

UNIVERSIDAD DE PIURA

PAD ESCUELA DE DIRECCIÓN



**PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPANSIÓN DE EMPRESA
INMOBILIARIA A LIMA**

Trabajo de investigación para optar el Grado de
Máster en Dirección de empresas

**PAMELA SESIVEL QUIROZ MANRIQUE
CARLOS ALBERTO TORO POLO**

Asesor: Pablo Domínguez Estrada

Lima, septiembre de 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios desarrolla el proceso de expansión de una empresa inmobiliaria que opera en la ciudad de Arequipa hacia nuevos mercados del Perú.

Se pretende demostrar la viabilidad de la expansión inicial al mercado inmobiliario de Lima para lo cual se estudiará en detalle el mismo, además del perfil completo del cliente objetivo y la oferta a través de los competidores.

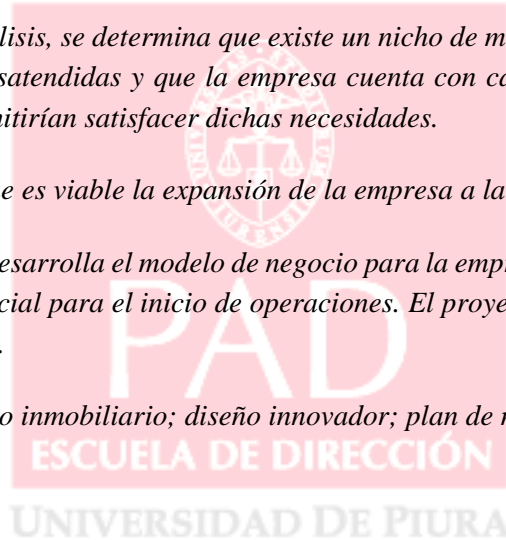
Por otra parte, se analizarán las competencias desarrolladas por la empresa y su potencial para aprovechar la oportunidad de negocio identificada, específicamente en el nicho de mercado del Segmento Lima Top.

Como resultado del análisis, se determina que existe un nicho de mercado que tiene necesidades total o parcialmente desatendidas y que la empresa cuenta con capacidades desarrolladas y/o potenciales, que le permitirían satisfacer dichas necesidades.

Es decir, se concluye que es viable la expansión de la empresa a la ciudad de Lima.

La presente propuesta desarrolla el modelo de negocio para la empresa en Lima e incluye el plan de operaciones y comercial para el inicio de operaciones. El proyecto inicial se desarrollará en el distrito de Miraflores.

Palabras clave: *mercado inmobiliario; diseño innovador; plan de negocios; expansión*



ABSTRACT

This business plan develops the expansion process of a real estate company that operates in the city of Arequipa towards new markets in Peru.

The intention is to demonstrate the viability of the initial expansion to the Lima real estate market, for which it will be studied in detail, in addition to the complete profile of the target client and the offer through the competitors.

On the other hand, the competencies developed by the company and its potential to take advantage of the identified business opportunity will be analyzed, specifically in the market niche of the Lima Top Segment.

As a result of the analysis, it is determined that there is a market niche that has totally or partially neglected needs and that the company has developed and / or potential capabilities that would allow it to satisfy those needs.

In other words, it is concluded that the expansion of the company to the city of Lima is feasible.

This proposal develops the business model for the company in Lima and includes the operations and commercial plan for the start of operations. The initial Project will be developed in the Miraflores district.

Keywords: *real estate market; innovative design; business plan; expansion*



TABLA DE CONTENIDO

Resumen ejecutivo.....	iii
Abstract.....	v
Índice de figuras	xi
Índice de tablas	xiii
Índice de anexos	xv
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1. Descripción de la Empresa	3
1.1. Historia de la empresa	3
1.2. Misión y visión	4
1.3. Análisis interno de la empresa en Arequipa	4
1.4. La organización	5
1.5. Resultados económicos	7
1.6. Principales proyectos desarrollados y en cartera.....	8
CAPÍTULO 2. Expansión a Lima	15
2.1. La oportunidad.....	15
2.2. Análisis de la industria, clientes y competencia	15
2.2.1. Análisis del contexto país	15
2.2.2. Mercado inmobiliario en Lima.....	17
2.2.3. Análisis de la competencia	23
2.2.4. Segmentación	27
2.2.5. Análisis de cliente objetivo.....	29
2.3. Descripción de la empresa y producto.....	31

