



**Plan de negocio para la puesta en marcha de un condominio vacacional
bajo el régimen de propiedad fraccionada**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para
obtener el grado de Magister en Gestión y Desarrollo Inmobiliario por:**

Marcoantonio Balbuena Gamarra

Jorge Antonio Duran Gonzales

Héctor Albert Lavado Sánchez

Sandra María Cristina Román Salvador

Programa de la Maestría de Gestión y Desarrollo Inmobiliario

Lima, 13 de febrero del 2020

Esta tesis:

**Plan de negocio para la puesta en marcha de un condominio vacacional
bajo el régimen de propiedad fraccionada**

ha sido aprobada.

.....
Ricardo Emilio Salinas Vilcachagua (Jurado)

.....
José Antonio Diaz Fiol (Jurado)

.....
Martha Cecilia Esteves Dejo (Asesor)

Universidad ESAN

2020

DEDICATORIAS

En primer lugar, a Dios y a nuestros padres, quienes siempre nos apoyan en el crecimiento personal
A nuestros compañeros de la promoción
MAGDI 2017, con quienes nos llevamos éxitos y aprendizaje en este programa de maestría.

MARCOANTONIO BALBUENA GAMARRA
correo electrónico: mbalbuena@hotmail.com

Profesional con sólida formación en valores, una persona minuciosa y proactiva con habilidades para trabajar en equipo y que gusta lograr sus objetivos, con 16 años de experiencia en el campo de la arquitectura: elaboración de proyectos, supervisión de obras, saneamiento físico legal de inmuebles, consultoría en seguridad, asimismo experiencia en trámites municipales.

EXPERIENCIA LABORAL

Desde hace 5 años vengo desempeñando como profesional independiente, desarrollando proyectos de arquitectura, saneamiento físico legal, asesoría en temas inmobiliarios y de seguridad.

GRUPO RPP

Enero 2010- Actualidad

Consultor externo, en temas referidos a la implementación de las condiciones de seguridad en locales a nivel nacional, proyectos de edificaciones nuevas, remodelaciones, ampliaciones

MINISTERIO DE EDUCACION

Marzo - Set. 2012

Servicios de Consultoría
Supervisión de trabajos de mantenimiento de Instituciones Educativas
Región Cuzco y Puno

Junio - Agosto 2012

MUNICIPALIDAD DE SAN ISIDRO

Trabajos en Consultoría de Seguridad
Subgerencia de Defensa Civil,

Enero 2010 - Mayo 2011

MUNICIPALIDAD DE LA VICTORIA

Subgerencia de Obras Privadas, Catastro y Control Urbano
Supervisor de Obras,

MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA

Nov. 2009 - Dic. 2009

Subgerencia de Defensa Civil
Inspector Técnico de Seguridad en Defensa Civil

Feb. 2007 - Junio 2009

Gerencia de Desarrollo Urbano - Subgerencia de Autorizaciones Urbanas
Inspector Técnico

Ene – Dic. 2000

CASA DE LA GOBERNACIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA-ARGENTINA

Proyecto: Censo en la Provincia de Córdoba
Relevamiento y digitalización de población en el marco catastral, INDEC

1997 – 2001

TELEZPACIO ARGENTINA

Proyecto: Edición de cartas y planos catastrales de la
Provincia de Chubut – Entre Ríos – Buenos Aires – Córdoba

1996 – 1997

TELECOM ARGENTINA - INGECOM

Proyecto: Relevamiento y digitalización de redes y centrales telefónicas.
Córdoba

ESTUDIOS PROFESIONALES

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS

Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario
MAGDI 2017

GRADO MÁXIMO DE ARQUITECTO

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina – octubre 2001
Colegio de Arquitecto del Perú
Miembro ordinario activo – agosto 2003

OTROS ESTUDIOS

Inspector Técnico en Edificaciones
Resolución Jefatural N° 143-2015-CENEPRED/J
Estimador de Riesgos INDECI
Resolución Subgerencia N° 030-2011-MML-SGDC
Verificador Responsable SUNARP
CIV N° 006862VCZRIX.
Inglés (nivel principiante)

JORGE ANTONIO DURÁN GONZALES
correo electrónico: antonio_mdc@hotmail.com

Profesional en Ingeniería Civil con 5 años de experiencia en Gestión y Desarrollo Inmobiliario dentro sector retail especializado con sólidos valores morales, liderazgo, alto nivel de comunicación, sumamente ordenado y responsable, con gran capacidad de trabajo en equipo y bajo presión.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

BATA GROUP – EMCOMER

Mayo 2019 – Actualidad

Líder Real Estate

Líder del plan anual de expansión estratégica de la empresa, identificando y evaluando oportunidades de negocio para la apertura, ampliación y traslado de tiendas a nivel nacional. Administración eficiente de los inmuebles alquilados y propios de la empresa, rentabilizando y controlando el presupuesto asignado.

Líder del plan anual de mantenimiento y proyectos de infraestructura de la cadena de tiendas a nivel nacional, garantizando la renovación de los certificados INDECI, licencias y autorizaciones. Responsable de un presupuesto anual de 40 millones de soles.

COMPARTAMOS FINANCIERA – GRUPO GENTERA

Jul. 2017 – Mayo 2019

Coordinador de Gestión Inmobiliaria

Búsqueda, evaluación, negociación y contratación de locales para la implementación de Agencias Financieras a nivel nacional.

Gestión de los inmuebles alquilados y propios de la Financiera, garantizando la administración eficiente de espacios físicos adecuados.

Planificación y control del plan anual de gestiones municipales (INDECI, licencias, autorizaciones de anuncios, arbitrios, prediales, entre otros).

Responsable de un presupuesto anual de 20 millones de soles.

MIBANCO - CREDICORP

Dic. 2014 – Julio 2017

Supervisor de Gestión Inmobiliaria (Marzo 2016 – Julio 2017)

Líder de la ejecución del plan anual de expansión estratégica del Banco a través de su red de oficina.

Gestión de los inmuebles alquilados y propios del Banco, garantizando la administración eficiente de espacios físicos adecuados.

