8

Calificación	1	Debilidad Mayor
	2	Debilidad Menor
	3	Fortaleza Menor
	4	Fortaleza Mayor

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10*Cuadro de Benchmarking*

Variables	Categorías	residencial libertad	PIAL	ANKA SAC
	Unidades Inmobiliarias	102	72	80
	Tamaño de Departamento	43 m ² , 61 m ² , 65 m ² , 73 m ² , 92 m ² , 95 m ² , 98 m ² , 123 m ²	75 m ² , 83 m ² , 87 m ² , 92 m ²	77 m ² , 84 m ²
	Modelos	1, 2 y 3 dormitorios	2 y 3 Dormitorios	3 dormitorios
Producto	Acabados	Porcelanato - Cerámico - Pintura Látex, puertas de madera, muebles bajos, Cocina 4 hornillas, campana extractora.	Porcelanato-Cerámico-Pintura Látex-Puertas de Madera	Porcelanato-Cerámico-Pintura Látex-Puertas de Madera
	Tecnología	Estructura sismo resistente, Elevadores Marca Orona procedencia española	Estructura sismo resistente, Elevadores Marca Orona procedencia española	Estructura sismo resistente, Elevadores ensamblaje nacional
	Comercio Interno	Tiendas en la primera planta (3)	No Tiene	No Tiene
	Áreas Comunes	Cisterna de reserva de agua 100 m ³	Cisterna de reserva de agua 45 m ³	Cisterna de reserva de agua 60 m ³
Precio	m ² de Área vendible	1833.72	2185	1846
	Entidades de Financiamiento	CMAC HUANCAYO	CMAC HUANCAYO	CMAC HUANCAYO
	TEA	10%	10%	10%
Distribución	Punto de venta	Oficina principal centro comercial Mubarak Oficina de Obra, 2 puntos itinerantes	Oficina principal Jr. Ica 290	Oficina principal centro comercial Mega centro, oficina de obra
Comunicación	Medios de difusión	Página Web, redes sociales, banner en CMAC Huancayo y punto de venta, prensa escrita, publicidad en revistas, paneles exteriores y recorrido virtual en 3D.	Prensa escrita, Banner en punto de venta	Prensa escrita, Banner en punto de venta

Fuente: Elaboración propia

Se analizaron dos proyectos en la zona de influencia, considerados competidores directos por asemejarse en precio por metro cuadrado y ubicación. Las dos son de empresas diferentes: uno terminado con acabados y uno en planos. Ambos aceptan financiamiento bancario.

La tipología más común son los departamentos de 3 dormitorios, seguidos por dos y un dormitorio.

Es importante resaltar que si bien todos tienen un alto ratio natural de departamentos de tres dormitorios (como ANKA SAC al 100%), las otras dos que aparentan tener ratios medios entre dos y un dormitorio. En estos últimos casos lo que suele suceder es que los departamentos de uno y dos dormitorios suelen ser múltiples para abaratar costos, baja la densidad poblacional de la obra para cumplir con los límites municipales, estos dormitorios son de tamaño tan pequeño que podrían ser rechazados en anteproyecto, y/o el tener menos dormitorios les bajan los requerimientos a las inmobiliarias para el número de estacionamientos que deben construir.

En el proyecto de la Residencial Libertad, los acabados con muebles incluidos en la cocina, los acabados en las otras constructoras son estándares del segmento, en general los tipos de acabados son muy parecidos entre sí, con paredes pintadas, con porcelanatos y cerámicos en pisos de baño y cocina.

Capítulo III

Estudio de Mercado

3.1. Selección del segmento de mercado

Para realizar una aproximación más exacta en la estimación del mercado objetivo, y una proyección más acertada de los ingresos del proyecto, hemos combinado el uso de fuentes primarias (nuestras propias encuestas) y fuentes secundarias de información (Fondo Mivivienda, 2018)

Para la elaboración de nuestro estudio “Residencial Libertad” consideramos la importancia en el estudio de mercado la segmentación por lo que buscamos agrupar a los potenciales compradores en base a diferentes datos como son edad, sexo, nivel de ingreso, educación o lugar de residencia y otros.

Según la fuente elaborada por el Instituto Cuanto por encargo de fondo mi vivienda al año 2018 se cuenta con los siguientes datos:

- ✓ Que los **núcleos familiares no propietarios de vivienda de la ciudad de Huancayo** del nivel socioeconómico B, C y D son una población donde la edad promedio de los jefes de los núcleos familiares no propietarios de vivienda de la ciudad de Huancayo es de 41 años y la de los (las) cónyuges es de 37 años. Con relación al género de los jefes de los núcleos familiares, el 65.0% son varones y un 35.0% mujeres, con relación al género de los (las) cónyuges el 90.8% son mujeres y el 9.2% varones.
- ✓ **El número promedio de integrantes del núcleo familiar** es de 3.4, es la cantidad promedio que conforman los integrantes del núcleo familiar, esta información nos es útil para poder definir el tamaño y modelo de los departamentos a ofrecer.
- ✓ En cuanto a la **distribución entre trabajadores dependientes e independientes**, el 53.3% de los jefes de los núcleos familiares trabajan como independientes, esta proporción aumenta entre los estratos más bajos C y D (55.2% y 55.9% respectivamente). La proporción de los jefes de los núcleos familiares que trabajan en forma dependiente es de 46.7%, proporción que aumenta significativamente

en el estrato B (62.1%), con esta información se puede determinar que la mayor cantidad de los pobladores de la provincia de Huancayo son Independientes, quienes son los que tienen mayores facilidades de créditos con la CMAC Huancayo con quienes se trabajará nuestro proyecto.

- ✓ **El Ingreso conyugal neto:** En referencia al ingreso promedio conyugal mensual neto de los núcleos familiares es de S/. 1,714.4, promedio que se incrementa en S/. 2,052.8 en los núcleos familiares del estrato B y disminuye en el estrato D en S/. 1,612.0.
- ✓ La mayoría de los núcleos familiares tienen intenciones de adquirir o construir una vivienda, el 89.1% de ellos así lo desean, esta proporción es ligeramente mayor en el estrato B (90.0%) y casi igual en los estratos C (88.7%) y D (89.3%). Los núcleos familiares que cuentan con intención de compra o construcción de una vivienda, en su mayoría construirán (67.8%) y el 32.2% comprarían. Estos datos comparados con nuestras encuestas realizadas son similares, nosotros obtuvimos que el 48.57% desea adquirir un departamento o condominio y que son del nivel socioeconómico B, C y D
- ✓ Las principales características que tendría la vivienda que comprarían o construirían se muestran en la figura siguiente:

Tabla 11*Características de la vivienda que comprarían o construirían*

	Total	NSE B	NSE C	NSE D
Tipo de Vivienda	%	%	%	%
Casa	91.2	94.6	89.1	92.1
Departamento	8.8	5.4	10.9	7.9
Área de terreno de la vivienda				
Promedio m2	124.1	120.3	119.2	130.0
Área construida de la vivienda				
Promedio m2	96.7	105.2	92.6	98.1
N° de pisos				
Promedio de pisos	2.1	2.0	2.0	2.2
N° Baños que quisiera que tenga la vivienda				
Promedios de Baños	2.2	2.3	2.1	2.2
N° Dormitorios quisiera que tenga la vivienda				
Promedio de Dormitorios	3.9	3.8	3.8	4.1
N° de Ambientes que tendría la vivienda incluyendo dormitorios, sala y comedor				
Promedio de Ambientes	6.0	5.8	5.7	6.4
Material predominante en las paredes de su vivienda	%	%	%	%
Ladrillo o bloque de cemento	96.5	100.0	98.6	93.5
Piedra a sillar con cal o cemento				1.0
Adobe				
Inversión promedio (S/.)	69,848.2	65,813.3	74,248.1	66,719.7
Cuota mensual promedio (S/.)	662.5	693.0	669.1	647.1
Tiempo promedio de pago (años)	7.2	7.3	7.6	6.8
Forma de Pago	%	%	%	%
Crédito financiero	89.1	81.7	89.1	91.4
Contado	10.7	17.2	10.9	8.6

Fuente (Fondo mi Vivienda, 2018)

Con esta información se podría determinar algunas características para los proyectos a realizar en la ciudad de Huancayo.

- ✓ En esta tabla se puede observar que el 84.3% de los núcleos familiares que estarían dispuestos a comprar una vivienda, este porcentaje es ligeramente mayor en el estrato D., lo cual según nuestras encuestas realizadas el 48% estaría dispuesto a comprar un departamento entre 1 a 2 años.

Tabla 12*Características de la compra o construcción*

	Total	NSE B	NSE C	NSE D
Características de Compra				
Tiempo que piensa comprar su vivienda	%	%	%	%
Entre 6 meses y un año	4.4	3.0	2.1	7.3
Entre un año y dos años	40.1	48.5	34.0	43.9
Mas de dos años:	44.7	21.2	55.3	41.5
Lugar que compraría su vivienda	%	%	%	%
Departamento				
Junín	97.1	100.0	97.9	95.1
Otro departamento (presentan) menos del 5,0%				
Provincia				
Huancayo	96.1	100.0	95.7	95.1
Otras provincias (presentan) menos del 5,0 %				
Distrito				
Huancayo	39.9	21.2	51.1	34.1
Chilca	8.7	6.1	4.3	14.6
El Tambo	60.4	87.9	55.3	56.1
Otros distritos (presentan) menos del 5,0%				
Características de Construcción				
Donde construiría	%	%	%	%
En la vivienda que habita	11.7	8.3	8.8	15.3
En mi terreno	20.4	18.3	19.8	21.4
Otro Lugar	14.6	13.3	15.4	14.3
Parte de la vivienda que habita donde construiría	%	%	%	%
En los aires	50.4	80.0	75.0	33.3
En un área que no está construida	49.6	20.0	25.0	66.7
Ha hecho gestiones municipales para independizar alguna sección de esta vivienda	%	%	%	%
Sí	15.5	40.0	12.5	13.3
No	84.5	60.0	87.5	86.7
Tiempo que piensa construir su vivienda	%	%	%	%
Menos de 6 meses	4.3	5.0	3.3	5.1
Entre 6 meses y un año	8.9	11.7	6.6	10.2
Entre un año y dos años	42.9	35.0	38.5	49.0
Mas de dos años. ¿En cuánto tiempo?	43.9	48.3	51.6	35.7

Fuente (Fondo mi Vivienda, 2018)

3.1.1. Definición de la población**A. Perfil del Público Objetivo:**

- Departamento: Junín
- Provincia: Huancayo
- Sexo: Femenino y masculino

B. Determinación de la población objetivo

Proyecto: Residencial LIBERTAD

Tabla 13*Determinación del mercado objetivo*

Población de Referencia	Mercado Potencial	Mercado Disponible	Mercado Efectivo	Mercado Objetivo
Población que viven en una vivienda alquilada (Fuente; Fondo MiVivienda 2018)	Según la encuesta realizada nuestro mercado potencial se encuentra en el rango de edad de 18 a 45 años y de estos los que tienen ingresos de S/ 2,127 a S/ 6,601	Del Mercado potencial los que tienen la necesidad de comprar un departamento o condominio (39.73%)	Se obtiene del Mercado Disponible de las personas que piensan comprar un departamento o condominio en un plazo menor a 2 años	Se ofrecerá 102 departamentos
26 342	11,584	4,602	2209	110

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Investigación cuantitativa**3.2.1. Universo**

Se ha tomado en cuenta la población de hombres y mujeres del casco urbano de Huancayo entre las edades de 18 a 45 años, considerando que este rango es económicamente activo.

Población

Considerando la información del ministerio de vivienda se puede deducir que la población universo con la que se va a realizar la investigación es de 11 564 habitantes entre hombres y mujeres.

3.2.2. Muestra

Para determinar la muestra que se tomará para realizar la investigación aplicamos la siguiente formula.

$$n = \frac{N * z^2 * q * p}{(N - 1)e^2 + z^2 * q * p}$$

N= 50.329 (Hombres entre 19 y 64 años de la ciudad de Huancayo)

n=?

p= 0,5 (Probabilidad de éxito 50%)

$q = 0,5$ (Probabilidad de fracaso 50%)

$z = 1,65$ (Confiabilidad 90%)

$e = 0,05$ (Error relativa al muestreo 4%)

Para poder determinar con mayor objetividad el mercado objetivo de la empresa se realizó una encuesta dirigida a personas que no contaban con una vivienda propia.

El trabajo de campo se realizó entre el 14 de mayo al 6 de junio, sobre un total de 180 personas correspondientes a la muestra con un nivel de confianza de 90% y un error muestral de 5%.

La encuesta utilizada se presenta en el Anexo 1 “Instrumentos de investigación”.

3.3. Resultados de la encuesta

- ✓ Nuestras encuestas se basaron el 100% a las personas que no contaban con una vivienda propia, esta fue la pregunta de descarte para continuar con esta. En la aplicación de la encuesta fueron abordados más de 300 personas, solo encuestando a los que cumplían el requisito.
- ✓ La primera pregunta fue si ¿vive actualmente en una vivienda alquilada o familiar? Y los resultados obtenidos fueron que el 59% viven una vivienda familiar.

Tabla 14

Lugar donde vive

	¿Actualmente vive en?	
Vivienda alquilada	73	41%
Vivienda familiar	107	59%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

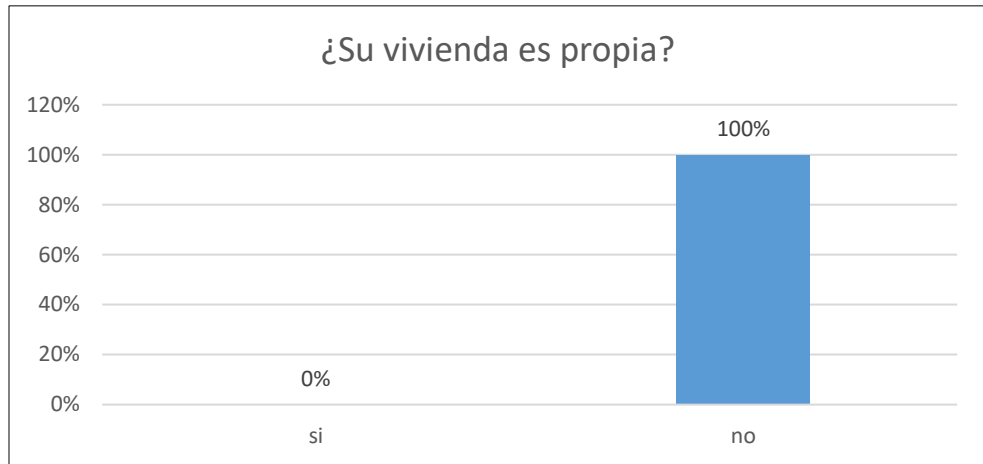


Gráfico 1. Lugar donde vive

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ La conformación familiar de 1 a 3 personas es el 39% y el 61% son de 4 a 6 personas.

Tabla 15

Cuántas personas viven en su hogar

¿Cuántas personas viven en su hogar?		
De 1 a 3	70	39%
De 4 a 6	110	61%
De 7 a 9	0	0
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

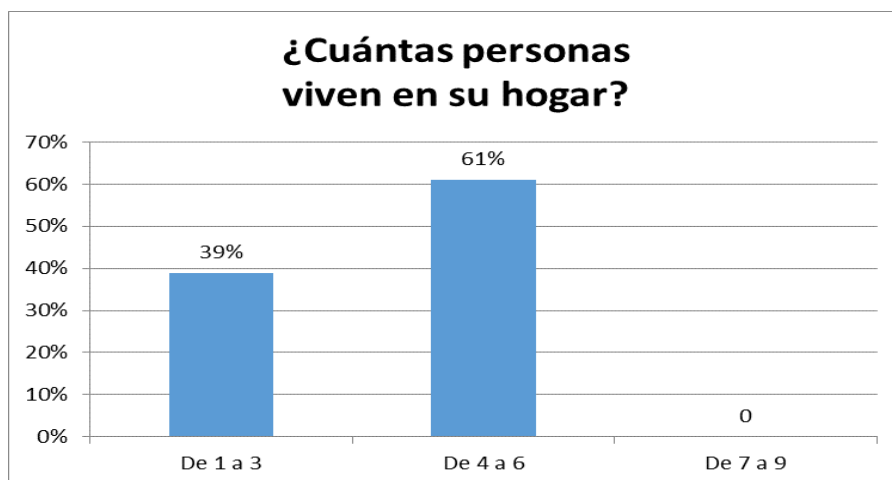


Gráfico 2. Cuántas personas viven en su hogar

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ El Núcleo familiar está compuesto por 1 persona el 16%, de dos personas el 19%, de 3 personas el 24%, de 4 personas el 22%, de 5 personas el 12% y de 6 personas el 7%.