2.3.1. La organización para la expansión	31
2.3.2. Análisis del entorno	32
2.3.3. Análisis interno de la empresa en Lima	34
2.3.4. Estrategia	35
2.3.5. Propuesta de valor	36
CAPÍTULO 3. Plan de operaciones	39
3.1. Ubicación y compra del terreno	39
3.2. Diseño	39
3.3. Elaboración del expediente técnico y obtención de la licencia de construcción .	40
3.4. Financiamiento de la construcción	40
3.5. Construcción.....	40
3.6. Programación de obra.....	41
3.7. Acabados	41
3.8. Venta.....	41
3.9. Post venta.....	41
CAPÍTULO 4. Plan comercial	43
4.1. Posicionamiento	43
4.2. Go to Market.....	43
4.2.1. Proceso de decisión y compra del cliente final.....	43
4.2.2. Proceso de venta	46
4.2.3. Corredores inmobiliarios	47
4.3. Estrategia de precios.....	47
4.3.1. Principales componentes del precio	48
4.3.2. Ingresos adicionales por ejecución de obras adicionales.....	48

4.3.3. Descuentos por preventa.....	49
CAPÍTULO 5. Plan Financiero	51
5.1. Bases del cálculo de flujos y resultados	51
5.2. Resultados económicos	52
5.2.1. Escenario optimista	52
5.2.3. Escenario prudente	53
5.2.4. Escenario pesimista	53
5.3. Estado de ganancias y pérdidas	55
5.4. VAN y TIR.....	57
Conclusiones.....	59
Bibliografía.....	61
Anexos.....	63



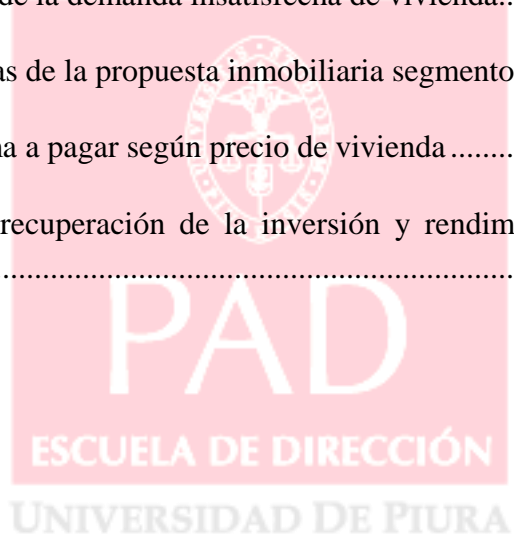
ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fachada Edificio Vivienda Multifamiliar “El Bosque”	9
Figura 2. Facha Edificio Vivienda Multifamiliar “Cayma”	10
Figura 3 Fachada Edificio Vivienda Multifamiliar “Miradores”	11
Figura 4. Fachada Edificio Vivienda Multifamiliar “Vallecito”	12
Figura 5. Fachada Edificio Vivienda Multifamiliar	13
Figura 6. Próximo Proyecto Multifamiliar Cayma - Arequipa.....	14



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Oferta por sector urbano.....	18
Tabla 2. Oferta total de vivienda según precio de venta	19
Tabla 3. Viviendas vendidas según precio de venta.....	20
Tabla 4. Demanda potencial, interés de compra y demanda efectiva 2016.....	22
Tabla 5. Distribución de la demanda efectiva de vivienda.....	22
Tabla 6. Distribución de la demanda insatisfecha de vivienda.....	23
Tabla 7. Características de la propuesta inmobiliaria segmento Lima Top.....	27
Tabla 8. Cuota máxima a pagar según precio de vivienda	28
Tabla 9. Tiempo de recuperación de la inversión y rendimiento sobre inversión del accionista	55



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Simulación web de financiamiento bancario	63
Anexo 2. Flujo de caja escenario optimista	64
Anexo 3. Flujo de caja escenario prudente	65
Anexo 4. Flujo de caja escenario pesimista	66
Anexo 5. Flujos para cálculo de VAN y TIR	67