Planificación y control del plan anual de gestiones municipales (INDECI, licencias, autorizaciones de anuncios, arbitrios, prediales, entre otros).

Responsable de un presupuesto anual de 35 millones de soles.

Analista de Infraestructura (Dic. 2014 – Mar. 2016)

Gestión de proyectos de implementación de agencias, ampliaciones y remodelaciones. Supervisión de obras y control presupuestal.

Gestiones municipales (Licencias, INDECI y autorizaciones).

PROSEGUR

Enero 2014 – Dic 2014

Asistente de Inmuebles e Infraestructura

Asistente de proyectos de implementación y remodelaciones de las Plantas corporativas y oficinas administrativas.

Negociación de contratos de alquileres, gestión pago de arbitrios e impuestos prediales, pago y rendición de rentas de primera.

ESTUDIOS

ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS
Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario - MAGDI

Jul. 2017 – Abr. 2019

UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL
Bachiller en Ingeniería Civil

Abr. 2008 – Nov. 2013

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS
Diplomado en Gestión de Proyectos Inmobiliarios

Ag. 2015 – Mayo 2016

CONOCIMIENTOS

Saneamiento Físico y Legal de Inmuebles
Agente Inmobiliario.
Técnicas de Negociación
Excel, Ms Project, S10 Intermedio
Autocad Intermedio
Ingles Intermedio

HÉCTOR ALBERT LAVADO SÁNCHEZ
correo electrónico: hectorlavado22@gmail.com

Profesional con más de 5 años de experiencia en el área de geociencias y consultorías en trabajos preoperativos para el desarrollo inmobiliario y gestión de riesgo de desastres.

Experiencia en formulación y ejecución de proyectos de investigación aplicada para la mejora y formación de ciudades resilientes, tales como: Desarrollo de un sistema de alerta temprana de huacos en el poblado de Cajamarquilla; ejecución de estudios de geodinámica y geología en las ciudades de Tacna, Moquegua, Ilo, Cañete, Piura, Talara, Máncora, Huaral, Huacho, entre otros como parte del Programa Presupuestal 068.

Desarrollo de metodologías para el análisis de la vulnerabilidad ante sismos, lluvias intensas y bajas temperaturas; además de estudios de suelo y levantamiento topográfico para distintos proyectos inmobiliarios.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Instituto Geofísico del Perú

Feb. 2014 – actualidad

Desarrollo de estudios de geodinámica y geología para el programa presupuestal 068 en las ciudades ubicadas en el litoral peruano.

Formulación y ejecución de proyectos de investigación aplicada como aporte para la formación de ciudades resilientes ante riesgo de desastres.

Redacción de artículos e investigaciones científicas como aporte a la planificación de ciudades resilientes.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Nov. 2018 – Julio 2019

Desarrollo de metodología para el análisis de vulnerabilidad ante lluvias intensas, sismos y bajas temperaturas.

Creación y manejo de base de datos de zonas de riesgo ante sismos, lluvias intensas y bajas temperaturas.

Otras Consultorías

Enero 2017 – actualidad

Las siguientes actividades fueron y son ejecutadas a reconocidas empresas inmobiliarias y estudios de arquitectos:

Estudios topográficos para la ejecución de proyectos inmobiliarios.

Estudios de mecánica de suelos para proyectos inmobiliarios.

Estudios de riesgo de desastres para el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

ESTUDIOS

- **ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS** (2017- 2019)
Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario
- **UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS** (2009 - 2013)
Geografía

ESPECIALIZACIONES

- **UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS** (2015 – 2016)
Especialización en Formulación, Evaluación y Ejecución de Proyectos de Inversión Pública.
- **ESAN GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS** (2014 – 2015)
Diplomado en Relaciones Comunitarias

OTROS CURSOS

- Sistema de información geográfica y cambio climático.
- Modelado de zonas de riesgo ante eventos de origen natural y vulnerabilidad.
- Autocad y Programación en R.

Arquitecta con más de 10 años de experiencia en el sector retail y de vivienda. Sólidos conocimientos en la elaboración de tasaciones, estudios de factibilidad, diseño de proyectos, negociación de contratos, análisis presupuestal y supervisión de obra con enfoque en la rentabilidad. Con capacidad de liderazgo, proactividad, innovación, compromiso y orientada a los resultados.

EXPERIENCIA LABORAL

INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA – ISIL

Docente de Diseño de Interiores

2019 - Actualidad

- Dictado de clases de los cursos de dibujo técnico, taller de diseño de espacios, ergonomía, teoría e historia.
- Elaboración de contenido para los cursos del segundo año de la carrera de diseño de interiores.
- Elaboración de syllabus y contenido para nuevos diplomados de educación continua.

INTHE CONSULTING

Gerente de Proyectos

2019 - Actualidad

- Coordinación de los proyectos de remodelación de locales ubicados en centros comerciales para una marca de venta de productos varios de bajo costo.
- Elaboración del diseño de arquitectura para un edificio de viviendas vacacionales en el balneario de San Bartolo.
- Colaboración en la realización del estudio de mercado para un nuevo producto inmobiliario.

MIFARMA

Jefe de Proyectos e Infraestructura

2016 - 2018

- Efectividad en el proyecto de remodelación de las oficinas administrativas con capacidad para 75 trabajadores logrando un ahorro del 5% a nivel de costos y tiempo.
- Mejore el control de la ejecución de las obras elaborando el nuevo lineamiento de supervisión de obras consiguiendo una reducción de 15 días en el tiempo de entrega.
- Coordine y supervise el desarrollo de 80 proyectos de locales comerciales a nivel nacional logrando un ahorro del 2% en la optimización de los recursos.
- Efectúe los informes de tasaciones de los locales nuevos para colocarlos en la póliza de seguros logrando minimizar los impactos de la inversión frente a cualquier eventualidad.