Tabla 16

Cuántas personas conforman el núcleo familiar

Núcleo Familiar		
1	28	16%
2	34	19%
3	44	24%
4	40	22%
5	22	12%
6	12	7%
	180	100%

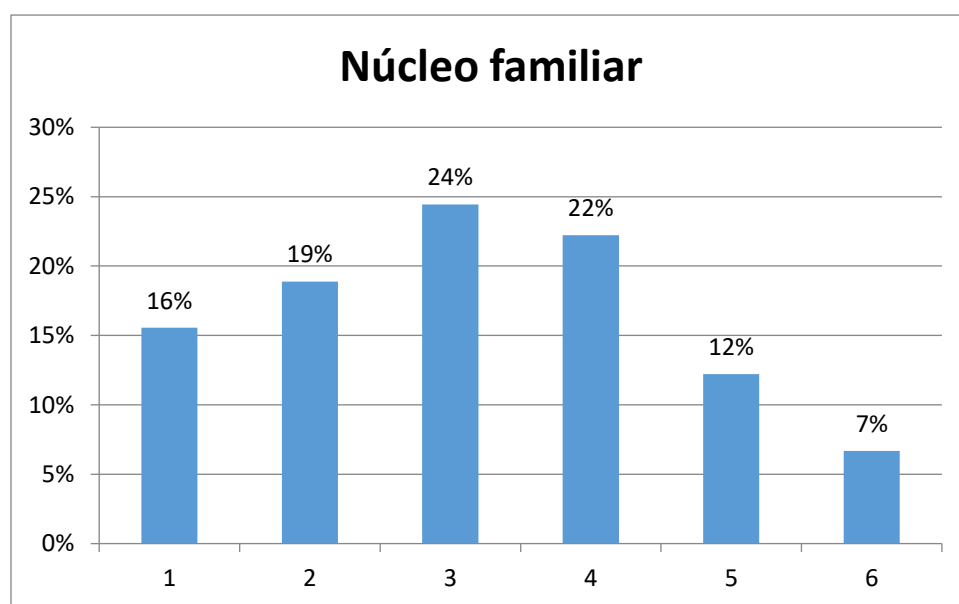


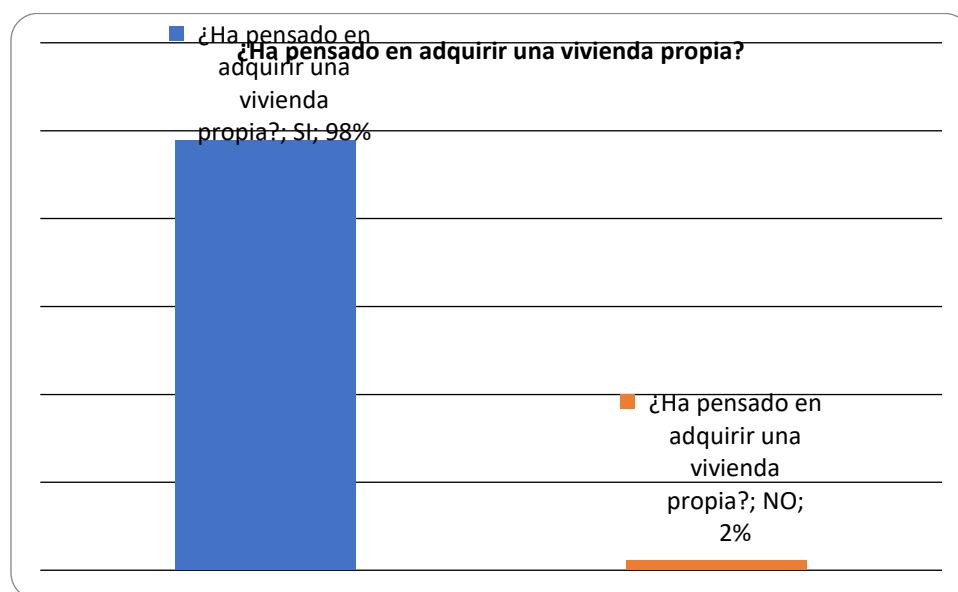
Gráfico 3. Cuántas personas conforman el núcleo familiar

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Del total de la muestra el 98% está interesado en comprar una vivienda propia y el 2% no, de este 98% el 61% tiene la intención de comprar una casa, el 38% de comprar un departamento y el 1% que desea vivir en un condominio.

Tabla 17*Personas que desean adquirir una vivienda*

¿Ha pensado en adquirir una vivienda propia?		
SI	176	98%
NO	4	2%
	180	100%

**Gráfico 4.** Personas que desean adquirir una vivienda

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Del total de personas que desean adquirir una vivienda propia el 61% desea una casa propia, el 38% un departamento y el 1% un condominio.

Tabla 18*Tipo de vivienda que desean adquirir*

¿Qué tipo de vivienda?		
Casa	108	61%
Departamento	67	38%
Condominio	1	1%
	176	100%

Fuente: Elaboración Propia

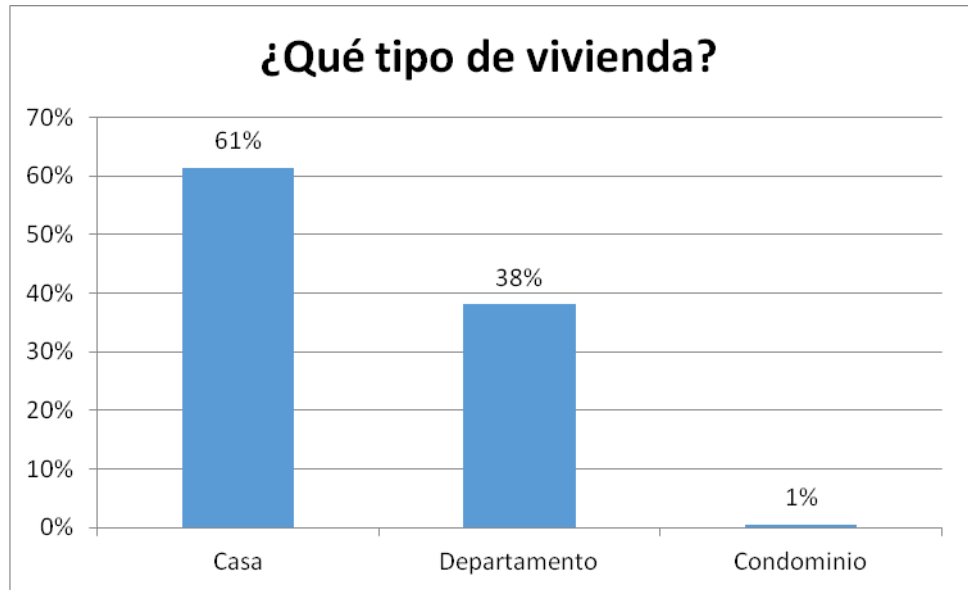


Gráfico 5. Tipo de vivienda que desean adquirir

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ La intención de compra de una vivienda en el tiempo es del 32% en 1 año, el 16% en 2 años, en 3 años el 16%, en 4 años el 2 y más de 4 años el 21%; no saben el 14%.

Tabla 19

En qué tiempo desea adquirir una vivienda

Años	¿Para cuándo tiene proyectado adquirir una vivienda?	
1	57	32%
2	29	16%
3	28	16%
4	4	2%
más de 4	37	21%
no saben	25	14%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

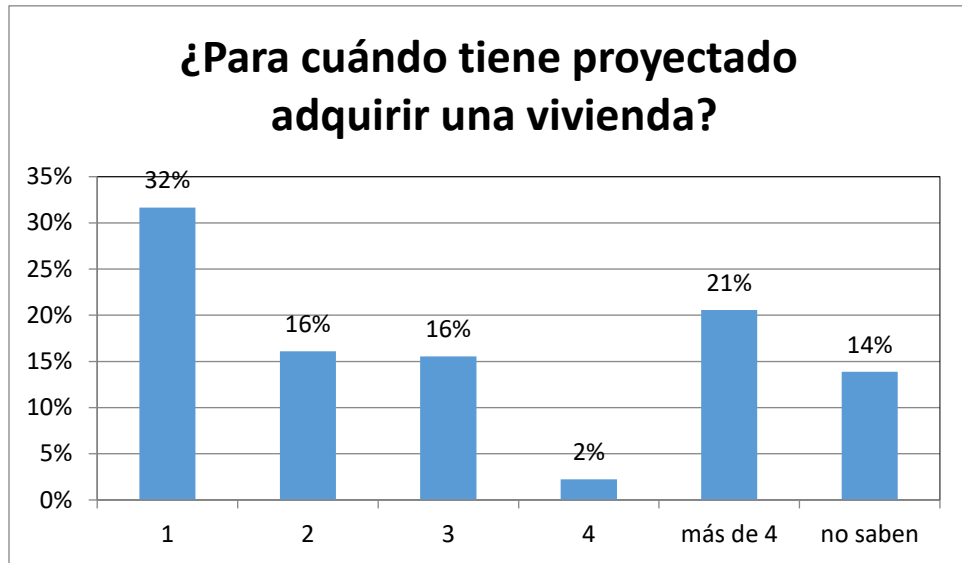


Gráfico 6. En qué tiempo desea adquirir una vivienda

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Se pudo verificar que actualmente el 91% cuenta con un trabajo, el 8% no tiene ingresos y el 1% no responde.

Tabla 20

¿Trabaja actualmente?

	¿Trabaja actualmente?	
SI	163	91%
NO	15	8%
sin respuesta	2	1%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

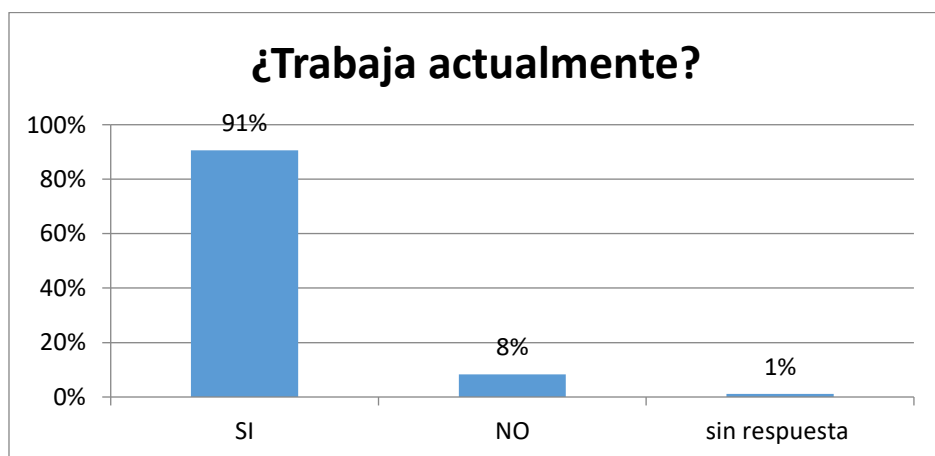


Gráfico 7. ¿Trabaja actualmente?

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ La condición laboral se distribuye como dependiente el 44%, independiente renta de 4ta categoría el 23%, independiente con negocio el 22%, no labora el 10%, otros 1%.

Tabla 21

Condición laboral

¿Cuál es su condición laboral?		
Dependiente	79	44%
Independiente con RXH	42	23%
Independiente con Negocio	39	22%
No trabaja	18	10%
Otros	2	1%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

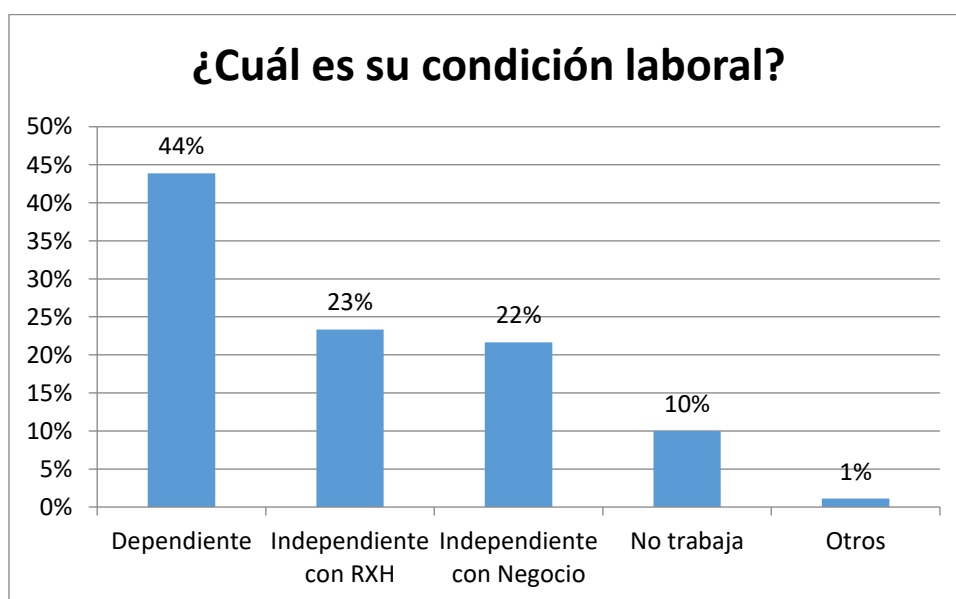


Gráfico 8. Condición laboral

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ La condición del cónyuge tiene ingresos como dependientes el 17%, independiente con recibo por honorarios, independiente con negocio el 14%, no trabaja el 10%, no tiene cónyuge el 48%

Tabla 22

Condición laboral de la pareja

¿Cuál es la condición laboral de su pareja?		
Dependiente	31	17%
Independiente con RXH	19	11%
Independiente con Negocio	25	14%
No trabaja	18	10%
No tiene	87	48%
Otros	0	0%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

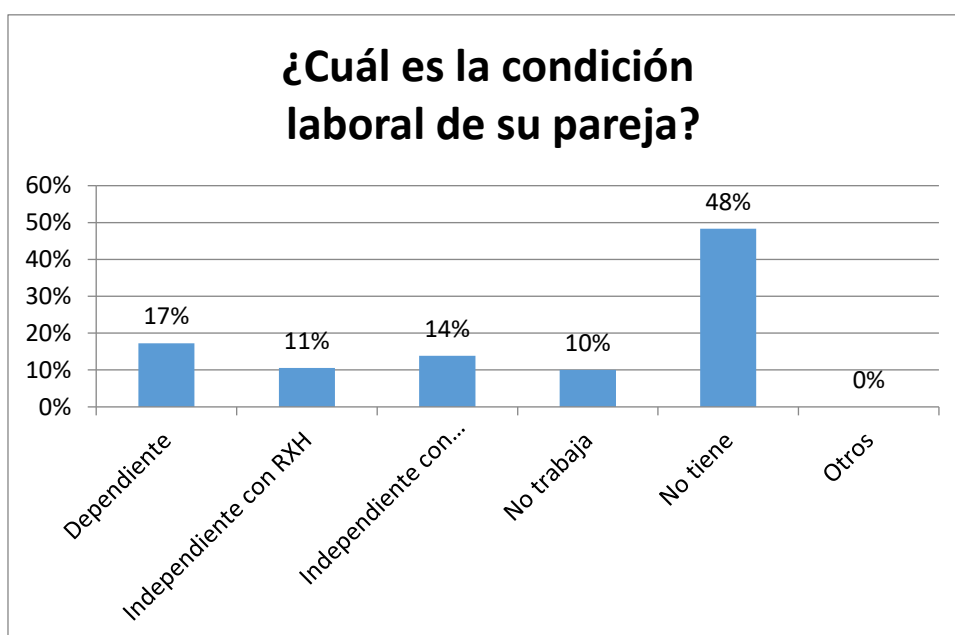


Gráfico 9. Condición laboral de la pareja

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Por los ingresos familiares se determinó que el 56% tiene ingresos menores a s/2127.00 nuevos soles, el 25% tiene ingresos entre s/2127.00 y s/3045.00, el 9% de s/3046.00 a s/3728.00. el 4% de s/3729.00 a s/4000.00 y el 6% de s/4001 a s/6601.

Tabla 23

Ingresos del núcleo familiar

		¿Cuáles son los ingresos netos en su núcleo familiar?	
NSE E	< a S/ 2127	101	56%
NSE D	S/ 2127 a S/ 3045	45	25%
NSE C1	S/ 3046 a S/ 3728	17	9%
NSE C2	S/ 3729 a S/6601	17	9%
NSE AB	> a S/ 6601	0	0%
	No tiene	0	0%
		180	100%

Fuente: Elaboración Propia

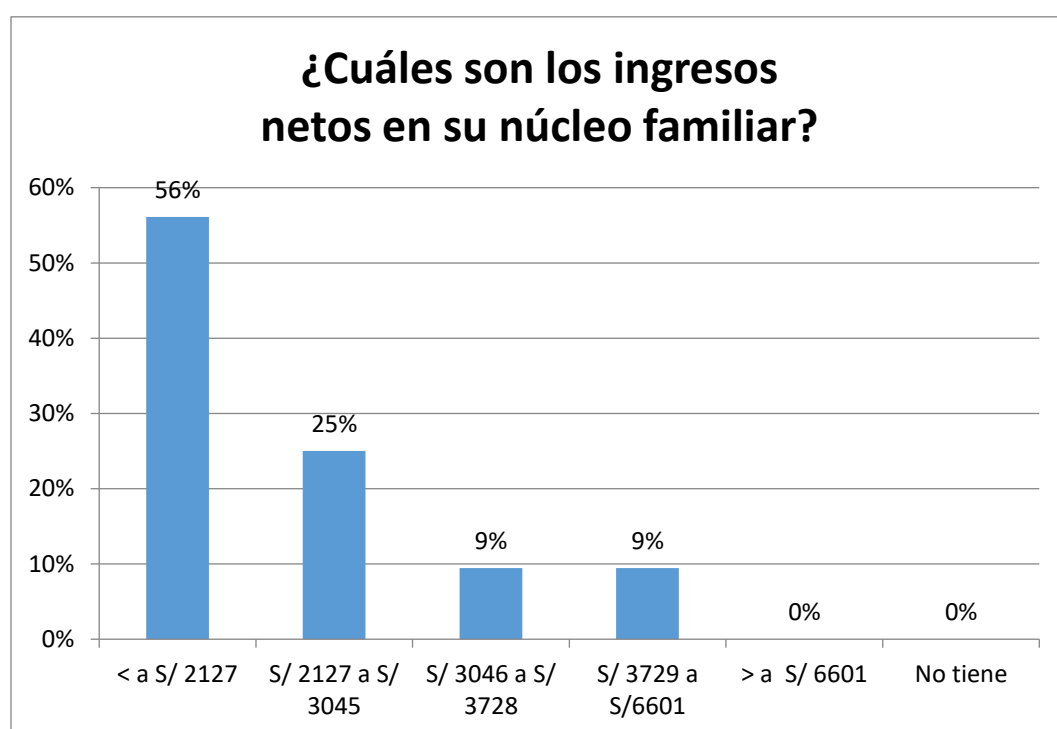


Gráfico 10. Ingresos del núcleo familiar

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ El 64% de la muestra buscaría información respecto a un departamento en revistas y periódicos, el 17% en página Web, el 6% en bancos, el 7% en la misma inmobiliaria y el 6% en otros.