SCOTIABANK

Coordinadora de Infraestructura

2013 - 2016

- Supervise el desarrollo del diseño de 20 proyectos de agencias bancarias y oficinas administrativas optimizando los espacios logrando área arrendadas más rentables.
- Atender los proyectos especiales de la empresa por nuevos lanzamientos comerciales logrando cumplir con eficiencia en tiempo y costo.
- Realice un control constante de los presupuestos de inversión de los proyectos asignados logrando un ahorro del 2% en los costos proyectados.
- Supervise el avance de la obra y controlar el adecuado cumplimiento del cronograma de cada proyecto en coordinación con diversas áreas logrando cumplir con varios días de anticipación con las fechas comprometidas.

CORPERES - PAPA JOHNS INTERNACIONAL

Jefe de Desarrollo y Proyectos

2010 - 2013

- Conseguí homologar el concepto High End y supervisar la construcción de la primera tienda de dicho formato para Sudamérica de la marca Papa Johns internacional.
- Elabore el plan de expansión de la marca a nivel nacional hacia el 2020 sustentado en el estudio de mercado de las zonas de Lima y en el radio de cobertura de nuestras tiendas.

- Logre mejorar el presupuesto del área de infraestructura en un 10% mediante la constante supervisión de obra cumpliendo con las metas según los cronogramas planteados bajo las exigencias de nuestra franquicia internacional.
- Realice los informes de tasaciones de los locales para lograr incluirlos en la póliza de seguros logrando proteger los activos de la empresa frente a cualquier eventualidad.
- Coordine la gestión de los trámites municipales para los locales nuevos y el seguimiento a la renovación de las licencias de los locales en funcionamiento logrando efectividad en los tiempos y reduciendo las multas municipales.

CONSTRUCTORES URBANOS

Jefe de Proyectos 2010

MIFARMA

Coordinadora de Proyectos 2008 - 2010

BRINGAS ARQUITECTOS

Analista de Proyectos 2001 - 2008

ESTUDIOS

- **ESAN - Escuela de Administración de Negocios para Egresados**
Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario 2017 - 2019
- **UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**
Arquitectura y Urbanismo (tercio superior) 1993 - 1998

ESPECIALIZACIONES

- **UNIVERSIDAD DE PIURA**
Gestión de Proyectos bajo el Enfoque PMI 2015 - 2016
- **ESAN - Escuela de Administración de Negocios para Egresados**
Diplomado en Gestión de Negocios 2010

OTROS CURSOS

Portugués Avanzado
Italiano Superior
Inglés Intermedio
Microsoft Office, Ms Project, Autocad y Revit.

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Idea de negocio.....	2
1.2. Objetivos.....	2
1.3. Metodología.....	2
1.4. Alcances.....	3
1.5. Justificación.....	4
CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL.....	6
2.1. Definición de propiedad fraccional.....	6
2.1.1. Casos internacionales.....	7
2.2. Indicadores atractivos de la propiedad fraccional.....	9
2.3. La vivienda vacacional en el Perú.....	10
2.3.1. Tipos y modos de uso.....	11
2.3.2. Regulaciones existentes.....	12
CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO.....	14
3.1. Análisis del entorno.....	14
3.1.1. Macroentorno.....	14
3.1.1.1. Económico.....	14
3.1.1.2. Tecnológicas.....	17
3.1.1.3. Sociales.....	18
3.1.1.4. Ecológico.....	19
3.1.1.5. Político-legales.....	20
3.1.2. Microentorno.....	21
3.1.2.1. Fuerza de competencia.....	21
3.1.2.2. Normatividad sobre Habilitación Urbana.....	24

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	26
4.1. Análisis del sector vivienda en Lima.....	26
4.1.1. Breve historia del sector inmobiliario.....	26
4.1.2. Estudio de la vivienda y la familia.....	27
4.1.3. Evolución del sector inmobiliario.....	32
4.1.4. Análisis de la competencia.....	34
4.2. Descripción del mercado objetivo.....	37
4.2.1. Perfil del cliente o comprador.....	37
4.2.2. Definición del mercado objetivo.....	38
4.2.3. Justificación del mercado.....	40
4.2.4. Participación del mercado.....	40
4.3. Investigación del mercado.....	41
4.3.1. Investigación cualitativa.....	41
4.3.2. Investigación cuantitativo.....	45
CAPÍTULO V. DISEÑO DEL PRODUCTO INMOBILIARIO.....	55
5.1. Descripción morfológica de la propuesta.....	55
5.1.1. Localización.....	55
5.1.2. Ubicación.....	56
5.1.3. Configuración urbana.....	57
5.1.4. Características del condominio.....	58
5.1.5. Equipamiento de uso común.....	59
5.1.5. Características de las unidades inmobiliarias.....	61
5.2. Descripción funcional de la propuesta.....	65
5.2.1. Ficha técnica del proyecto.....	65
5.2.2. Aspectos legales.....	66
5.2.3. Calendario de uso.....	69
5.2.4. Condiciones de uso.....	70
5.2.5. Obligaciones del propietario fraccional.....	71
5.2.6. Funciones del administrador.....	72

5.2.7. Servicios y consumos.....	73
CAPÍTULO VI. PLAN DE MARKETING.....	75
6.1. Estrategia de producto inmobiliario.....	75
6.1.1. Segmentación.....	75
6.1.2. Posicionamiento.....	76
6.1.3. Estrategia de servicio.....	77
6.2. Estrategia de Marketing Mix.....	77
6.2.1. Producto inmobiliario.....	77
6.2.2. Estrategia de precio.....	78
6.2.3. Estrategia de plaza.....	79
6.2.4. Estrategia de promoción.....	80
6.3. Estimación de ventas.....	82
6.3.1. Estimación de demanda.....	83
6.3.2. Proyecciones de ventas.....	85
6.4. Replicabilidad del proyecto.....	86
CAPÍTULO VII. PLAN DE OPERACIONES	87
7.1. Estructura organizacional.....	87
7.2. Aspectos legales.....	88
7.2.1. Constitución y legalidad.....	88
7.3. Costos administrativos.....	89
7.3.1. Gastos de personal.....	89
CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO.....	91
8.1. Aspectos económicos y financieros.....	91
8.1.1. Recursos e inversiones.....	91
8.1.2. Estructura de costos y gastos.....	91
8.1.3. Ventas estimadas.....	92
8.1.4. Estado de ganancias y pérdidas.....	93
8.1.5. Tasa de descuento.....	94

8.1.6. Flujo de caja.....	95
8.1.7. Punto de equilibrio.....	96
8.1.8. Análisis de sensibilidad.....	96
8.1.9. Análisis de riesgo.....	98
CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
CAPÍTULO X. BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS.....	102

RESUMEN EJECUTIVO

Grado: Magíster en Gestión y Desarrollo Inmobiliario

Título de la Tesis: Plan de negocio para la puesta en marcha de un condominio vacacional bajo el Régimen de Propiedad Fraccionada

Autores: Marcoantonio, Balbuena Gamarra.
Jorge Antonio, Duran Gonzales.
Héctor Albert, Lavado Sánchez.
Sandra Maria Cristina, Román Salvador,

Resumen:

La oferta de viviendas vacacionales en el Perú, presentó un incremento considerable superior a las 400,000 entre los años 2007 y 2017. El mayor porcentaje de estas se establecen en el sur chico de Lima y se extienden hasta la región de Ica.

Sin embargo, la adquisición de estas propiedades se encuentra limitada por sus altos valores y costos de mantenimiento que las familias no quieren o pueden asumir.

Dada esta situación, se observa un nicho de mercado que puede ser mejor aprovechado por la siguiente idea de negocio:

“Condominio vacacional bajo el régimen de propiedad fraccionada para familias que no pueden o quieren asumir el costo total del activo”

Esta idea implica la apertura y extensión del cliente objetivo a familias de NSE B1, para la adquisición de una vivienda bajo el régimen de propiedad fraccionada, el cual resulta ser muy atractivo.

Una vez definido el cliente objetivo, se conceptualiza el término “propiedad fraccionada”, dado que es el elemento o factor diferenciador del mercado para este plan de negocio, el cual se expresa como:

Un sistema que permite la compra de una parte de una propiedad vacacional, pagando solo por la porción adquirida; el beneficio adquirido es el uso de la propiedad en determinados períodos del año, compartiendo los costos de mantenimiento, pero con el derecho y beneficio legal de un título o escritura pública.

Considerando lo descrito anteriormente, el desarrollo de este plan de negocio está sujeto a los siguientes objetivos planteados:

- Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del mercado inmobiliario de segundas viviendas para uso vacacional.
- Proponer el diseño urbano-arquitectónico de un condominio vacacional.
- Implementar el sistema de Propiedad Fraccionada en el proyecto.
- Evaluar la rentabilidad económica de la implementación de un condominio de uso vacacional en la costa peruana, bajo el sistema de Propiedad Fraccionada.
- Elaborar la estrategia de marketing para un condominio para uso vacacional en la costa peruana bajo el sistema de Propiedad Fraccionada.

A fin de analizar la situación actual del mercado y realizar el diseño urbano-arquitectónico de las viviendas que conforman el condominio, se realizó un estudio de mercado en el cual se observaron características coincidentes, que permitieron el diseño y la evaluación de opción de compra entre los encuestados, cuya muestra representativa para este plan es de 429 personas.

Algunas de las características físicas de las viviendas obtenidas en las encuestas fueron:

- Las viviendas deben ser de un piso constituido por: una sala, un comedor, una cocina, tres dormitorios, tres baños, un patio jardín y una azotea destinada a actividades de recreación al aire libre.
- El condominio debe tener una ubicación atractiva, debe contar con piscina, club house, un restaurante, un minimarket y canchas deportivas.

El lanzamiento y promoción de este producto está sujeto a la estrategia de Marketing Mix, el cual contempla:

- El producto inmobiliario: viviendas vacacionales ubicadas en un lugar turístico por excelencia en Paracas.
- La estrategia de precio: posibilidad de adquirir una vivienda vacacional por la cuarta o quinta parte de su valor.
- Estrategia de plaza: centrada básicamente en la ubicación atractiva del proyecto en Paracas, lugar que goza de sol casi todo el año y atracciones turísticas, como la reserva nacional, islas ballestas y una hermosa bahía para la práctica de deportes.

- Estrategia de promoción: A fin de dar a conocer el producto se entablará alianzas con bancos, campaña digital, compra con amigos y familia, acciones BTL y presencia en ferias especializadas.

Tomando en cuenta el diseño del producto y la estrategia de marketing adoptado para el plan, la etapa de ventas duraría 30 meses y bajo un escenario conservador, se estima un ritmo de ventas promedio de 02 viviendas en los meses de enero a marzo y 01 casa promedio en los meses de abril, mayo y diciembre.

El análisis de viabilidad financiera del presente plan de negocios muestra resultados positivos con una tasa interna de retorno de 36.85%, considerando la ausencia de financiamiento bancario y una inversión aproximada de S/. 14,843,027.

Asimismo, se calculó un precio de venta promedio de S/. 972,634.00 entre 4 a 5 propietarios o familias por vivienda.

Si fuera el caso, se podría realizar una replicabilidad del proyecto teniendo en cuenta que se tiene un amplio mercado potencial y lugares turísticos estratégicos aun no explotados fuertemente por el sector inmobiliario como Chincha y Cerro Azul.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocio propone la adquisición de una segunda vivienda de tipo y uso vacacional, a través de un sistema de financiamiento nuevo en el Perú, pero muy usado en la compra de bienes de lujo a nivel internacional, llamado propiedad fraccional.

El proyecto oferta 26 viviendas de lujo, que forman parte de un condominio cerrado con áreas comunes que facilitan y brindan la comodidad y bienestar de familias de NSE B1. Si bien la propuesta puede resultar atractiva en un primer momento por el cliente y el inversionista, la condición de nuevo, del sistema de financiamiento citado, lo convierte en un producto con riesgo. A fin de reducir esa incertidumbre, en el presente documentos se sustentan factores financieros, económicos, características sociales y análisis del mercado, que conllevan a promover la inversión y apuesta por esta iniciativa inmobiliaria.