Tabla 24

Medio de búsqueda para la compra de un departamento

¿Por qué medio buscaría información de la venta de un departamento?		
Revistas y periódicos	115	64%
Medios de comunicación	0	0%
Bancos	11	6%
Inmobiliarias	13	7%
Páginas web	31	17%
Otros	10	6%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

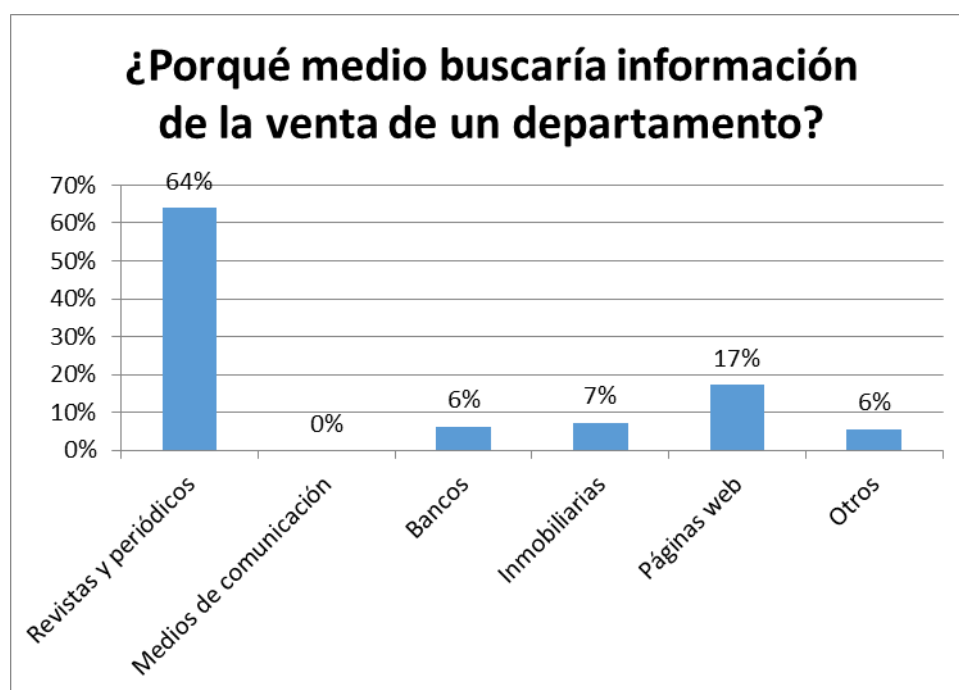


Gráfico 11. Medio de búsqueda para la compra de un departamento

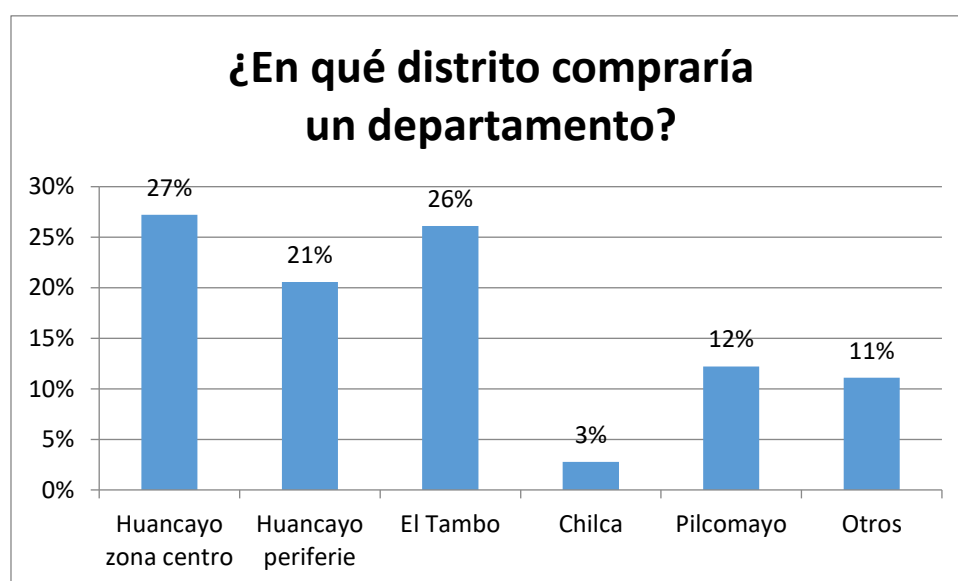
Fuente: Elaboración Propia

- ✓ El 27% prefiere comprar un inmueble en Huancayo Zona Centro, el 21% en Huancayo periferia, el 26% en el distrito de El Tambo, el 12% en el Distrito de Pilcomayo, el 3% en el distrito de Chilca y el 11% en otros lugares.

Tabla 25*En qué distrito compraría un departamento*

¿En qué distrito compraría un departamento?		
Huancayo zona centro	49	27%
Huancayo periferia	37	21%
El Tambo	47	26%
Chilca	5	3%
Pilcomayo	22	12%
Otros	20	11%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

**Gráfico 12.** En qué distrito compraría un departamento

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Se puede observar que el 45% prefiere un departamento de más de 101m² y el 24% de 91m² a 100m² que son en promedio las medidas que se está planteando en este proyecto arquitectónico a realizar.

Tabla 26*De cuantos m² prefieren su departamento*

¿De cuántos metros cuadrados prefieren su departamento?		
menos de 70m ²	23	13%
71m ² a 90m ²	23	13%
91m ² a 100m ²	43	24%
101m ² a mas	81	45%
otros	10	6%

¿De cuántos metros cuadrados prefiere su departamento?	
	180
	100%

Fuente: Elaboración Propia

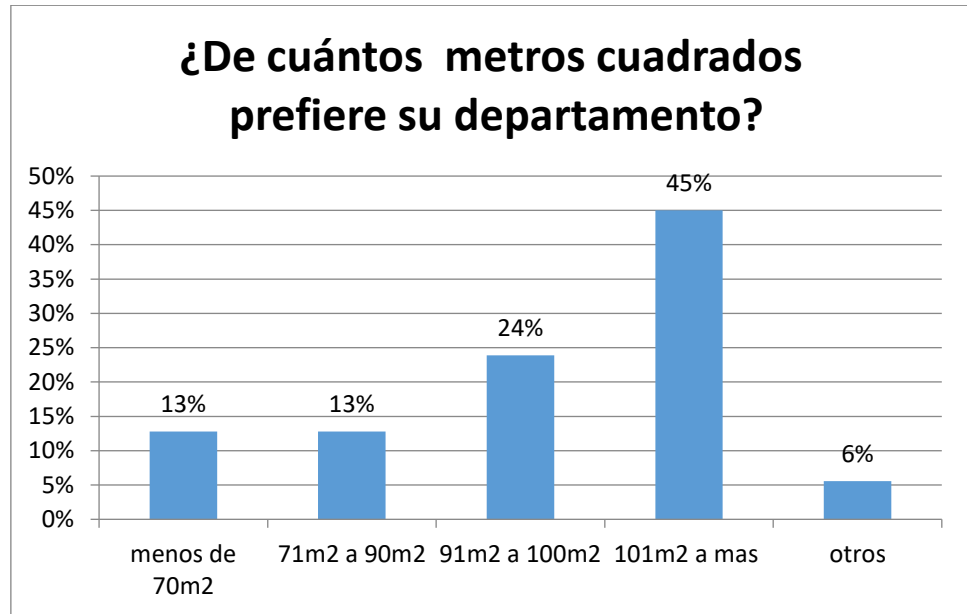


Gráfico 13. De cuantos m2 prefieren su departamento

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ En la muestra el 58% son varones y el 42% mujeres.

Tabla 27

Genero encuestado

Sexo		
Mujer	75	42%
Varón	105	58%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

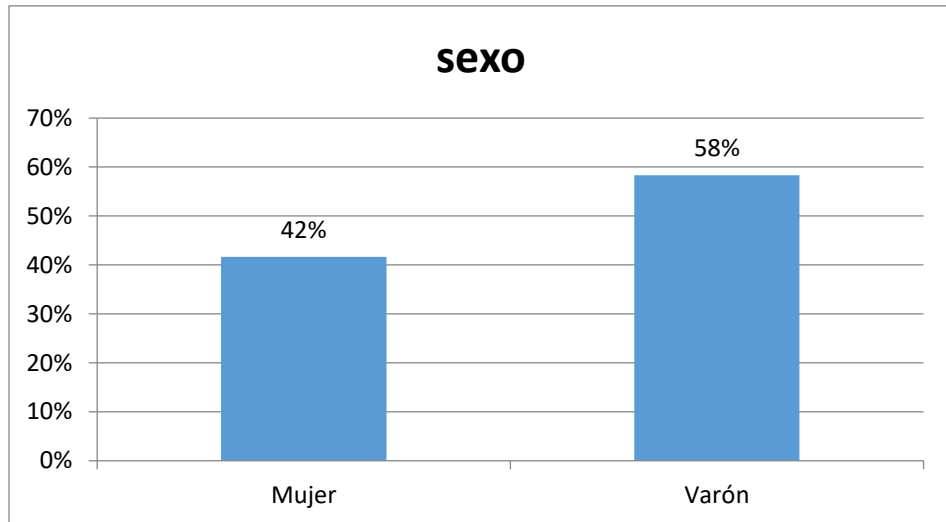


Gráfico 14. Genero encuestado

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ El 48% de los encuestados están en la edad de 18 a 30 años, el 44% de 31 a 45 años, el 6% de 46 a 55 años y el 2% de 56 años a más.

Tabla 28

Edad de los encuestados

Años	Edad	Porcentaje
18 a 30	87	48%
31 a 45	79	44%
46 a 55	11	6%
56 a mas	3	2%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

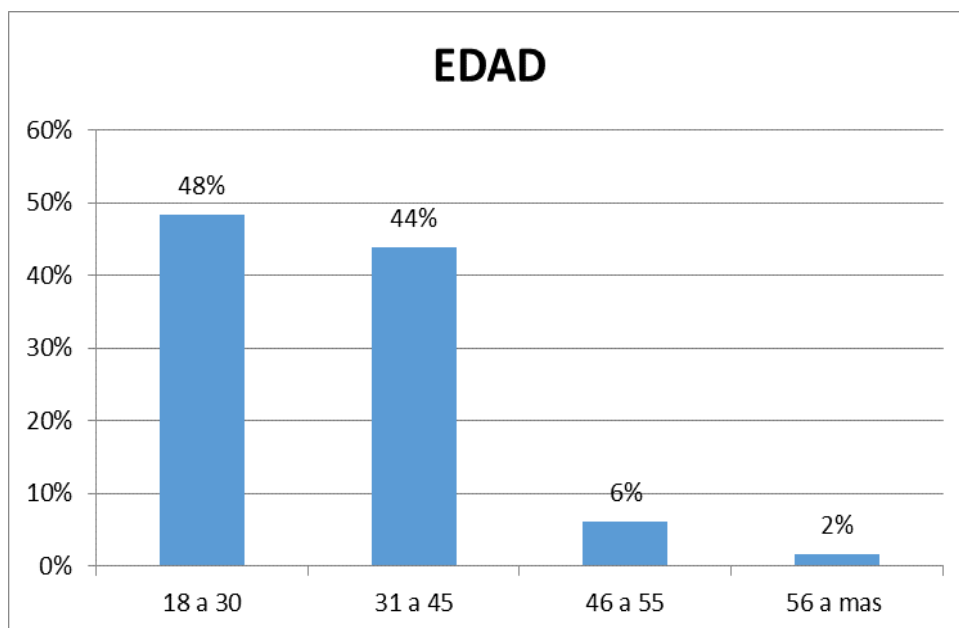


Gráfico 15. Edad de los encuestados

Fuente: Elaboración Propia

- ✓ El 43% vive en Huancayo, el 19% en el distrito de El tambo, el 12% en el distrito de Chilca y el 26% en otros distritos.

Tabla 29

Distrito donde viven los encuestados

	Distrito de Residencia	
Huancayo	78	43%
El Tambo	35	19%
Chilca	21	12%
otros	46	26%
	180	100%

Fuente: Elaboración Propia

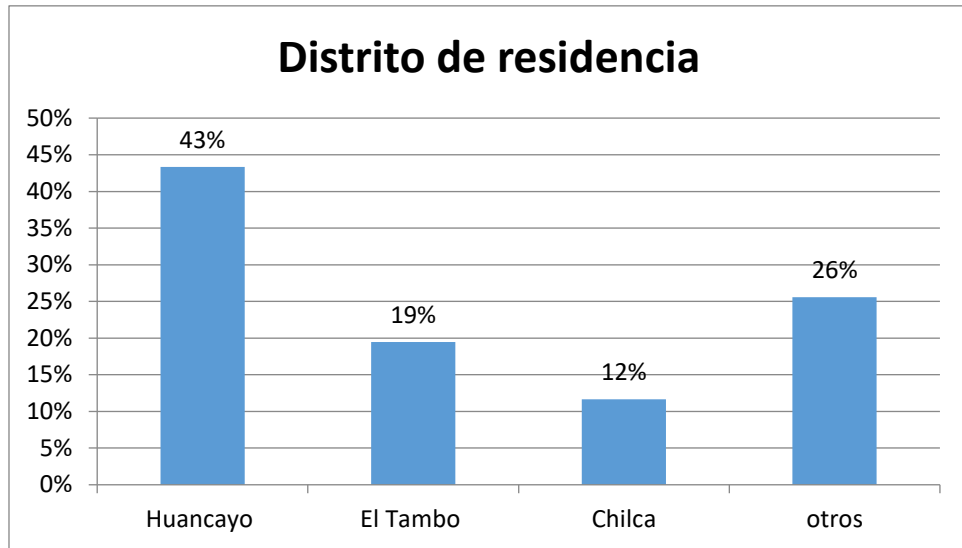


Gráfico 16. Distrito donde viven los encuestados

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo IV

Proyección del mercado objetivo

4.1. El ámbito de la proyección

El ámbito de nuestro estudio será Metropolitano y regional (90% en Huancayo urbano y un 10% que viven en zonas aledaña que están pesando adquirir una vivienda en la zona de Huancayo).

4.2. Selección del método de proyección

De acuerdo con nuestras encuestas podemos determinar nuestro Mercado Potencial, Disponible y efectivo.

4.2.1. Mercado Potencial

Deduciendo del rango de edades de 18 a 45 años que son 166 personas y el 43.9% se encuentra en el rango de ingresos de S/ 2,127.00 a más, quienes son los que se encuentran en el nivel socioeconómico B, C y D, este porcentaje que se concluye de la muestra y lo relacionamos directamente proporcional a población universal de núcleos familiares que viven en viviendas alquiladas (26,342) donde se determina que 11,564 núcleos familiares son un Mercado Potencial.

Tabla 30

Encuestado de 18 a 45 años en el rango de ingresos de S/ 2127 a más de S/ 6601

Edad	De 18 a 45	%	Mercado Potencial
Ingresos			
<a 2127	93	58.08	
2127 a 6601	73	43.9	11,564
>a 6601	166	100.0	

Fuente Elaboración Propia

4.2.2. Mercado disponible

A partir del análisis anterior se obtuvo el indicador de % del mercado potencial (43.9%), analizando la tabla de muestra de adquirir un departamento o un condominio, quienes vendrían a ser un mercado disponible, deducimos que el 38.7% relacionado al Mercado Potencial (11,564) se obtiene que 4,476 núcleo familiares son el Mercado disponible.

Tabla 31

Encuestado de 18 a 45 años en el rango de ingresos de S/ 2127 a más de S/ 6601 y que desean una casa o departamento

		Porcentaje	Mercado Disponible
Casa	108	61.3	
Departamento + Condominio	68	38.7	4,476
	176	100.0	

Fuente Elaboración Propia

4.2.3. Mercado efectivo

Del 38.7% que se obtuvo en el mercado disponible y comparando la tabla en que tiempo desea adquirir un departamento o un condominio en menos de 2 años quienes vendrían a ser nuestro mercado efectivo, bajo estas condiciones el 47.8% indicador menos de dos años y se relaciona al mercado disponible (4,476) obteniendo como resultado 2,140 como mercado efectivo.

Tabla 32

Encuestado de 18 a 45 años

		Porcentaje	Mercado Efectivo
Menos de 2 años	86	47.8	2,140
Otros	94	52.2	
	180	100	

Fuente Elaboración Propia

4.2.4. Mercado objetivo

Con esta información se puede observar que se tiene un amplio mercado Efectivo para realizar varios proyectos a futuro, pero que este proyecto inicial llamado Residencial Libertad abarcará un 4.62% de este mercado Efectivo; ya que se contará con un total de 102 departamentos que vendría a ser nuestro Mercado Objetivo.

Y el mercado está fortalecido con el Fondo MIVIVIENDA, un 69.4% de los jefes de los núcleos familiares, han escuchado de la existencia de esta institución, de este grupo un 15.2% mencionan conocer los productos que ofrecen, especialmente mencionan crédito MIVIVIENDA o Nuevo crédito MIVIVIENDA (62.0%), asimismo el 42.4% de los jefes de los núcleos familiares consideran importante el rol que cumple esta institución. (MiVivienda, 2018).

4.3. Pronóstico de ventas

4.3.1. Estimación de las ventas para el primer, segundo y tercer año de operación del proyecto

Tabla 33

Pronóstico de ventas del 1er, 2do y 3er año

	Total 1ER AÑO	Total 2DO AÑO	Total 3ER AÑO
Modelo 1 (43 m2)	372000	279000	93000
Modelo 1 (61 m2)	675000	270000	405000
Modelo 2 (65 m2)	564000	282000	1128000
Modelo 3 (73 m2)	924000	308000	616000
Modelo 1 (91.75 m2)	985000	394000	2167000
Modelo 2 (94 m2)	404000	1616000	1212000
Modelo 3 (98.5 m2)	1260000	1890000	1050000
Modelo 4 (123 m2)	540000	540000	0
Estacionamiento	29000	290000	435000
Tienda	0	0	1020000
Oficina	0	0	95000
	5753000	5869000	8221000

Fuente Elaboración Propia

Nuestro pronóstico de ventas mes a mes se fundamenta en base a la experiencia en proyectos similares de nuestro socio Negocios e

inversiones Vialva EIRL y adicional a ello según la Asociación de Empresas **Inmobiliarias** (ASEI) unas diez mil nuevas viviendas adicionales serán vendidas en los próximos doce meses gracias a la ley que permite el retiro del 25% de los fondos de las AFP. Bragagnini dijo que según la SBS existen unos 600.000 afiliados que no tienen vivienda propia y que podrían retirar de las AFP 8.800 millones de soles. (El Comercio, 2016)

4.3.2. Cantidad de bienes o servicios a vender mensualmente y precios

Tabla 34

Precio de los departamentos por modelo

Modelo 1 (43 m ²)	93000
Modelo 1 (61 m ²)	135000
Modelo 2 (65 m ²)	141000
Modelo 3 (73 m ²)	154000
Modelo 1 (91.75 m ²)	197000
Modelo 2 (94 m ²)	202000
Modelo 3 (98.5 m ²)	210000
Modelo 4 (123 m ²)	270000
Estacionamiento	29000
Tienda	340000
Oficina	95000

Fuente Elaboración Propia

Tabla 35*Venta de departamentos en el primer año*

		Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Tipo 1	Modelo 1 (43 m ²)	1	1		1				1				
Tipo 2	Modelo 1 (61 m ²)		1	2			1						1
	Modelo 2 (65 m ²)					2	1				1		
	Modelo 3 (73 m ²)				1	1	1		1	1		1	
Tipo 3	Modexlo 1 (91.75 m ²)		1	1				1		1		1	
	Modelo 2 (94 m ²)	1			1								
	Modelo 3 (98.5 m ²)	1			1			1				1	2
	Modelo 4 (123 m ²)				1			1					
	Estacionamiento								1				
	Tienda												
	Oficina												
	Total	3	3	3	5	3	3	3	2	2	1	3	3

Fuente Elaboración Propia

Tabla 36*Venta de departamentos en el segundo año*

		Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Tipo 1	Modelo 1 (43 m ²)			1		1		1					
Tipo 2	Modelo 1 (61 m ²)					1				1			
	Modelo 2 (65 m ²)	1				1							
	Modelo 3 (73 m ²)	1		1									

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24
Tipo 3												
Modelo 1 (91.75 m ²)		1									1	
Modelo 2 (94 m ²)	1	1		1	1		1	1			1	1
Modelo 3 (98.5 m ²)		1	1	2		2		1		1		1
Modelo 4 (123 m ²)							2					
Estacionamiento				1		2		2	2	1	1	1
Tienda												
Oficina												
Total	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3

Fuente Elaboración Propia

Tabla 37

Venta de departamentos en el tercer año

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Tipo 1												
Modelo 1 (43 m ²)				1								
Tipo 2												
Modelo 1 (61 m ²)		1						1				1
Modelo 2 (65 m ²)	1	2	1					1	1			2
Modelo 3 (73 m ²)					1		1			1	1	
Tipo 3												
Modelo 1 (91.75 m ²)	1		1	1	2	2	1	1		1		1
Modelo 2 (94 m ²)	1		1		1			1			2	
Modelo 3 (98.5 m ²)				2			1		2			
Modelo 4 (123 m ²)												
Estacionamiento	1	1	1	1	1	1	2		1	3	1	2
Tienda						1			1		1	
Oficina									1			
Total	4	4	4	5	5	4	5	4	6	5	5	6

Fuente Elaboración Propia

4.3.3. Proyección del crecimiento de los Ingresos para los subsecuentes años del proyecto Evaluación económica

Tabla 38

Ingresos del primer año

	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Primer Año
Ingresos:													
Flujo de Ingresos	75750	63750	70050	139350	65400	64500	101550	356465 0	351000	141000	561000	555000	5753000
Flujo de Egresos	41034	36424	38683	56780	131145	129283	140135	283865 6	631653	620229	635827	633965	5933814
Flujo de Caja Económico	34716	27326	31367	82570	-65745	-64783	-38585	725994	-	-	-74827	-78965	-180814
(+) Pagares												800000	800000
(+) Amortización Con Intereses 1													
(+) Amortización Con Intereses 2													
Flujo Financiero Neto												800000	800000
Flujo de Caja Financiera	34716	27326	31367	82570	-65745	-64783	-38585	725994	-	-	-74827	721035	619186
Año	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Wacc	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%
Flujo Actualizado	31804	25033	28736	75644	-60230	-59349	-35348	665099	-257112	-439032	-68550	-72342	-165647

	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total Primer Año
Flujo	-	185019	182146	174581	180604	186539	190074	123564	149275	193179	200034	207268	
Acumulado	1875231	8	1	8	8	7	5	6	8	0	0	2	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39

Ingresos del segundo año

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total Segundo Año
Ingresos:													
Flujo de Ingresos	497000	609000	457000	651000	571000	478000	835000	470000	193000	239000	428000	441000	5869000
Flujo de Egresos	533530	537689	734541	544013	533511	542351	544954	542054	1033754	1028712	1035731	1145629	8756468
Flujo de Caja Económico	-365301	713111	277541	106987	37489	-64351	290046	-72054	840754	789712	607731	704629	2887468
(+) Pagarés									500000				500000
(+) Amortización Con Intereses 1	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	-70332	843992
(+) Amortización Con Intereses 2									439579	439579	439579	439579	1758317
Flujo Financiero Neto	-70333	-70333	-70333	-70333	-70333	-70333	-70333	-70333	4490088	509912	509912	509912	2397690

Flujo de Caja Financiera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	10686	978	34787	36655	-32843	13468	21971	14238	36493	12996	11176	12145	48977
	3		3			4	4	7	34	24	43	41	8
Año	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Wacc	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%	9.16%
Flujo Actualizado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-30659	59850	23293	89792	31464	-54009	24343	-60474	70562	66278	51005	59138	24233
			4				0		7	8	6	0	90
Flujo Acumulado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	21033	20434	22764	21866	21551	22091	19657	20262	27318	33946	39046	44960	
	41	91	25	33	69	78	48	22	49	37	93	73	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40

Ingresos del tercer año

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total Tercer Año
Ingresos:													
Flujo de Ingresos	569000	446000	569000	739000	779000	763000	619000	67500	10250	4380	9270	67200	822100
								0	00	00	00	0	0
Flujo de Egresos	40000	33793	43625	45184	47799	103054	46620	37534	13201	4221	1067	46318	724859
									4	8	00		
Flujo de Caja Económico	529000	412207	525375	693816	731201	659946	572380	63746	89298	3957	8203	62568	749614
								6	6	82	00	2	1
(+) Pagares													0
(+) Amortización con Intereses 1													0
(+) Amortización con Intereses 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	439579	439579	439579	439579	439579	439579	439579	43957	9				351663
													5

Capítulo V

Ingeniería del proyecto

5.1. Estudio de ingeniería

5.1.1. Características del proyecto

A. Espacios Comunes

Ya que los usuarios no sólo necesitan espacios privados, sino lugares donde interactuar con los vecinos; se propone: un área de espera en el primer piso (salita de estar, un remanso de un área considerable en la intersección de la entrada del Jr. Libertad con el pasadizo principal).

Todos los espacios tienen la más alta calidad de funcionalidad de manera que los espacios sirvan a cabalidad para las funciones a la que son destinadas.

B. Zonificación

En el conjunto se identifican claramente tres zonas; VIVIENDA, COMERCIO y SERVICIOS

C. Accesos

El ingreso peatonal al conjunto es por los jirones Libertad y Tarapacá, reservándose el ingreso vehicular únicamente por el Jr. Libertad.

El acceso peatonal que conecta directamente a la circulación vertical y el acceso vehicular que de manera directa ingresa al sótano donde se encuentra el estacionamiento.

D. Circulación Vertical

Los ascensores son los elementos principales de circulación vertical y se han considerado en número de dos, de manera que existe un ascensor para cada cuatro departamentos por piso y tres en los pisos superiores del edificio.

Las dos escaleras tienen un ancho de 1.20 ml y son consideradas de evacuación toda vez que están aisladas de las

torres de departamentos y pueden también ser aisladas de los lugares en que se desarrolle un siniestro.

E. Circulación Horizontal

La circulación horizontal tiene la particularidad de comunicar la circulación vertical hacia los departamentos, sólo dos departamentos comparten esta circulación.

5.1.2. Distribución de la edificación

La edificación está comprendida por 3 tiendas, 01 oficina, 102 departamentos y estacionamiento para 26 vehículos, así como ambientes complementarios como cuarto de máquinas, cuarto de basura; Y sistema de circulación vertical a través de 2 ascensores y 2 cajas de escaleras.

El Conjunto multifamiliar se ha distribuido de la siguiente manera:

A. Planta (sótano - área de estacionamientos)

Sobre una extensión 974 m², nuestro diseño del proyecto arquitectónico incluye 26 estacionamientos, 4 almacenes, patio de maniobras y zonas de acceso.



Figura 7. Imagen del Proyecto Multifamiliar Residencial Libertad.

Fuente: Elaboración propia.

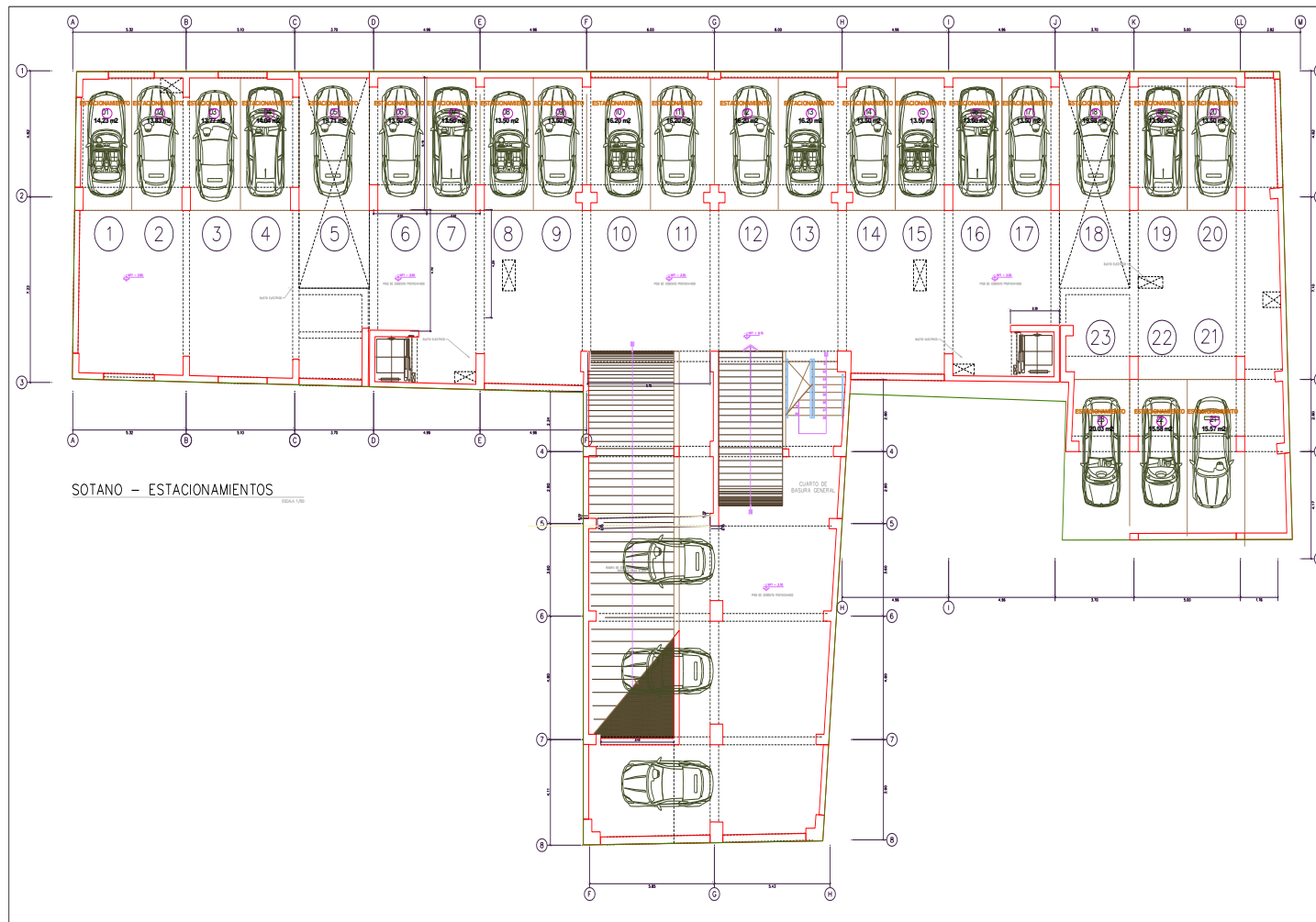


Figura 8. Plano del estacionamiento
Fuente Elaboración propia

- B. Planta (1° piso – tienda y departamentos típicos, acceso al sótano)

PRIMER PISO. El primer piso tiene un área construida total de 862.95 m², de estos se destina para áreas de uso común 316.51 m² y los restantes 546.42 m² se distribuyen de la siguiente manera:

Tienda 1.- Constituido por un ambiente de 48.60 m².

Tienda 2.- Constituido por un ambiente amplio y un medio baño haciendo un total de 42.05 m².

Tienda 3.- Constituido por un ambiente amplio y un medio baño haciendo un total de 75.44 m².

Oficina 1.- Constituido por un ambiente y su medio baño con un total de 22.93 m².

Departamento 1.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 97.70 m².

Departamento 2.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 97.70 m².

Departamento 3.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima y dos terrazas tiene un área total de 162.00 m².

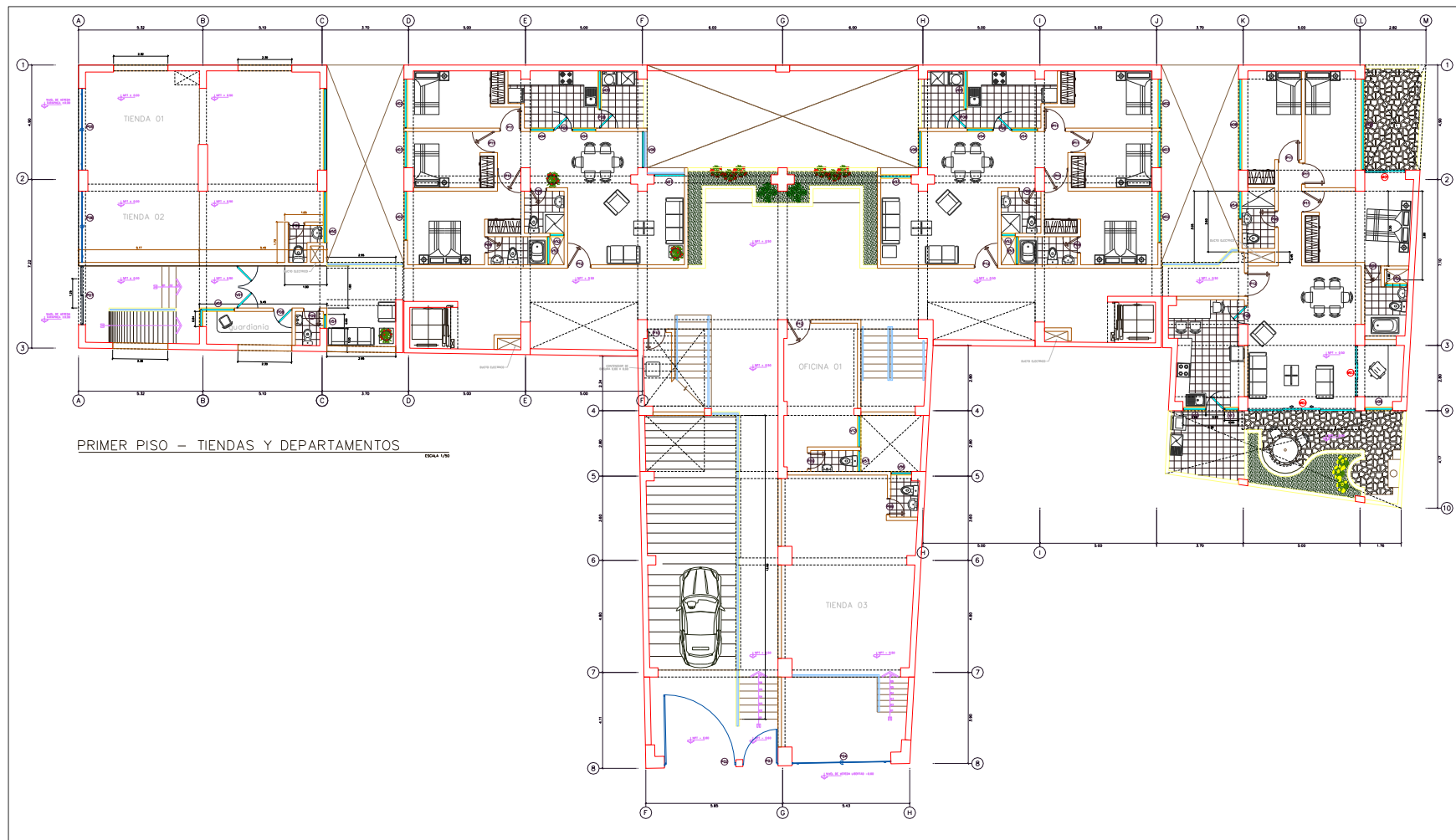


Figura 9. Plano del primer piso

Fuente Elaboración Propia

C. Planta (2°-9° piso)

Del segundo piso al cuarto. Los 3 pisos siguientes son plantas típicas que ocupan 829.85 m² por piso haciendo un total de 2,489.55 m² de construcción de los cuales, en cada planta se dedican 699.58 m² a los 8 departamentos descritos a continuación:

Departamento 1.- Constituido por una estar, cocina, comedor, dormitorio principal con closet y dormitorio adicional, un baño completo y un ducto de ventilación, tiene un área total de 43.00 m².

Departamento 2.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 98.30 m².

Departamento 3.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima. Tiene un área total de 91.75 m².