Para lograr llevar a cabo el sustento mencionado en el párrafo anterior, se realizaron análisis de flujos financieros y económicos, estudios de mercado, elaboración de un plan de marketing, diagnóstico del entorno, además del desarrollo del producto a través del diseño arquitectónico, los cuales fueron utilizados en el estudio de mercado.

Los aspectos legales respecto a la adquisición y uso de las propiedades son tomados en cuenta de manera estricta, puesto que es un factor importante para el respaldo del proyecto frente a los clientes o usuarios.

1.1. Idea de negocio

Desarrollar un plan de negocio para el lanzamiento y puesta en marcha de un condominio vacacional bajo el sistema de financiamiento de Propiedad Fraccional, para aquellos hogares que no pueden asumir los costos del activo individualmente o no quieren comprometerse con la totalidad del riesgo de la inversión.

1.2. Objetivos

- Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del mercado inmobiliario de segundas viviendas para uso vacacional.
- Proponer el diseño urbano-arquitectónico de un condominio vacacional.
- Implementar el sistema de Propiedad Fraccional en el proyecto.
- Evaluar la rentabilidad económica de la implementación de un condominio de uso vacacional en la Costa Peruana, bajo el sistema de Propiedad Fraccional.
- Elaborar la estrategia de marketing para un condominio para uso vacacional en la costa peruana bajo el sistema de Propiedad Fraccional.

1.3. Metodología

La metodología empleada para el desarrollo y logro de los objetivos del presente Plan de Negocio estará determinada por una secuencia de procedimientos detallados a continuación.

- **Diagnóstico del Mercado**

Se realizará el análisis macro y micro del entorno, considerando las condiciones políticas, económicas, sociales, ecológicas, tecnológicas y de las tendencias innovadoras que puedan impactar en el negocio propuesto.

Se identificarán y analizarán los sectores involucrados en el negocio propuesto, entre estos: el Sector Inmobiliario de Segunda Vivienda. Finalmente se definirá el segmento del mercado donde se desenvolverá el negocio propuesto.

- **Estudio de Mercado**

En esta etapa de la metodología se realizará un estudio a profundidad del segmento del mercado de la Segunda Vivienda, empleando fuentes de información de primera mano, los cuales se obtendrán en un inicio utilizando instrumentos de investigación

cualitativos, que nos permitirán definir el perfil de nuestro consumidor, y se complementarán con la utilización de instrumentos de investigación cuantitativos, los cuales nos definirán la demanda numérica de nuestra propuesta de producto inmobiliario.

Además, con la información obtenida con estos instrumentos, también se realizará el análisis de la oferta competitiva existente, pudiendo descubrir las necesidades insatisfechas de nuestro público objetivo y las potenciales alternativas de solución para éstas, lo cual determinará y definirá la localidad y las propuestas de valor de nuestro producto inmobiliario final.

- **Desarrollo del Producto**

Se realizarán el layout del proyecto y se desarrollarán las especialidades, los cuales tendrán que seguir tendencias innovadoras en diseño, construcción y tecnología de materiales para finalmente realizar las especificaciones técnicas del proyecto.

- **Estrategias y Planes de Marketing**

Se elaborará la matriz de fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas del producto propuesto. Se propondrá en un inicio una estrategia de diferenciación, del cual se derivarán el desarrollo de la estrategia de precios, comunicación y ventas.

- **Evaluación de Rentabilidad del Proyecto**

Se realizará la estructura de costos del proyecto, se definirá la financiación, se realizará el flujo de caja y evaluación de riesgos del proyecto mediante un análisis de sensibilidad.

1.4. Alcances

Esta propuesta brinda a los hogares del NSE B1 la alternativa de adquisición de una segunda vivienda para uso vacacional en un Condominio ubicado en la Costa Peruana, bajo el sistema de Propiedad Fraccional.

Cabe resaltar que, el plan pretende elaborar el diseño urbano y arquitectónico, evaluar la rentabilidad económica y el desarrollo de una estrategia de marketing, con la finalidad de impulsar la comercialización del producto a través del sistema de Propiedad Fraccional.

1.5. Justificación

Nuestra propuesta de una propiedad fraccionada en un condominio vacacional como una alternativa a una segunda vivienda, es un concepto nuevo e innovador en nuestro país destinado a facilitar el acceso a una vivienda lujosa a un grupo de personas que no pueden asumir los costos del activo individualmente o no quieren comprometerse con la totalidad del riesgo de la inversión.

El propietario fraccional participa proporcionalmente de todos los beneficios, privilegios y el mismo gran estilo de vida como si fueran el único dueño, pero teniendo que pagar solamente una fracción de su precio.

El Proyecto se ubicará en Paracas porque es un destino turístico cercano a la ciudad de Lima con un entorno atractivo que genera plusvalía logrando tener fortalezas y ventajas en el mercado inmobiliario.

Por lo dicho, nuestro producto inmobiliario presenta como características más importantes lo siguiente:

- **Rentabilidad**

La propiedad fraccional ofrece una manera simple y sin problemas de equilibrar el tiempo para sus vacaciones con los beneficios de tener una inversión en una segunda vivienda.

- **Dominio pleno de su propiedad**

El propietario fraccional disfruta de todos los derechos y privilegios de ser propietario de un inmueble, es decir, puede vender su propiedad en cualquier momento a cualquier precio, dejarlo como herencia, rentarla, permitir que sus amigos la usen e invitar a huéspedes a compartirla.

- **Gran inversión**

Al igual que un propietario de tiempo completo, si la propiedad se valoriza, también lo hace su fracción. Los propietarios fraccionales pueden vender siempre que lo consideren necesario u oportuno, teniendo un aumento de capital a sus inversiones.

- Ingresos por renta

Si el propietario fraccional lo deseara, previa solicitud, podrá alquilar su periodo de uso (intervalo) de su residencia cuando no la esté utilizando. Los ingresos generados se pueden utilizar para ayudar a pagar sus cuotas de mantenimiento.

El mercado objetivo o target elegido es el NSE B1 de la denominada Lima Top de la generación “X” y el estrato mayor de los millennials; quienes son cazadores de tendencias e innovadores, que cuentan con recursos económicos y/o capacidad para financiamiento para una segunda vivienda que pueden estar ubicados en la playa o en el campo.

CAPÍTULO II. MARCO CONTEXTUAL

Este capítulo, contempla la descripción de la propiedad fraccional aplicado a viviendas de tipo vacacional a nivel mundial.

2.1. Definición de propiedad fraccional

La propiedad fraccional, es un modelo de adquisición de una propiedad vacacional que ha tomado un gran interés en los compradores de bienes raíces internacionales.

Pero ¿Cuál es la definición de una propiedad fraccional y cómo funciona?

Ignacio Coulter, director de Fractional Argentina, señala que es un sistema que permite la compra de una parte de una propiedad vacacional, pagando solo por la porción adquirida; el beneficio adquirido es el uso de la propiedad en determinados períodos del año, compartiendo los costos de mantenimiento, pero con el derecho y beneficio legal de un título o escritura pública.

En términos sencillos, es compartir el derecho y uso de una segunda vivienda entre varias familias, a través de la constitución de una empresa administradora de la propiedad, cuyos socios son los usuarios o propietarios del inmueble.

La cantidad de propietarios que pueda tener el inmueble, dependerá del tiempo de uso vacacional de este por las familias; por ejemplo, si las familias (socios) están dispuestas a ser uso de la propiedad por solo 3 meses al año, la vivienda contará con 4 familias socias o propietarias, quienes pagarán anualmente en partes iguales los gastos de mantenimiento que se demanden. Esto implica que, las familias al hacer uso de sus tiempos y derechos en la propiedad, encontrarán a esta, con el adecuado e igual mantenimiento y servicios prestados a las demás familias socias.

Muchas interrogantes nacen de la relación que pueda tener este sistema con el tiempo compartido, cuyas principales diferencias se basan en:

- La propiedad fraccional oferta la posesión de un bien inmueble, que a diferencia del tiempo compartido, este último solo es la compra al derecho a goce en un tiempo fijo.
- Como todo bien inmueble, la propiedad fraccional se valoriza con el tiempo. La familia poseedora puede vender la parte correspondiente al derecho de participación libremente, al precio que desee.

- Sin duda, el número de copropietarios en la propiedad es limitado y está sujeto al tiempo de goce de las familias en el bien. Como en el ejemplo citado, si los socios quieren el disfrute de la propiedad en un tiempo de tres meses al año, el número de propietarios de la vivienda serán de cuatro.

Fractions Abroad, una empresa estructuradora y operadora del modelo fraccional en Colombia, señala que las propiedades comercializadas bajo este sistema de adquisición, deben ser ofertadas completamente amobladas y administradas para el beneficio de los usuarios, a fin de evitar su estrés por el cuidado de la propiedad, limpieza, tributación y reparación que se demande.

2.1.1. Casos Internacionales

El modelo de propiedad fraccional tuvo origen en Europa, pero con perfeccionamiento en EEUU debido a su aplicación en la adquisición de bienes muebles de lujo tales como yates, aviones, autos, entre otros. Este sistema se fue replicando en el negocio hotelero y recientemente en condominios de lujos de uso vacacional, con ubicación próxima a atractivos turísticos de playa o campo. Algunos casos internacionales se suscitan en los siguientes lugares con sus respectivas características:

a) México

Condominio Valle del Lago, ubicado en la localidad del mismo nombre, a 5 minutos en vehículo de Tapalpa. Es un proyecto que permite el disfrute de un estilo de vida exclusivo, pagando solo una parte del mismo (Figuras 01 y 02). Cuenta con una casa club y actividades recreativas para los propietarios; además de ello, se brinda a un administrador que realice el mantenimiento y entrega de la casa limpia para el disfrute de las demás familias propietarias del inmueble. Las facilidades con la que cuenta este sistema de adquisición de la propiedad, permiten:

- Resolver los problemas de una segunda vivienda, desde su compra, equipamiento, amueblado y mantenimiento.
- Obtener una segunda vivienda en propiedad de por vida a una fracción del costo total.
- Heredar el patrimonio.

- Realizar el mantenimiento con un costo que será compartido.
- Usos adicionales sin costo,
- Flexibilidad de intercambio de semanas con distintas propiedades a nivel mundial, ligadas a la red internacional de intercambios de propiedades de lujo de Valle del Lago Fractional Property e Interval International.

Figura 01. Modelo de vivienda del proyecto.



Figura 02: Interior del modelo de vivienda del proyecto.



Esta iniciativa, se desarrolla también en Puerto Vallarta con el proyecto Garza Blanca y Celeste Beach Residences & Spa, localizado este último en Bahías de Huatulco en Oaxaca, con características similares al Condominio Valle del Lago.

b) Colombia

Las empresas Arias Serna Saravia y Espacios Urbanos, desarrollaron un concepto de segunda vivienda en la Hacienda Dosmaderos, localizado en el municipio de Villeta, a través de la figura de la propiedad fraccionada, que consiste en brindar a los inversionistas una finca con dimensiones entre 3500 y 4500 m², donde se establece una vivienda exclusiva de 600 m², completamente amoblado, dotadas de terrazas con piscina, jacuzzi, BBQ y un gran sistema de vigilancia a un cuarto de su precio (Figura 03). Sin duda, esto explica que el proyecto persigue la idea de uso y propiedad de una vivienda por cuatro inversionistas o familias. La idea nace de un estudio realizado por las empresas, que señalan el uso de una vivienda vacacional por solo 13 días al año.

Esta propuesta de inversión contempla beneficios como:

- Entrega de una propiedad con arquitectura exclusiva y amoblada en una zona de alta revalorización.
- Mantenimiento de la propiedad compartida entre los cuatro inversionistas.
- Entrega de la escritura del inmueble donde se especifica el método de inversión y los derechos legales de cada propietario.

Figura 03: Modelo de vivienda del proyecto.