Departamento 4.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima y una pequeña terraza tiene un área total de 87.00 m².

Departamento 5.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima y una pequeña terraza tiene un área total de 87.00 m².

Departamento 6.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 77.30 m².

Departamento 7.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 91.75 m².

Departamento 8.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, un escritorio, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 123.48 m².

Del quinto piso al noveno. Los 5 pisos siguientes son plantas típicas que ocupan 829.85 m² por piso haciendo un total de 4,149.25 m² de construcción de los cuales, en cada planta se dedican 699.58 m² a los 8 departamentos descritos a continuación:

Departamento 1.- Constituido por una estar, cocina-comedor, dormitorio principal con closet y dormitorio adicional, un baño completo y un ducto de ventilación, tiene un área total de 43.00 m².

Departamento 2.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 98.30 m².

Departamento 3.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima. Tiene un área total de 91.75 m².

Departamento 4.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima y una pequeña terraza tiene un área total de 87.00 m².

Departamento 5.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets,

dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima y una pequeña terraza tiene un área total de 87.00 m².

Departamento 6.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 77.30 m².

Departamento 7.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 91.75 m².

Departamento 8.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, dos dormitorios con sus respectivos closets, un escritorio, un baño completo, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 61.75 m².

Departamento 9.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, dos dormitorios con sus respectivos closets, un escritorio, un baño completo, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 61.00 m².

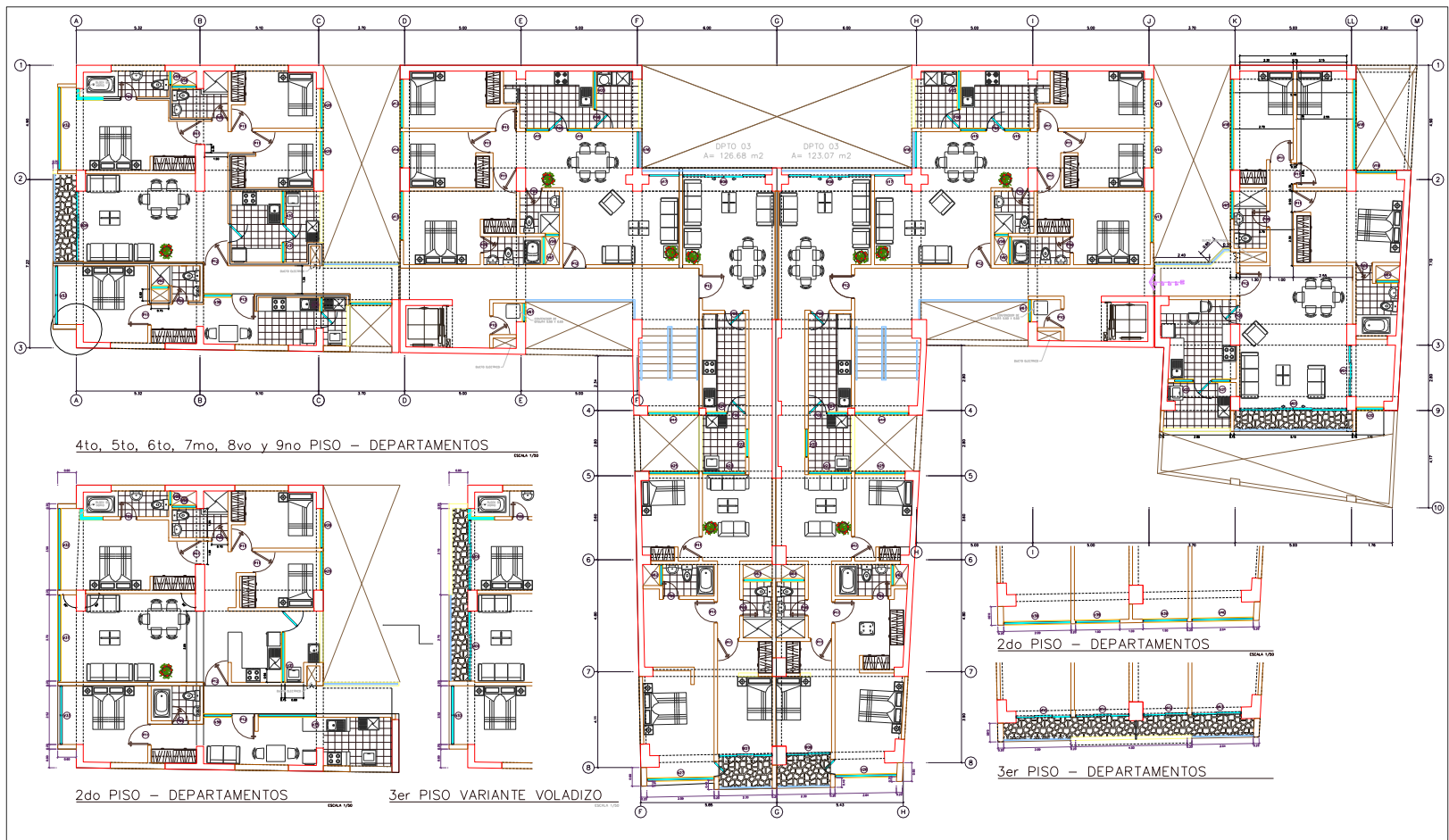


Figura 10. Plano del segundo al noveno piso

Fuente Elaboración propia

D. Planta (10°-15° piso – departamentos)

Del décimo piso al décimo quinto. Los 6 pisos últimos de la edificación también son plantas típicas, pero sólo ocupan 510.98 m² por piso haciendo un total de 3,065.88 m² de construcción de los cuales, en cada planta se dedican 403.80 m² a los 5 departamentos descritos a continuación:

Departamento 1.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima y un espacio para escritorio, tiene un área total de 98.50 m².

Departamento 2.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, dos dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima, tiene un área total de 73.00 m².

Departamento 3.- Constituido por una sala, comedor, cocina, dos dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima. Tiene un área total de 73.00 m².

Departamento 4.- Constituido por una sala, comedor, cocina, un dormitorio con su respectivo closet, un baño completo, un ducto de ventilación, un hall de distribución en la zona íntima. Tiene un área total de 65.00 m².

Departamento 5.- Constituido por una sala, comedor, cocina, patio de servicio, tres dormitorios con sus respectivos closets, dos baños completos, un ducto de ventilación y un hall de distribución en la zona íntima y un espacio para escritorio, tiene un área total de 98.50 m².

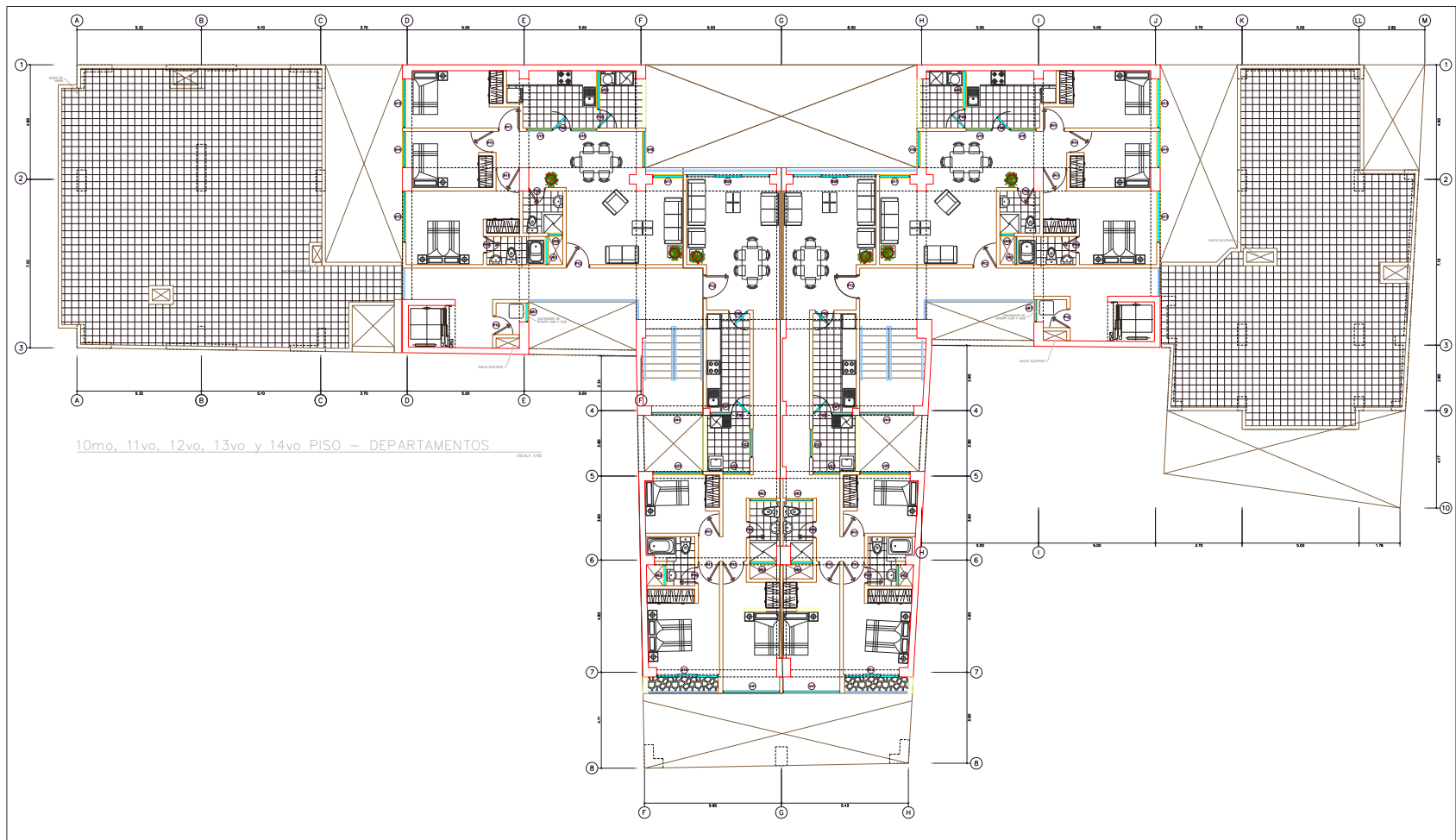


Figura 11. Plano del décimo al quinceavo piso

Fuente Elaboración propia

5.2. Proceso de ejecución del proyecto residencial libertad

5.2.1. Fase pre operativa.

- Compra del terreno.
- Inscripción de la transferencia de dominio en Registros Públicos.
- Gestión del Certificado de parámetros urbanísticos
- Obtención de Numeración de Finca
- Gestión de Licencia de demolición
- Inscripción en RR. PP de Licencia de demolición.

5.2.2. Ante proyecto

- Presentación del anteproyecto en consulta a la Municipalidad provincial de Huancayo.
- Aprobación del anteproyecto y pago de derechos municipales
- Entrega de resolución gerencial y fue del anteproyecto.

5.2.3. Proyecto

- Desarrollo de especialidades a nivel proyecto:
- Presentación del proyecto a la comisión Municipal
- Pago de derechos de la comisión
- Integrantes de la comisión Municipal
- En el caso de aprobación con observaciones se subsana y se presenta con el levantamiento de las observaciones.
- En el caso de aprobación sin observaciones se solicita la acotación para el pago de licencia de obra.
- Emisión de acotación por parte del técnico Municipal e incluye:
 - ✓ Áreas Construidas a ejecutar.
 - ✓ Área de voladizos
 - ✓ Déficit de estacionamientos.
 - ✓ Retiros Municipales (parámetros urbanísticos).
- Se realiza la revisión del monto de la acotación y se acepta o se solicita la reconsideración en base a las normativas nacionales.
- Pago de Licencia de Obra.

- Emisión de la resolución de licencia de obra por parte de la Gerencia de desarrollo urbano indicando explícitamente la cantidad de metros cuadrados aprobado.

5.2.4. Operativa

- ✓ Envío de licitación por invitación (Sector privado) mínimo 3 empresas.
- ✓ Negociación de contrato a suma alzada. (Tercerización de la construcción). Pago por m2 en moneda nacional y condiciones financieras, carta de Fiel cumplimiento y cuenta garantía.
- ✓ Contratar el profesional de Supervisión de Obra.
- ✓ Entrega de terreno a la empresa ganadora con un acta firmada del representante Legal de la empresa, contratista y supervisión de obra.
- ✓ Entrega de un juego de planos del proyecto (04 especialidades) e instalaciones especiales, además el expediente técnico de metrados y presupuesto de obra.
- ✓ Inicio de excavaciones, previo a un levantamiento topográfico del terreno para coincidir o rectificar el área comprada.
- ✓ Implementación del área de ventas personal, oficina y herramientas.
- ✓ Implementación del área de publicidad.
- ✓ Desarrollo del informe técnico financiero para solicitud de crédito constructor a la institución financiera del medio, supervisada por la SBS, para el apalancamiento del 40 AL 50% según negociación.

5.3. Determinación del tamaño

- Tamaño del mercado: nuestro mercado Objetivo es de 102 núcleos familiares que es el 4.62% de este mercado Efectivo, quedando un 95.38% para ser cubierto por la competencia y nuevos proyectos que seguiremos ejecutando una vez que se tenga concluido la edificación y las ventas en un 90%.

- La capacidad financiera: Se cuenta con 3 socios, quienes invertirán desde la compra del terreno hasta la finalización del proyecto, el cual tendrá un apalancamiento financiero por la CMAC Huancayo.
- Se realizará un contrato con una constructora para la construcción del proyecto, quienes según lo estimado deberán de concluir en un periodo aproximado de 24 meses.
- Proyectar futuras ampliaciones del tamaño operativo del proyecto: Se considera que se está realizando un negocio debido a que no solo se realizará el proyecto de la Residencial LIBERTAD, sino que se proyectará seguir realizando nuevas construcciones ya teniendo la base de este proyecto inicial, se estima que para las nuevas inversiones ya se debe tener concluida la construcción del proyecto y las ventas realizadas en un 90%, así cada socio ya contará con una rentabilidad la cual se podrá invertir en un nuevo proyecto y así progresivamente convirtiéndose a la larga en un negocio.

5.4. Consideraciones legales

El trabajo de investigación que presentamos tiene como objeto el estudio del desarrollo de proyectos de construcción de departamentos por lo que se constituirá una Empresa promotora de ámbito local con tinte regional, por lo que debemos establecer los procedimientos y requisitos legales necesarios para formalizar la empresa.

5.4.1. Requisitos

- A. Elaborar la minuta de constitución
 - Requisitos para elaboración de minuta
 - La Reserva del nombre en la SUNARP
 - Búsqueda de los índices
 - Solicitar la Reserva del Nombre de la persona jurídica a constituir
 - Documentos Personales accionistas

- B. Se debe presentar copia simple del DNI y vigencia de poder de la Personas Jurídicas.

Víctor Gerardo Cárdenas Silva DNI 19986612.

Cinthia Gandhi Huamán Mendoza DNI 45184500

Víctor Jaime Álvarez Hidalgo DNI 08323103

- Descripción de la Actividad Económica.
- Capital de la Empresa.
- Bienes Dinerarios.

Víctor Gerardo Cárdenas Silva S/. 453,517.50

Cinthia Gandhi Huamán Mendoza S/. 453,517.50

Negocios e inversiones Vialva EIRL S/.1000000.00.

- Se constituirá una Sociedad Anónima Cerrada, SAC y el Nombre de la Empresa **será HH&C proyectos Obras y Construcciones SAC.**
- Inscripción de la sociedad en la SUNARP, en el Registro de Personas Jurídicas.
- Obtener un R.U.C. en la SUNAT.
- Autorización de planillas de pago por parte de la autoridad administrativa de trabajo, en el caso se tenga trabajadores a cargo.
- Registrar a sus trabajadores dependientes ante ESSALUD, que es el Seguro Social de Salud.
- Licencia de funcionamiento del local ante la Municipalidad donde se encuentra ubicada la actividad empresarial
- Legalizar los libros contables.

5.5. Determinación de la localización óptima

Tabla 42

Tabla comparativa de localización

	Residencial Libertad HH&C SAC			Residencial Montecarlo PIAL SAC		Residencial Mercaderes ANKA SAC	
	PESO	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Ubicación residencial	30%	4	1.2	4	1.2	4	1.2
Facilidades de transporte personal	20%	4	0.8	3	0.6	4	0.8
Parámetros urbanísticos	20%	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Costo del terreno x m ²	30%	4	1.2	2	0.6	3	0.9
	100 %		4		3		3.5

Fuente: Elaboración Propia

Calificación	1	Debilidad Mayor
	2	Debilidad Menor
	3	Fortaleza Menor
	4	Fortaleza Mayor

El terreno para la construcción del proyecto denominado Residencial “LIBERTAD”, se encuentra ubicado en:

Calle : Jr. Tarapacá N° 557, 559, 561 y Jr. Libertad N° 1144

Distrito : Huancayo

Provincia : Huancayo

Departamento: Junín

El acceso al predio se da a través del Jr. Tarapacá y el Jr. Libertad. El proyecto tiene la facilidad de tener al alcance diferentes espacios que atraen al público objetivo, como, por ejemplo, espacios comerciales, centros educativos, áreas de entretenimiento, entre otros.

Asimismo, su ubicación permite contar con el acceso rápido a las avenidas del distrito. La zona se caracteriza por contar con viviendas unifamiliares, multifamiliares y diversas viviendas – comercios, como son las bodegas, librerías, etc.