2.2. Indicadores atractivos de la propiedad fraccional

Citados los casos de este sistema de inversión en una segunda vivienda, se observaron algunos factores o indicadores que atraen la atención del inversionista

debido a su seguridad legal y propuesta, tales como:

- Escritura pública o título de propiedad del inmueble, como un sustento legal de propiedad.
- Costo del mantenimiento de la propiedad compartida.
- Vivienda con arquitectura exclusiva y amoblada.

Es preciso indicar que, uno de los principales problemas de esta propuesta de inversión y a su vez, el temor de los clientes es la presencia de malos promotores inmobiliarios que inflan los precios de venta del inmueble, que se presenta bajo este sistema de propiedad fraccional, ocasionando la baja en las ventas y la desilusión de los clientes potenciales que les atrae este modelo de compra.

2.3. La vivienda vacacional en el Perú

La vivienda vacacional, es una propiedad de uso temporal destinado al descanso familiar.

En el Perú, estas propiedades presentan un crecimiento considerable, según los datos estadísticos de los censos nacionales de población y vivienda, entre el 2007 y 2017 el país tuvo un incremento de 433,979 viviendas de uso ocasional (definido por INEI como viviendas de descanso o veraneo), gran parte de estas se concentran en Lima (148,049), Arequipa (51,764) y Cusco (37,203).

En el caso de Lima, estas viviendas se localizan en Cieneguilla y en los balnearios del sur chico. Gino Layseca, gerente general de Layseca Asociados, indica que la mayor demanda está localizada hasta el km 70 de la Panamericana Sur, zona con mayor revalorización.

Rocío Casas, de Ansa Inmobiliaria, señala que uno de los factores importantes y relevantes para la adquisición de una vivienda vacacional en el sur chico es el bajo costo de los lotes y casas con referencia a la ciudad.

Entre las zonas elegidas para la compra o construcción de una vivienda vacacional, por la revalorización del suelo, son los balnearios de Punta Hermosa, Señorita, San Bartolo, Punta Negra y Santa María. Asimismo, el valor de alquiler de las casas por la temporada se encuentra entre \$7,000 a \$11,000; respecto al balneario de Asia, el alquiler de una propiedad en el lugar puede alcanzar montos de \$15,000 por su exclusividad. Es preciso indicar que, el uso de estas propiedades está sujeto solo a la

temporada de verano, puesto que, en las demás estaciones del año el factor climático limita el uso de estos espacios recreativos.

En Arequipa, estas viviendas se ubican en los distritos de Camaná e Islay debido a su proximidad al mar. Al igual que el sur chico de Lima, los usos de estas propiedades en Arequipa están sujetas a la temporada de verano.

En Cusco, el tipo de uso de estas viviendas es exclusivamente de campo, muy solicitadas por los turistas nacionales y extranjeros. Solo en el 2017, la ciudad imperial recibió 3'270,803 visitantes que abarrotaron los hospedajes y consiguieron el incremento de la demanda de alquiler de viviendas en el Valle Sagrado, lugar ideal para el descanso y recreación familiar. Por esta razón, se vienen ejecutando proyectos de segunda vivienda en la ciudad y el Valle Sagrado a fin de cubrir esta demanda, pero estas propiedades son de lujo con precios entre los \$80,000 y \$280,000, con perspectivas de rentabilidad sobre alquiler muy atractivos.

2.3.1. Tipos y modos de uso

Como se describió anteriormente, en el Perú se pueden diferenciar dos tipos de vivienda vacacional como para uso exclusivo de playa y de campo.

Según lo investigado por el Inei, la mayor cantidad de viviendas de casa de playa principalmente se localizan en el sur chico de Lima como en las playas de Camaná e Islay en Arequipa.

Respecto a las viviendas vacacionales de uso exclusivo de campo se localizan en Cusco, específicamente en el Valle Sagrado. Asimismo, sin ir muy lejos, en la región de Lima se establecen en la localidad de Cieneguilla y recientemente en los distritos de Mala y Coayllo, en estos últimos lugares se ofertan viviendas en condominio de campo con muchas amenidades y áreas de uso común (club house, piscinas, canchas deportivas, etc.).

Los modos de uso en su mayoría están sujetas a los factores climáticos; para el caso de las viviendas de playa, solo presentan uso durante 4 meses del año, el resto permanece vacante, distinto a la figura de una vivienda de campo que no es afectado por estos factores y su alquiler es aprovechado en todo el año.

2.3.2. Regulaciones existentes.

Las normas y/o regulaciones del desarrollo de proyectos inmobiliarios como el que propone este plan, se sujetan a las siguientes leyes y decretos:

- Decreto Supremo N° 013-2013-VIVIENDA, Título II Procedimientos administrativos para habilitación urbana.
- Decreto Supremo N° 013-2013-VIVIENDA, Título III Procedimientos administrativos para edificación.
- Decreto Supremo N° 013-2013-VIVIENDA, Título IV Servicios básicos.
- Decreto de Alcaldía N° 005-2017-MDP/ALC Eliminación de barreras burocráticas y la protección a la libre iniciativa privada y la libertad de empresa.
- El Decreto Legislativo N° 706 considera que:
- “Los establecimientos de tiempo compartido, son aquellos en los cuales sus titulares gozan de un derecho de copropiedad afectado al disfrute periódico y exclusivo, hasta por el plazo de treinta años renovables, lo que deberá constar en el contrato. Durante el plazo contractual los titulares podrán donar, transferir, legar y en general realizar cualquier acto previsto en el Código Civil y dentro del marco de esta modalidad”
- El Código Civil peruano en el Capítulo V, sub-capítulo I - IV, señala los siguientes artículos respecto a la propiedad compartida:

Artículo 970.- Presunción de igualdad de cuotas

Las cuotas de los propietarios se presumen iguales, salvo prueba en contrario.

El concurso de los copropietarios, tanto en los beneficios como en las cargas, está en proporción a sus cuotas respectivas.

Artículo 972.- Reglas aplicables a la administración de los bienes comunes

La administración judicial de los bienes comunes se rige por el Código de Procedimientos Civiles.