Figura 12. Plano de ubicación donde se elaborará el proyecto

Fuente: Elaboración Propia

Capítulo VI

Aspectos organizacionales

6.1. Caracterización de la cultura organizacional deseada

6.1.1. Cultura organizacional

A. Valores

- **Responsabilidad:** cumplir con el deber y con lo que se ha prometido, y asumir las consecuencias de nuestros actos.
- **Puntualidad:** hacer las cosas en el momento oportuno, sentir respeto por los demás cumpliendo con cada compromiso contraído en la hora que se ha determinado. La puntualidad busca la confiabilidad de una persona.
- **Lealtad:** es el compromiso de defender lo que creemos y en quienes creemos, en los buenos y en los malos momentos. Es una llave que nos permite tener un auténtico éxito para poder alcanzar nuestras metas.
- **Trabajo en equipo:** Es un conjunto de personas que comparten un propósito común, claramente conocido y por ello se necesitan mutuamente, logrando resultados de calidad, orientando los problemas en todos sus niveles.
- **Integridad:** Hacer las cosas de la mejor manera, ser honesto con los demás. (Ingrid, 2010, p.47)

6.2. Formulación de estrategias del negocio

6.2.1. Visión

Ser la empresa líder a nivel regional en proyectos de construcción inmobiliaria, manteniendo una gran participación en el mercado, ofreciendo un servicio y producto de excelente calidad e innovación, logrando así ser la mejor alternativa con una excelente atención y satisfacción al cliente.

6.2.2. Misión

Ser una empresa constructora que busca satisfacer a los clientes por medio de una excelente calidad, servicio, tendencia innovadora y creativa, ofreciendo un valor agregado en el diseño sostenible y ambiental, aportando ingeniería de valor que contribuya al desarrollo de la industria de la construcción peruana y manteniendo el cuidado del medio ambiente en nuestras ciudades.

6.2.3. Objetivo

Afianzar una empresa constructora que desarrolle proyectos de departamentos de calidad de acuerdo con el tipo de proyecto a desarrollar, accesibles económicamente al núcleo familiar del nivel socio económico A, B y C de la región Junín.

6.2.4. Estrategias

- ✓ Aprovechar las capacidades y experiencias de los socios. Víctor Jaime Álvarez Hidalgo tiene la experiencia de promocionar y desarrollo de proyectos de Construcción de Multifamiliares.
- ✓ Víctor Gerardo Cárdenas Silva y Cinthia Gandhi Huamán Mendoza tienen la experiencia en asesoramiento financiero y técnicas de ventas.
- ✓ Desarrollo de proyectos de envergadura en consorcio con otras empresas.
- ✓ Penetración de Mercado buscando una participación en la colocación de viviendas multifamiliares en 2.63%.

6.3. Determinación de las ventajas competitivas críticas

Los principales factores deseados por los núcleos familiares para la determinación de la compra de un departamento son: ubicación, precio, diseño de funcionalidad espacios, forma de pago y accesibilidad y son los factores que ofrece nuestra empresa; ya que se cuenta con una ubicación céntrica y accesible a 5 minutos de los entes gubernamentales (regional y local), instituciones financieras, centros comerciales, empresas de servicios,

centro de abastos e instituciones educativas; nuestros precios son competitivos; los diseños de espacios son innovadores e incluso se ofrece en los acabados de las cocinas muebles bajos, cocina empotrada y la campana extractora, en algunos acabados de baños se ofrece con hidromasaje incluido; en las formas de pago se propone trabajar en convenio con la CMAC Huancayo donde las posibilidades de calificar a un crédito hipotecario son más altas; también se contará con un departamento modelo para que los clientes puedan apreciar la calidad de los acabados, la funcionalidad de los ambientes, la orientación solar y la vista panorámica, también se contará con un recorrido virtual tanto de los ingresos principales, las áreas comunes y de algunos departamentos con amueblamiento referencial.

6.4. Diseño de la estructura organizacional deseada

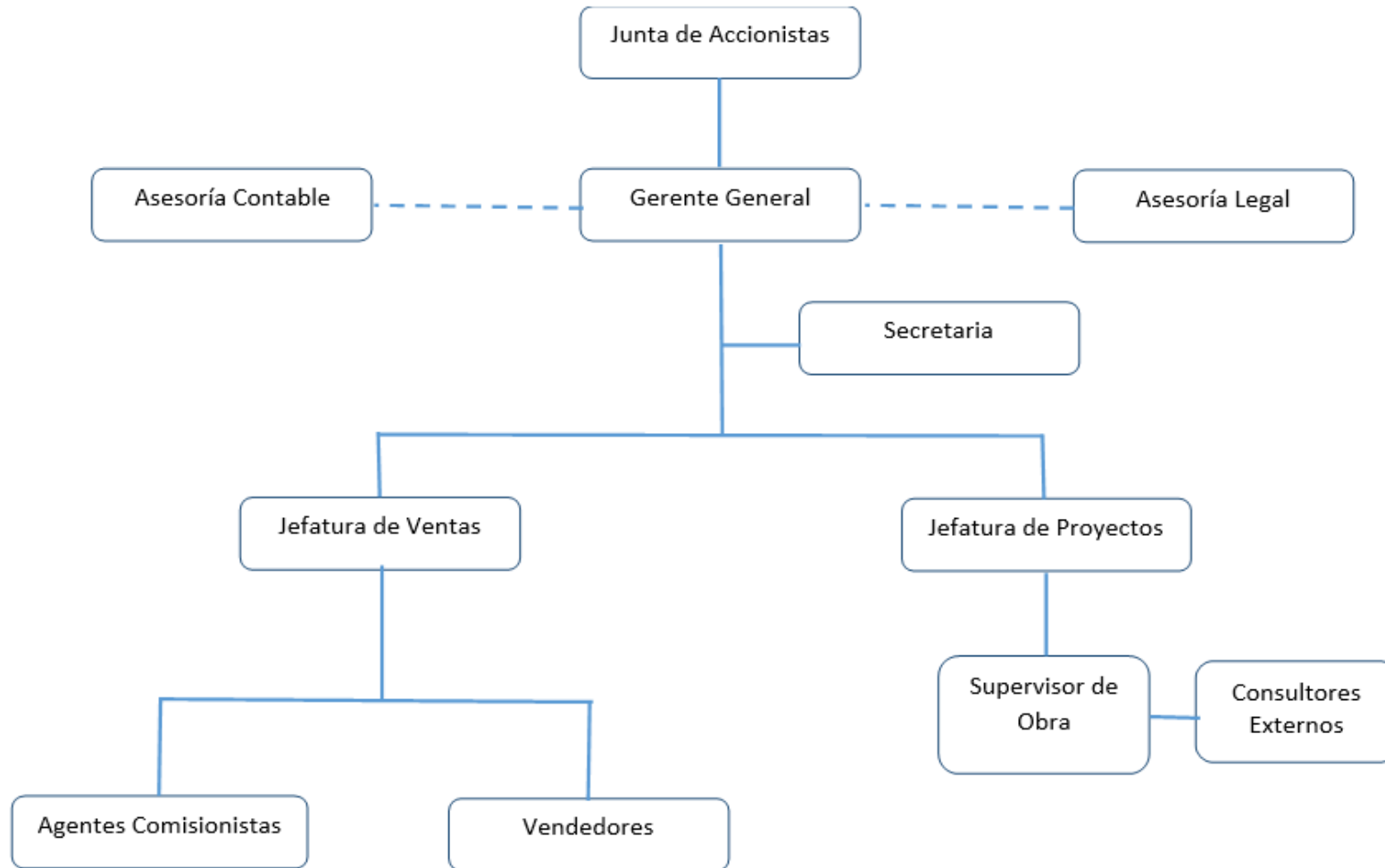


Figura 13. Estructura organizacional

Fuente: Elaboración Propia

6.5. Diseño de los perfiles de puestos clave

Tabla 43

Perfil del Gerente General

Nombre del puesto:	Gerente General
Objetivo del puesto:	<p>Organizar, planear, dirigir y coordinar todas las áreas, dependencias y el personal, liderando un cambio positivo e innovador tanto en la empresa como en el área de la construcción con el objetivo de dar y ofrecer un excelente servicio con los mejores productos para el cliente.</p>
Principales Funciones del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar las funciones de las jefaturas inmediatas, para que se lleven a cabo con excelencia. - Representar a la sociedad y administrar su patrimonio, dando un trato equitativo a todos los socios y respetar el ejercicio del derecho de inspección de todos ellos. - Cumplir y/o hacer cumplir los objetivos de la organización. - Contratar las personas que cumplan los perfiles establecidos. - Decidir sobre los reglamentos comerciales, financieros, técnicos y administrativos de la sociedad. - Supervisar el correcto y oportuno registro de las operaciones contables en los libros de la empresa, revisar, analizar y autorizar los EE. FF considerando la razonabilidad de estos, presentar y sustentar los EE. FF a la junta de socios. - Asignar los diferentes recursos de la empresa, buscando ser eficaz y eficiente.
Relaciones de Trabajo:	<p>Relaciones internas: Personal de toda la organización. Jefe inmediato: Junta de Accionistas</p>
Género:	Indiferente
Nivel académico requerido:	Titulado con preferencia con estudios especializados o maestría.
Experiencia profesional:	Mínimo 5 años en puestos similares
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de toma de decisiones. - Capacidad de trabajo en equipo. - Capacidad negociadora a todo nivel. - Conocimiento en Gerencia estratégica. - Desarrollo de Personas - Liderazgo
Características personales:	<ul style="list-style-type: none"> - Orientación hacia el logro - Visión estratégica - Capacidad de trabajar bajo presión. - Licencia de manejo: Si - Horario: A discreción por objetivos, personal de confianza.
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de Contratación: Indefinido - Remuneración: S/ 2,500.00 mensual - Incentivos: Por logro de realización dentro del plazo proyectado.
Jefatura de Ventas	

Objetivo del puesto:	Es el responsable de dirigir al personal de ventas en la colocación de los bienes inmuebles que ofrecemos al mercado, buscando superar las metas establecidas en el plan estratégico.
Principales Funciones del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar el proceso de selección del personal del área de ventas, en base a los atributos que requiere el puesto. - Realizar el seguimiento diario del plan de visitas de cada vendedor, además de realizar visitas conjuntas para lograr el cierre de las ventas. - Seguimiento de las ventas respecto al Timing establecido en el cronograma de ventas. - Seguimiento de las operaciones derivadas para el financiamiento en las entidades financieras. - Seguimiento en la calidad de servicio y clima laboral del equipo.
Relaciones de Trabajo:	Relaciones internas: Fuerza de ventas, relación con los agentes inmobiliarios independientes.
Género:	Indiferente
Nivel académico requerido:	Bachiller en Marketing o Administración
Experiencia profesional:	Mínimo 3 años en el sector inmobiliario.
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de necesidades de diferentes tipos de clientes. - Elaboración de estrategias comerciales. - Foco en el cliente. - Conocimiento de Marketing. - Conocimientos básicos en el área contable. - Proactivo - Líder
Características personales:	<ul style="list-style-type: none"> - Con iniciativa - Orientación hacia el logro de resultados - Capacidad de trabajar bajo presión. - Capacidad de comunicación a todo nivel. - Licencia de manejo: Si - Horario: De 8:00 a 1:00 pm y de 3:00 a 6:00 pm. De lunes a sábado.
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de Contratación: Indefinido - Remuneración: S/ 1,500.00 mensual - Incentivos: Comisión en base a metas y resultados. <p style="text-align: center;">Jefatura de Proyectos</p>
Objetivo del puesto:	Planificar, ejecutar, supervisar y coordinar los proyectos de obras civiles que la empresa realice, cumpliendo los tiempos establecidos y evaluando la calidad del producto terminado.
Principales Funciones del Puesto:	<ul style="list-style-type: none"> - Proveer las herramientas necesarias para el desarrollo del proyecto, tomando decisiones adecuadas en base a las normas establecidas cuidando el diseño y midiendo los riesgos de las obras civiles. - Conocimiento del reglamento nacional de construcciones y las necesidades de infraestructura a nivel nacional, además conocer todas las leyes y legislaciones sobre la construcción y manejo de esta.

	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigir y supervisar que todos los empleados de su área trabajen correctamente y según sus roles y responsabilidades. - Compilar y evaluar los niveles de conocimientos y tecnología a nivel nacional y regional. - Evaluar y examinar los suelos y todas las excavaciones con el fin de buscar y ofrecer una excelente base para las edificaciones. - Revisar y acoplar los diseños a la construcción con el fin de llevar a cabo la edificación de la forma más clara posible, donde todos los procesos tanto técnicos como prácticos sean correctos. (Ingrid, 2010. p.54)
Relaciones de Trabajo:	Relaciones internas: Personal del área operativa.
Género:	Jefe inmediato: Gerente General
Nivel académico requerido:	Indiferente
Experiencia profesional:	Ingeniero Civil y/o arquitecto
	Mínimo 4 años en puestos similares.
Destrezas técnicas y/o conocimientos especiales:	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para resolución de problemas - Pensamiento analítico - Orientación hacia el cliente - Trabajo en Equipo y Cooperación - Iniciativa
Características personales:	<ul style="list-style-type: none"> - Preocupación por el orden y la calidad - Organizado - Líder - Creatividad - Licencia de manejo: Si
Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Horario: De 8:00 a 1:00 pm y de 3:00 a 6:00 pm. De lunes a sábado. - Tipo de Contratación: Por proyecto.(Global)

Fuente: Elaboración propia

6.6. Política de recursos humanos

6.6.1. Política de recursos humanos

HH&C PROYECTOS OBRAS Y CONSTRUCCIONES SAC se proyecta a iniciar sus actividades con un reducido grupo de personal por la estructura organizacional adoptada; estableceremos una política de respeto y lealtad con las personas que la rodean tanto dentro como fuera de la organización, preocupándose por el bienestar laboral de las personas que aportan sus conocimientos, ideas y experiencias.

La empresa buscará cumplir con este fin instaurando una comunicación con el grupo de trabajo externo e interno, en un

ambiente de participación efectiva y flexibilidad que garantice el cumplimiento de los planes y proyectos. Igualmente, los trabajos serán remunerados en la medida que su contribución conlleve al cumplimiento de los objetivos de la organización. (Ingrid, 2010, p.70)

6.6.2. Política de posventas

Si el producto final tiene alguna observación o necesita algún arreglo después de las entregas. Por ejemplo, si hay alguna grieta o humedades, el comprador tendrá un plazo de un mes para poder requerir la petición del arreglo al encargado de ventas que a su vez trasladará al constructor. Con el fin de brindar una solución, con el mejor resultado y en el tiempo indicado. (Ingrid, 2010, p.69).

Capítulo VII

Plan de Marketing

7.1. Estrategia de competitividad

- ✓ Planteamos el liderazgo de Costos, debido a que se ofrecerá un precio menor al promedio del mercado sin sacrificar la calidad de construcción.
- ✓ Diferenciación se entrega los departamentos implementados con una Cocina de acero inoxidable, campana extractora, tina con hidromasaje.

7.2. Estrategias específicas

Tabla 44

Variable estratégica

Variable	Estrategia
Producto	Ubicación
Precio	Debajo del promedio del mercado
Distribución	1 oficina Centro Comercial, 1 oficina en Obra, 2 centros de atención punto móvil, 2 agentes inmobiliarios independientes.
Comunicación	Publicidad Escrita (El de mayor circulación Regional – Diario el correo), Publicidad Radial (La exitosa), Publicidad televisiva (Rotativo canal 45).

Fuente: Elaboración propia

7.3. Estrategia de Ventas

- ✓ Personal Capacitado en promoción y ventas.
- ✓ Herramienta de un recorrido virtual
- ✓ Departamento Modelo concluido y amoblado.
- ✓ Contrato de agentes inmobiliarios
- ✓ Flexibilidad en los financiamientos

7.4. Estrategias de marketing

- ✓ Propuestas de Valor:

Los departamentos multifuncionales brindan comodidad a las familias y personas que las ocupan convirtiendo cada ambiente en un área dinámica con espacio para cada situación que se presenten.

✓ Relación con Clientes:

Para la relación con los clientes se considera incluir una línea de atención al cliente a través de la atención directa para el cual se contará con información para describir a los clientes todas las características del departamento.

✓ Ferias Inmobiliarias

Participación en ferias comerciales especializadas donde están centrados solo propuestas inmobiliarias, así como ferias de MIVIVIENDA.

✓ Testimonios, confianza y credibilidad:

Demostramos nuestros resultados al saber que las personas que estaban en situaciones de adquirir su departamento, generándole confianza y credibilidad al entregarle inmediatamente el departamento que lo adquiere con los tramites notariales y registros públicos que garantiza su compra al contado o hipotecaria que lo realiza con la institución financiera. Y esto garantiza para que terceros puedan reafirmar su decisión en adquirir un departamento en este proyecto.

✓ Marketing en Punto de Venta:

Utilizamos las siguientes técnicas:

- Muestra visual (recorrido virtual) y física del departamento modelo (Visitas guiadas)
- La gestión de documentos para su evaluación y trámites correspondientes vinculados a la compra del departamento.
- La estimulación a los clientes para la compra del departamento

Capítulo VIII

Plan financiero

8.1. Inversión

El proyecto Residencial Libertad dentro del presupuesto que se plantea requiere de un capital importante en el momento 0, debido a que se requiere tener el proyecto aprobado para iniciar con la inversión de la construcción.

La importancia de iniciar la inversión teniendo la propiedad del terreno y documentación legal nos permite iniciar con la Pre-Venta en el lanzamiento del Proyecto, buscando en una primera etapa la venta del 25% al 30% del total de departamentos, en este caso también podemos cumplir con los requisitos que nos solicita la CMAC Huancayo para financiar la construcción del inmueble.

La pre-inversión que se requiere será aportada por los socios de la empresa en los porcentajes que se estableció en la constitución de la empresa.

Tabla 45

Cuadro de inversión año 0

	Monto
Activo Fijo	
Terreno	1,400,000
Demolición y Limpieza	55,000
Total Activo Fijo	1,455,000
Activos Intangibles	
Habilitación Urbana	100,635
Licencia de Obra	110,400
Consultoría de Proyecto	85,000
Publicidad del Lanzamiento	6,000
Total Activos Intangibles	302,035
Capital de trabajo	150,000
Total Inversiones	1,907,035

Fuente: Elaboración propia

8.2. Financiamiento

Se iniciará el proyecto con el aporte de los socios por el monto de S/ 1,907,035.00, esta inversión servirá para la compra de terreno, remoción de tierras, trámites legales, lanzamiento del proyecto y un capital de trabajo inicial.

- Negocios e Inversiones VIALVA EIRL s/1,000,000.00
- Víctor Gerardo Cárdenas Silva S/453,517.50
- Cinthia Gandhi Huamán Mendoza S/453,517.50

Las fuentes de recursos externos será financiado por la CMAC Huancayo para lo cual nos solicitan como requisito realizar la pre Venta del 25% al 30% del total de departamentos, de acuerdo a las negociaciones que se vienen realizando con esta institución nos pueden otorgar un financiamiento del 30 al 40% del costo directo del proyecto, en este caso se solicitará una línea de crédito de hasta S/5000000.00 las cuales serán desembolsadas de acuerdo a nuestro requerimiento y con la valorización de los avances de la obra.

Los desembolsos se realizarán mediante la firma de un pagaré y dentro de las condiciones que se tiene es que se pagara la TEA del 12.5% y se manejaran los plazos de 6 a 12 meses con pago de cuotas mensuales.

Las garantías que se establecen para el financiamiento será la hipoteca del terreno, además el 70% de las ventas deben ser financiadas a través de la CMAC Huancayo, y se establece un fondo en la cuenta corriente de la empresa del 5% del total de las ventas que será de libre disponibilidad en cuanto se cumpla con la independización de cada departamento y se entregue los documentos saneados a cada propietario de la Residencia Libertad.

También dentro del proyecto se considera realizar “outsourcing o externalización” de las actividades de construcción, consideramos como una ventaja debido a que disminuirá el riesgo y la responsabilidad de tener menor cantidad de empleados en relación de dependencia directa.

Otra de las ventajas que consideramos en el proyecto “Residencial Libertad” al outsourcing, es una forma efectiva para mejorar la productividad y cumplir

con los plazos asumidos con los que adquirieron su departamento como bien futuro, ya que mejora la eficiencia global del proyecto, mediante el traspaso de la ejecución de actividades complejas o tediosas y problemáticas a expertos o especialistas.

Para tercerizar la construcción se realizará a una licitación privada a Suma alzada por el valor de la construcción por m², donde el ganador de la Buena Pro deberá contar con un capital de S/1,500,000.00 para el avance de la construcción y se le pagará de acuerdo con la valorización del avance de obra.

Tabla 46

Flujo financiero neto

Año	0	1	2	3
Préstamo	0	800,000	5,000,000	0
Amortización	0	0	-2,602,310	-3,516,635
Flujo Financiero Neto	0	800,000	2,397,690	-3,516.6354

Fuente: Elaboración propia

8.3. Presupuestos base

8.3.1. Presupuestos de ingreso

Para determinar el presupuesto de ingreso estimamos que las preventas se realizaran en promedio de 2 a 3 departamentos al mes, sin embargo se viene proyectando en los 6 primeros meses el ingreso de la inicial del 10% y en el octavo mes se recibirá la diferencia , considerando que la Caja Municipal Huancayo deberá desembolsar el financiamiento de los bienes a Futuro del proyecto previa calificación , en el segundo año consideramos un incremento hasta de 4 departamentos en algunos meses, tomamos estas variaciones en meses donde se registra mayor ingreso por gratificaciones, pago de utilidades, en el caso de los comerciantes el incremento de ventas en las diversas campañas estacionales.

Respecto al tercer año, al tener las obras civiles concluidas, consideramos el incremento de ventas de 3 a 5 departamentos con lo que se concluirá la entrega del proyecto.

Tabla 47*Proyección mensual de ingresos primer año (en soles)*

Modelo	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Modelo 1 (43 m ²)	93000	93000	0	93000	0	0	0	93000	0	0	0	0.	372000
Modelo 1 (61 m ²)	0	135000	270000	0	0	135000	0	0	0	0	0	135000	675000
Modelo 2 (65 m ²)	0	0	0	0	282000	141000	0	0	0	141000	0	0	564000
Modelo 3 (73 m ²)	0	0	0	154000	154000	154000	0	154000	154000	0	154000	0	924000
Modelo 1 (91.75 m ²)	0	197000	197000	0	0	0	197000	0	197000	0	197000	0	985000
Modelo 2 (94 m ²)	202000	0	0	202000	0	0	0	0	0	0	0	0	404000
Modelo 3 (98.5 m ²)	210000	0	0	210000	0	0	210000	0	0	0	210000	420000	1260000
Modelo 4 (123 m ²)	0	0	0	270000	0	0	270000	0	0	0	0	0	540000
Estacionamiento	0	0	0	0	0	0	0	29000	0	0	0	0	29000
Tienda	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	505000	425000	929000	929000	436000	430000	677000	276000	351000	141000	561000	555000	5753000
Inicial	75750	63750	139350	139350	65400	64500	101550						
Total ingresos	75750	63750	139350	139350	65400	64500	101550	3564650	351000	141000	561000	555000	5753000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 48*Proyección mensual de ingresos segundo año (en soles)*

Modelo	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	
Modelo 1 (43 m ²)	0	0	93000	0	93000	0	93000	0	0	0	0	0	279000
Modelo 1 (61 m ²)	0	0	0	0	135000	0	0	0	135000	0	0	0	270000
Modelo 2 (65 m ²)	141000	0	0	0	141000	0	0	0	0	0	0	0	282000
Modelo 3 (73 m ²)	154000	0	154000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	308000
Modelo 1 (91.75 m ²)	0	197000	0	0	0	0	0	0	0	0	197000	0	394000
Modelo 2 (94 m ²)	202000	202000	0	202000	202000	0	202000	202000	0	0	202000	202000	1616000
Modelo 3 (98.5 m ²)	0	210000	210000	420000	0	420000	0	210000	0	210000	0	210000	1890000
Modelo 4 (123 m ²)	0	0	0	0	0	0	540000	0	0	0	0	0	540000
Estacionamiento	0	0	0	29000	0	58000	0	58000	58000	29000	29000	29000	290000
Tienda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	497000	609000	457000	651000	571000	478000	835000	470000	193000	239000	428000	441000	5869000
Inicial													
Total ingresos	497000	609000	457000	651000	571000	478000	835000	470000	193000	239000	428000	441000	5869000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49*Proyección mensual de ingresos tercer año (en soles)*

Modelo	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36
Modelo 1 (43 m ²)	0	0	0	93000	0	0	0	0	0	0	0	93000
Modelo 1 (61 m ²)	0	135000	0	0	0	0	0	135000	0	0	0	135000
Modelo 2 (65 m ²)	141000	282000	141000	0	0	0	0	141000	141000	0	0	282000
Modelo 3 (73 m ²)	0	0	0	0	154000	0	154000	0	0	154000	154000	0
Modelo 1 (91.75 m ²)	197000	0	197000	197000	394000	394000	197000	197000	0	197000	0	197000
Modelo 2 (94 m ²)	202000	0	202000	0	202000	0	0	202000	0	0	404000	0
Modelo 3 (98.5 m ²)	0	0	0	420000	0	0	210000	0	420000	0	0	0
Modelo 4 (123 m ²)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Estacionamiento	29000	29000	29000	29000	29000	29000	58000	0	29000	87000	29000	58000
Tienda	0	0	0	0	0	340000	0	0	340000	0	340000	0
Oficina	0	0	0	0	0	0	0	0	95000	0	0	0
Inicial	569000	446000	569000	739000	779000	763000	619000	675000	1025000	438000	927000	672000
Total ingresos	569000	446000	569000	739000	779000	763000	619000	675000	1025000	438000	927000	672000

Fuente: Elaboración propia

8.3.2. Presupuesto de costos de la obra (egresos)

El pago del costo directo de la obra se realizará en el periodo de los 2 primeros años, se planifico realizar un contrato bajo la modalidad de “outsourcing o externalización” del total de las obras civiles para lo cual se realizará una licitación a suma alzada.

Tabla 50

Presupuesto de pago de costo de obra

	Primer Año		Segundo Año
1	0	13	500000
2	0	14	500000
3	0	15	500000
4	0	16	500000
5	100000	17	500000
6	100000	18	500000
7	100000	19	500000
8	2600000	20	500000
9	600000	21	1000000
10	600000	22	1000000
11	600000	23	1000000
12	600000	24	1109415
Total	5300000	Total	8309415
Costo de Obra Total		13609415	

Fuente: Elaboración propia

8.4. Presupuesto base

8.4.1. Gastos de personal, administrativos y ventas

Dentro del presupuesto base , se ha proyectado realizar el gasto por el monto de S/654650.00 durante los 03 años, de las cuales el 46.69% representa los gastos en personal, el 27.26% en gastos administrativos y el 26.15% en gastos de venta.

Tabla 51*Gastos de personal, administrativos y ventas primer año*

Personal	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er Año
Administración	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
Subtotal personal	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
EsSalud	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	7,830
CTS			1208,33						3625				4,833
Total Personal	7,903	7,903	9,111	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	99,663
Otros gastos Adm.													
Alquileres	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9,600
Energía y agua	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Telefonía	200	200	200	200	200	200	200	240	240	240	240	240	2,640
Supervisor de Obra	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	42,000
Seguro CAR 0.25% del costo total del proyecto	8506	8506	8506	8506									34,024
Útiles de Oficina	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	150	150	1,600
Otros	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000
Total Gastos Administrativos	13,506	13,506	13,506	13,506	5,050	5,050	5,090	5,090	5,090	5,090	5,090	5,090	94,664
Gastos de ventas													
Publicidad	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24,000
Comisiones	2525	2125	2335	4645	2180	2150	3385	1380	1755	705	2805	2775	28,765
Total Gastos de Ventas	4,525	4,125	4,335	6,645	4,180	4,150	5,385	3,380	3,755	2,705	4,805	4,775	52,765

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52*Gastos de personal, administrativos y ventas segundo año*

Personal	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	Total 2do Año
Administración	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
Subtotal personal	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
EsSalud	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	7,830
CTS			3625						3625				7,250
Total Personal	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	102,080
Otros gastos Adm.													
Alquileres	880	880	880	880	880	880	880	880	880	880	880	880	10,560
Energía y agua	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Telefonía	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Supervisor de Obra	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	42,000
Seguro CAR 0.25% del costo total del proyecto													0
Útiles de Oficina	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Otros	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000
Total Gastos Administrativos	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	62,040
Gastos de ventas													
Publicidad	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24,000
Comisiones	2485	3045	2285	3255	2855	2390	4175	2350	965	1195	2140	2205	29,345
Total Gastos de Ventas	4,485	5,045	4,285	5,255	4,855	4,390	6,175	4,350	2,965	3,195	4,140	4,205	53,345

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53*Gastos de personal, administrativos y ventas tercer año*

Personal	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes 36	Total 3er Año
Administración	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
Subtotal personal	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	7,250	87,000
EsSalud	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	652.5	7,830
CTS			3625						3625			1,813	9,063
Total Personal	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	9,715	103,893
Otros gastos Adm.													
Alquileres	968	968	968	968	968	968	968	968	968	968	968	968	11,616
Energía y agua	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Telefonía	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2,880
Supervisor de Obra Seguro CAR 0.25% del costo total del proyecto													0
Útiles de Oficina	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800
Otros	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,000
Total Gastos Administrativos	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	21,096
Gastos de ventas													
Publicidad	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24,000
Comisiones	2845	2230	2845	3695	3895	3815	3095	3375	5125	2190	4635	3360	41105
Total Gastos de Ventas	4,845	4,230	4,845	5,695	5,895	5,815	5,095	5,375	7,125	4,190	6,635	5,360	65,105

Fuente: Elaboración propia

8.4.2. Flujo de caja de operación y financiera

Considerando que se trata de un proyecto de envergadura, se desarrollará en un periodo de 36 meses hasta el cierre de este, estamos considerando una estimación objetiva promedio de acuerdo con el cronograma valorizado de construcción y el estimado de proyección de ventas.

Los ingresos esperados por la venta de los departamentos, tiendas y estacionamientos son de S/. 19,843,000.00 durante los 3 años, en el primer año estimamos un ingreso de S/. 5,753,000.00, el segundo año de S/. 5,869,000.00 y para concluir el proyecto el monto de S/. 8,221,000.00.

El costo directo del proyecto estamos considerando total de S/. 13,609,415.00 y de acuerdo con el planteamiento proyectado se realizará el pago durante los dos primeros años, en base a certificaciones y avance de obra y estos pagos se dará a partir del 5to mes haciendo un total en el primer año el monto de S/. 5,300,000.00 y el segundo año el monto de S/. 8,309,415.00 culminando con todo lo que refiere a las obras civiles.

También estamos considerando en el flujo los gastos de personal, gastos administrativos, gastos de ventas, cierre del proyecto y post venta, pagos a cuenta del impuesto a la renta e IGV el monto de S/. 1,805,726.00, en el primer año se proyecta a gastar el monto de S/. 633,814.00, el segundo año el monto de S/. 447,053.00 y para cerrar el proyecto se ha contemplado el monto de S/. 724,859.00.

Habiendo contemplado en el estudio la licitación de la Construcción de obras civiles, estratégicamente venimos apalancando los primeros meses con el capital de la constructora que gane la licitación, este capital que se inserta es importante, ya que no se contemplan gastos financieros para nuestra empresa.

También estamos considerando una facilidad crediticia, aprobada al inicio del proyecto por el monto de hasta S/ 5,800,000.00 que se desembolsará de acuerdo con las necesidades de apalancamiento del proyecto, por lo que en el presente estudio planteamos la utilización de esta línea por el monto de S/. 800,000.00 a finales del primer año y el segundo año el monto de S/. 5,000,000.00, los pagarés son desembolsamos al plazo de 12 meses y la TEA del 12.5%.

Las condiciones para el desembolso del financiamiento por parte de la CMAC Huancayo nos solicitan realizar una Pre-Venta del 23 al 30%, por lo que de acuerdo con la proyección realizada se cumplirá con este objetivo como máximo el octavo mes.

También es muy importante señalar respecto a los ingresos por las ventas, estas serán financiadas por la CMAC Huancayo a nuestros clientes, por lo que este apalancamiento no tendrá ningún costo financiero para nuestra empresa.

Tabla 54*Flujo de caja primer año*

	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingresos	75,750	63750	70050	139350	65400	64500	101550	3564650	351000	141000	561000	555000	5,753,000
Costo Directo de Obra					100,000	100,000	100,000	2,600,000	600,000	600,000	600,000	600,000	5,300,000
Gastos de Personal	7,903	7,903	9,111	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	99,663
Gastos Administrativos	13,506	13,506	13,506	13,506	5,050	5,050	5,090	5,090	5,090	5,090	5,090	5,090	94,664
Gastos de Ventas	4,525	4,125	4,335	6,645	4,180	4,150	5,385	3,380	3,755	2,705	4,805	4,775	52,765
Cierre de Proyecto y Post Venta													
Impuesto a la Renta a Cuenta	9,998	8,451	9,291	18,373	8,612	8,527	13,372	1,096	6,933	2,785	11,081	10,996	109,516
IGV	5,103	2,440	2,440	10,354	5,400	3,654	8,385	221,187	4,347	1,746	6,948	5,202	277,206
Costos y Gastos Totales	41,034	36,424	38,683	56,683	131,145	129,283	140,135	2,838,656	631,653	620,229	635,827	633,965	5,933,814
Flujo de Caja Económico	34,716	27,326	31,367	82,570	-65,745	-64,783	-38,585	725,994	280,653	479,229	-74,827	-78,965	-180,814
Caja Inicial	150,000	184,716	212,716	243,409	325,978	260,234	195,450	156,866	882,860	602,207	122,978	48,152	
(+) Pagars (+) Amortización con Interés 1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	800000

	Mes 01	Mes 02	Mes 03	Mes 04	Mes 05	Mes 06	Mes 07	Mes 08	Mes 09	Mes 10	Mes 11	Mes 12
(+) Amortización con Interés 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Flujo de Caja Financiero Acumulado	184,71 6	212,04 1	243,40 9	325,97 8	260,23 4	195,45 1	156,86 6	882,860	602,20 7	122,97 8	48,152	759,18 6

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55

Flujo de caja segundo año

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes24	
Ingresos	497000	609000	457000	651000	571000	478000	835000	470000	193000	239000	428000	441000	5869000
Costo Directo de Obra	500,00 0	500,00 0	500,00 0	500,00 0	500,00 0	500,00 0	500,00 0	500,00 0	1,000,0 00	1,000,0 00	1,000,0 00	1,109,4 15	8,309,415
Gastos de Personal	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	102,080
Gastos Administrati vos	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	5,170	62,040
Gastos de Ventas	4,485	5,045	4,285	5,255	4,855	4,390	6,175	4,350	2,965	3,195	4,140	4,205	53,345
Cierre de Proyecto y Post Venta													-
Impuesto a la Renta a Cuenta	9,817	12,029	9,050	12,762	11,335	9,247	16,516	9,089	3,651	4,624	8,357	8,614	115,090
IGV	6,156	7,543	4,508	12,924	4,248	15,642	9,190	15,543	10,440	7,821	10,162	10,323	114,498
Costos y Gastos Totales	533,53 0	537,68 9	734,54 1	544,01 3	533,51 1	542,35 1	544,95 4	542,05 4	1,033,7 54	1,028,7 12	1,035,7 31	1,145,6 29	8,756,468

	Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes24	
Flujo de Caja Económico	-36,530	71,311	277,541	106,987	37,489	-64,351	290,046	-72,054	-	-	-	-	-
Caja Inicial	-30,814	-67,343	3,967	273,573	166,586	129,097	193,448	96,598	24,544	816,210	1,605,922	2,213,653	
(+) Pagares									500000				5000000
(+) Amortización con Interés 1	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	70,332,71	843992,5174
(+) Amortización con Interés 2									439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	1758317,74
Flujo de Caja Financiero Acumulado			662,323	663,302	315,429	352,083	319,240	184,556	404,269	261,882	1,493,949	279,408	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56

Flujo de caja tercer año

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes36	
Ingresos	569000	446000	569000	739000	779000	763000	619000	675000	1025000	438000	927000	672000	8221000
Costo Directo de Obra									0				0
Gastos de Personal	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	7,903	7,903	7,903	11,528	7,903	7,903	9,715	103,893

	Mes 25	Mes 26	Mes 27	Mes 28	Mes 29	Mes 30	Mes 31	Mes 32	Mes 33	Mes 34	Mes 35	Mes36	
Gastos Administrativos	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	1,758	21,096
Gastos de Ventas	4,845	4,230	4,845	5,695	5,895	5,815	5,095	5,375	7,125	4,190	6,635	5,360	65,105
Cierre de Proyecto y Post Venta	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44	2,444.44			22,000
Impuesto a la Renta a Cuenta	11,142	8,746	11,142	14,523	15,290	13,834	12,032	13,366	18,691	8,360	17,073	13,113	157,311
IGV	11,908	8,713	11,908	12,862	14,509	71,300	17,388	6,688	90,468	20,007	73,331	16,373	355,455
Costos y Gastos Totales	40,000	33,793	43,625	45,184	47,799	103,054	46,620	37,534	132,014	42,218	106,700	46,318	724,859
Flujo de Caja Económico	529,000	412,207	525,375	693,816	731,201	659,946	572,380	637,466	892,986	395,782	820,300	625,682	7,496,141
Caja Inicial	2,918,282	2,389,282	1,977,075	1,451,700	757,884	-26,683	633,263	1,205,643	1,843,109	2,736,095	3,131,877	3,952,177	
(+) Pagares													0
(+) Amortización con Interés 1													0
(+) Amortización con Interés 2	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44	439,579.44				351,663.5

Fuente: Elaboración propia

8.5. Evaluación Financiera

8.5.1. Flujo económico para todo el periodo del proyecto

Tabla 57

Flujo económico para el periodo del proyecto

Año	0	1	2	3
Ingresos		5.753.000	5.869.000	8,221,000
Egresos	1.907.035	5.933.814	8.756.468	724,859
Flujo de Caja Económico	-1.907.035	-180.814	-2.887.468	7,496,141
Flujo actualizado	-1.907.035	-165,647	-2,423,390	5,763,642
Flujo acumulado	-1.907.035	-2,072,682	-4,496,073	1,267,570

Fuente: Elaboración propia

8.5.2. Criterios de evaluación

Tabla 58

VAN / TIR

VAN	1,267,569.57
B/C	1.66
Periodo recuperación	2.78 años
TIR	24.01%

Fuente: Elaboración propia

El proyecto arroja un VAN positivo de 1 267 569 57 soles, que, en relación con el monto invertido, significa una relación beneficio costo de 162%, es decir 62 centavos por cada sol invertido. Por lo tanto, este indicador reafirma la razón de aceptar el proyecto.

En esta evaluación económica, la inversión se recupera en 2.78 años, es decir 2 años 8 meses.

Tabla 59

Costo Promedio Ponderado de Capital – WACC

Fuente de financiamiento	Monto	Participación	Costo	Promedio Ponderado WACC
Préstamo	5,800,000.00	75%	8.81%	6.63%
Capital	1,907,035.00	25%	10.20%	2.52%
Total	7,707,035.00	100%		9.16%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60

Indicadores para el cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital – WACC

Tasa de Interés de Oportunidad	10.20%
Tasa de Interés	12.5%
Impuesto	29.5%
Costo Deuda	8.81%

Fuente: Elaboración propia

La **tasa interna de oportunidad TIO (10.20%)** es la tasa de retorno de la inversión que se aplica al cálculo del valor presente. En otras palabras, sería la tasa de retorno mínima prevista como inversionistas que se elige al aceptar una cantidad de dinero en el futuro, al compararla con la misma cantidad en la actualidad.

La tasa interna de oportunidad que se elige para el cálculo del valor presente es altamente subjetiva, porque es la tasa de rendimiento mínima que se esperarías recibir si se invirtieran los soles de hoy por un período de tiempo. (Contreras, 1998, p. 469)

El Costo promedio de Capital WACC es 9.16% utilizado para hallar el Flujo Actualizado y si se compara con la **TIR** obtenida que es igual a **24,01%** con el **WACC** obtenido del **9.16%** es evidente que la TIR es mayor, lo que quiere decir que **se acepta el proyecto** debido a que está generando más de lo que le cuesta financiarse con deuda y patrimonio.

La integración de la **TIR**, el **VPN** y el **WACC** se utiliza con el objetivo de estudiar la viabilidad de la empresa con la rentabilidad del proyecto de inversión, concluyendo si la TIR es mayor que el WACC y el VPN es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es viable.

Tabla 61*Flujo financiero neto*

Año	0	1	2	3
Préstamo	0	800.000	5.000.000	0
Amortizaciones	0	0	-2.636.853	-3.563.315
Flujo Financiero Neto	0	800.00	2.363.147	-3.563.315

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62*Evaluación financiera*

Año	0	1	2	3
Flujo de Caja Financiero	-1.907.035	619.186	-524.321	3.932.826
Flujo actualizado	-1.907.035	567.250	-440.051	3.023.876
Flujo acumulado	-1.907.035	-1.339.785	-1.779.836	1.244.040

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63*VANF / TIRF*

VAN	1.244.040
B/C	1,65
Periodo recuperación	2.59 años
TIRF	31,24%

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

1. En resultado a los estudios de análisis y evaluación para comprobar la viabilidad y factibilidad económica del proyecto multifamiliar residencial La Libertad de la Empresa Inmobiliaria HH&C Proyecto y Obras y Construcciones SAC, se concluye lo siguiente:

Existe una gran demanda insatisfecha en el mercado al que se pretende ingresar, en vista de que la oferta actual no cubre las necesidades de la demanda, debido a la reducida cantidad de viviendas multifamiliares en la región Junín, y que por lo tanto resultan insuficientes para satisfacer las necesidades de la creciente demanda, que tiene interés y el poder adquisitivo necesario para demandar las infraestructuras.

También se observó que las condiciones de mercado que caracterizan a este tipo de giro, corresponden a mercados de tipo competitivo, puesto que existen, como ya se mencionó, sólo pocas constructoras que ofrecen ofertas con proyectos adecuados, sin que uno en particular domine todo el mercado. Determinando que el proyecto en estudio es económicamente rentable en virtud de los resultados obtenidos mediante la aplicación de métodos y criterios de evaluación que consideran el valor del dinero a través del tiempo.

2. Respecto al Objetivo Específico “Determinar la demanda de viviendas multifamiliares en la región”

Los datos revelados determina la demanda de viviendas, determinado en la metodología de investigación cuantitativa que tomó como inicio la población de referencia 26 342 núcleos familiares viven en una vivienda alquilada en el departamento de Junín provincia de Huancayo, según el estudio de demanda de viviendas a nivel nacional de las ciudades principales - Hogares No Propietarios – realizado por fondo Mi Vivienda y elaborado por el Instituto CUANTO el 2108, también, se realizó una encuesta a 180 personas en el departamento de Junín y se determinó como mercado potencial del 43.98% que son personas que se encuentran en el rango de edad de 18 a 45 años y

cuenta con ingresos en el rango de S/ 2,127 a S/ 6,601, se obtuvo como mercado disponible del 39.73% respecto al mercado potencial, que tienen la necesidad de comprar un departamento o condominio, el mercado objetivo es del mercado disponible que planean comprar en un plazo máximo de 2 años, nuestro mercado objetivo es el 4.62%.

3. Respecto al objetivo específico “Estimar la inversión y costos de un proyecto de vivienda”

Los datos obtenidos en el trabajo de campo permitieron determinar que el flujo de caja del proyecto requiere una Pre-inversión de S/. 1´907,035.00. Que será aportada por los socios representante de la Empresa Negocios e inversiones VIALVA E.I.R.L con el monto de S/. 1´000,000.00 y los socios Víctor Gerardo Cárdenas Silva y Cinthia Gandhi Huamán Mendoza aportaran el monto de S/. 453,517.50 respectivamente.

4. Respecto al objetivo específico “Factibilidad económica y financiera del proyecto de inversión Residencial Libertad ”

Se ha determinado en la evaluación del proyecto una rentabilidad del 31.74% lo que permitirá a la empresa cumplir su objetivo empresarial e introducirse en proyectos de gran envergadura.

5. Respecto al objetivo específico “Obtener la rentabilidad proyectada para el consorcio como para los inversores”.

Los costos de financiamiento influyen favorablemente en la oferta inmobiliaria del proyecto de inversión accesibles económicamente al núcleo familiar del nivel socio económico B, C y D de la región Junín.

Recomendaciones

1. Se recomienda implementar el proyecto, gracias a la expectativa de la rentabilidad que se va a conseguir.
2. La presente investigación puede servir de base para futuros investigadores que van a evaluar proyectos inmobiliarios para que les sirva como punto de partida.
3. La Empresa realizará el proyecto y probablemente terminando el mismo se invertirá en otro proyecto para asegurar el crecimiento de este.

Bibliografía

- Allen D. & Gorgeon A. (2008).** Las Cinco Fuerzas como Herramienta Analítica. IE Business School. Madrid, España Setiembre
- Álvarez M. (2006).** Manual de Planeación Estratégica. Panorama Editorial. México.
- Álvaro A. (2001).** Gerente de Operaciones de Inversiones Delta S.A - “Gestión de Calidad en Proyectos inmobiliarios”, Artículo revista BIT, Chile, Setiembre 2001.
- Andía, W. (2011).** Proyectos de inversión. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- BBVA Situación Inmobiliaria Perú (2012).** Recuperado el 17 de Julio de 2017 de: <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-inmobiliaria-peru-2012/>
- CAPECO 2008.** El Mercado de Edificaciones Urbanas de en Lima Metropolitana y el Callao XIII Estudio. Lima: CAPECO
- Características de los Hogares (2017).** Capítulo 6 – Perfil Sociodemográfico. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Recuperado el: 17 de Setiembre de 2019: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap06.pdf
- Castañeda, C. (2012).** Estudio de factibilidad para instalar una entidad crediticia dirigida a la pequeña y microempresa en el distrito de Miraflores, Lima. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Contreras, M. (1998).** Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Unisur
- Chiavenato, I. (2009).** Gestión del Talento Humano (3 a ed.). México D.F: Mc Graw Hill.
- D’Alessio, F. (2004).** Curso de Dirección Estratégica. Lima, Centrum, Centro de Negocios de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Duran, R. (2010).** Residente Obras Privadas – ICG. Primera Edición. Perú.
- Duran, R. (2011).** Gestión y Dirección de Empresas Constructoras – ICG. Segunda Edición. Perú 2011.

- El Comercio. (2016).** *AFP 25%: Inmobiliarias esperan demanda de 10.000 unidades.* Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Economía: http://elcomercio.pe/economia/negocios/afp-25-inmobiliarias-esperan-demanda-10000-unidades-noticia-1914850?ref=flujo_tags_48355&ft=nota_5&e=titulo
- Fondo mi Vivienda. (2014).** *Investigaciones.* Recuperado el 27 de julio de 2016, de información del mercado inmobiliario y estadísticas: <http://www.mivivienda.com.pe/PortalWEB/inversionistas/pagina.aspx?idpague=138>
- Fondo mi Vivienda. (2018).** *Investigaciones.* Recuperado el 27 de julio de 2016, de información del mercado inmobiliario y estadísticas: <http://www.mivivienda.com.pe/PortalWEB/inversionistas/pagina.aspx?idpague=138>
- Fred D. (2008).** *Conceptos de Administración Estratégica*, Decimoprimer edición. México, Pearson Educación.
- Goodstein, L., Nolan, T. & Pfeiffer, W. (2005),** Editorial Mc Graw Hill. Bogotá D.C.
- GTD Ingenieros Consultores (2009),** “Regulación del Mercado de Corretaje de propiedades”.
- Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos (2010).** Guía del PMBOK – 4ta Edición, UPC, Lima.
- Hitt, Ireland & Hoskisson, (2007).** “Administración Estratégica”, Séptima Edición, Edit. CENGAGE Learning. México.
- Ingrid, R. (2010).** *Pontificia Universidad JAVERIANA.* Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de Repositorio Institucional: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9255>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2007).** *Censos.* Recuperado el 25 de Julio de 2016, de Estadísticas: <http://censos.inei.gob.pe/Censos2007/IDSE/>
- Izquierdo, M. & Salazar, E. (2006).** Balance Score Card para una entidad Pública con enfoque social. Universidad de los Andes, Facultad de Administración de Empresas. Bogotá D.C.
- Jofré, E. (2012).** “Diseño y Ejecución de estrategias de Negocio”.

Junin Compendio Estadístico 2017 (2017) Instituto Nacional de Estadística e Informática, Recuperado el 26 de Setiembre de 2019:
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1497/libro.pdf

Kinrear & Taylor. (2000). Investigación de mercados. Santafé de Bogotá: McGraw Hill.

Kotler & Armstrong. (2008). Fundamentos de Marketing (Octava ed.). México DF: Pearson Prentice Hall.

Leal, R. & Urrutia, Y. (2008). “Plan de Negocios: Corredora de Propiedades Rentersur”; U. de Chile; Facultad de Economía y Negocios, Chile.

Levine, K. & Berenson (2006). Estadística para administración. México: Pearson Prentice Hall.

Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento. (2019). *Panorama económico nacional y el sector construcción.* Recuperado el 17 de setiembre de 2019, de Información Estadística:
<http://www3.vivienda.gob.pe/Destacados/estadistica.aspx>

Ministerio de Vivienda y Construcción (2016). Plan estratégico institucional. 2008-2015.

Mintzberg, H. (2005). La caída y ascenso de la Planeación Estratégica. Harvard Business Review, Canadá.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). “Business Model Generation”. Recuperado de [http://alvarestech.com/temp/PDP2011/pdf/Business%20Model%20Generation%20\(1\).pdf](http://alvarestech.com/temp/PDP2011/pdf/Business%20Model%20Generation%20(1).pdf)

Perú: Perfil Sociodemográfico Informe Nacional – Censo Nacional (2017), Instituto Nacional de Estadística e Informática Recuperado el 18 de setiembre de 2019:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1539/libro.pdf

Población del Perú (2018). Población del Perú totalizó 31 millones 237 mil 385 personas al 2017, Instituto Nacional de Estadística e Informática Recuperado el 17 de Setiembre de 2019:

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/poblacion-del-peru-totalizo-31-millones-237-mil-385-personas-al-2017-10817/>

Porter, M. (2009). “Ventaja Competitiva”, Ediciones Deusto. Barcelona.

Porter, M. (2017). Ser Competitivo. Ediciones Deusto. Barcelona.

Portus, L. (2012). Matemáticas Financieras (7 a ed.). Bogotá: McGrawHill.

Sallenave, P. (2004). Gerencia y Planeación Estratégica. Editorial Norma.

Sapag Ch., N. & Sapag Ch. R. (2003). Preparación y evaluación de proyectos, 4ta. Edición. México, McGraw Hill.

Serna, H. (2000). Gerencia Estratégica. 3R Editores. Séptima Edición. Bogotá D.C.

Tinsa Perú, (2012). Informe de Coyuntura Inmobiliaria – 2° Trimestre del 2012.

Werther, W. & Davis, K. (2000). Administración de Personal y Recursos Humanos (5 a ed.). México D.F: McGrawHill.

Anexos

Anexo 1. “Instrumentos de investigación”

ENCUESTA

1. ¿Usted estaría dispuesta a comprar un departamento?
 - a) Si
 - b) No

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - a) 24 a 30 años
 - b) 31 a 37 años
 - c) 37 a 42 años
 - d) Más de 42 años

3. ¿Sexo de la persona?
 - a) Masculino
 - b) Femenino
 - c) Otro

4. ¿Con que nivel educativo cuenta?
 - a) Superior Universitaria Completa
 - b) Superior Universitaria Incompleta
 - c) Superior No Universitaria Completa
 - d) Superior No Universitaria Incompleta
 - e) Secundaria Completa
 - f) Secundaria Incompleta
 - g) Primaria Completa
 - h) Primaria Incompleta
 - i) Inicial
 - j) Sin Instrucción

5. ¿Estado civil de la persona?
- a) Conviviente
 - b) Separado
 - c) Divorciado
 - d) Viudo
 - e) Casado
 - f) Soltero (pasar a la pregunta 7)
6. ¿Promedio de integrantes de su familia?
- a) 2
 - b) 3
 - c) 4
 - d) Más de 4 personas
7. ¿Trabaja actualmente?
- a) Si
 - b) No
8. ¿Cuál es su condición laboral?
- a) Dependiente
 - b) Independiente con recibos por honorarios
 - c) Independiente con negocio
 - d) Otros: _____
9. ¿Cuántos son tus ingresos brutos?
- a) Menos de S/ 700
 - b) S/ 700 a S/ 1500
 - c) S/ 1501 a S/ 2300
 - d) S/ 2301 a S/ 3000
 - e) Más de S/ 3000
 - f) No cuenta con ingresos

10. ¿Cuál es su condición laboral de su pareja?
- e) Dependiente
 - f) Independiente con recibos por honorarios
 - g) Independiente con negocio
 - h) Otros: _____
11. ¿Cuántos son sus ingresos conyugales?
- a) Menos de S/ 700
 - b) S/ 700 a S/ 1500
 - c) S/ 1501 a S/ 2300
 - d) S/ 2301 a S/ 3000
 - e) Más de S/ 3000
 - f) No cuenta con ingresos
12. ¿Por qué medios usted buscaría información de la venta de un departamento?
- a) Revistas o periódicos
 - b) Medios de comunicación
 - c) Bancos
 - d) Inmobiliarias
13. ¿En qué distrito compraría un departamento?
- a) Huancayo zona centro
 - b) Huancayo periferia (San Carlos, Palian, San Antonio o la Rivera)

 - c) El Tambo
 - d) Chilca
 - e) Pilcomayo
 - f) Otros: _____
14. ¿De cuántos metros cuadros prefiere su departamento?
- a) 43 m²
 - b) 61 m² a 65 m²

- c) 73 m²
- d) 91 m² a 94 m²
- e) Más de 95 m²

15. ¿Con cuantas habitaciones le gustaría tu departamento?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) Más de 3

16. ¿Con cuántos baños le gustaría su departamento?

- a) 1
- b) 2
- c) Más de 2