Artículo 973.- Administración del bien común por uno de los copropietarios

Cualquiera de los copropietarios puede asumir la administración y emprender los trabajos para la explotación normal del bien, si no está establecida la administración convencional o judicial y mientras no sea solicitada alguna de ellas.

Artículo 992.- Causales de extinción de la copropiedad

La copropiedad se extingue por:

- ✓ División y partición del bien común.
- ✓ Reunión de todas las cuotas partes en un solo propietario.
- ✓ Destrucción total o pérdida del bien.
- ✓ Enajenación del bien a un tercero.
- ✓ Pérdida del derecho de propiedad de los copropietarios.

CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO DEL MERCADO

Este ítem contempla un análisis del entorno del proyecto, a fin de evaluar preliminarmente el escenario económico para la inversión. Por ello, se toman en cuenta factores y/o aspectos del macroentorno y microentorno.

3.1. Análisis del entorno

Incursionar o iniciar un proyecto en alguno de los rubros que conforman la actividad económica del país, implica conocer aquellos factores que puedan intervenir en su desarrollo, más aún en el sector inmobiliario donde el entorno natural, social, gubernamental e industrial, toman una gran relevancia en la adquisición de una primera vivienda o las de tipo vacacional, como lo propuesto en este plan de negocio. A fin de conocer el entorno y sus factores intervinientes en el desarrollo del proyecto, se realizó un diagnóstico del macroentorno y microentorno, tomando en cuenta el análisis de las tendencias socio-ambientales y las fuerzas de la competencia respectivamente.

3.1.1. Macroentorno

El diagnóstico del entorno a escala macro, contempla la clasificación y análisis de fuerzas del entorno social, tecnológicas, ecológicas, económicas y político-legales, las tendencias de una de ellas pueden resultar importantes en el desarrollo del proyecto o negocio o llevarlos en el caso extremo al fracaso empresarial.

Para este plan de negocio, se han identificado las siguientes variables que puedan tener una gran relevancia en su desarrollo.

3.1.1.1. Variables Económicas

Son aquellas que por su variación en el tiempo representan y marcan una tendencia en la economía nacional, tales como: Tendencias del PBI, tasa de interés interbancaria y la inflación.

El PBI nacional presenta una variación porcentual entre 2.4 y 4 para el periodo 2014 – 2018 respectivamente, lo cual indica una economía conservadora y austera donde sus principales actividades como: la minería, construcción y agricultura, presentan un crecimiento lento debido

a coyunturas políticas y económicas a nivel nacional e internacional, ver Cuadro 01.

Cuadro 01. Cifras del PBI a nivel nacional



Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas

El PBI nacional a nivel sector construcción ha venido sufriendo una caída de un punto porcentual desde el 2013 al 2017, asimismo se observa un ligero crecimiento o recuperación de 0.1% para el 2018 (5.9%), expectativas muy conservadoras para el desarrollo inmobiliario, ver Cuadro 02.

Cuadro 02. Cifras del PBI a nivel sector construcción

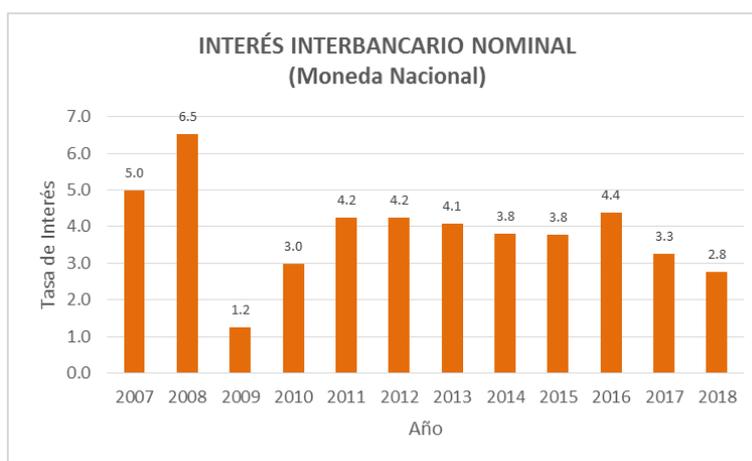


Fuente: Ministerio de Economía y Finanzas.

La tasa de interés Interbancario tiene una repercusión y relación directamente proporcional con el financiamiento bancario, a través de préstamos o tarjetas de créditos. A menor tasa de interés interbancario establecido por el BCRP, menor será el costo por el uso del dinero para el

caso de las tarjetas de crédito, además de mejores facilidades para la adquisición de préstamos en efectivo a fin de obtener un bien, que para este caso se consideran los créditos hipotecarios. Esta tasa de interés presenta un decrecimiento de 2 puntos porcentuales aproximadamente entre el 2011(4.2%) y 2018 (2.8%), lo cual es un indicador de mejores condiciones y menor filtro financiero para la adquisición de créditos hipotecarios, ver Cuadro 03.

Cuadro 03. Tendencias del interés bancario nacional



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

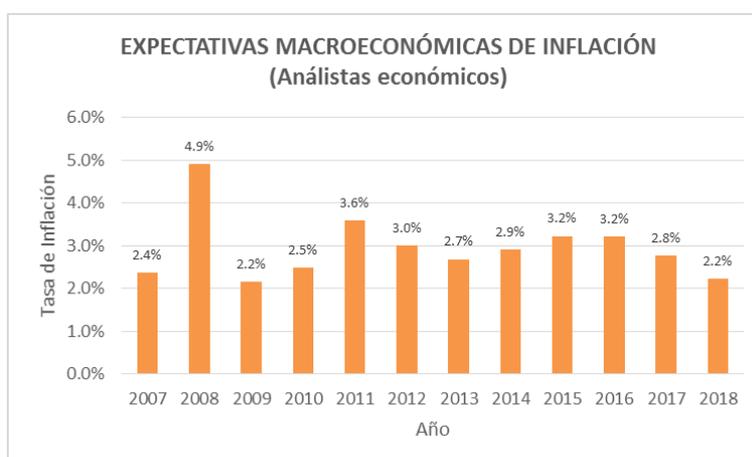
La tasa de inflación del país presenta una caída positiva de un punto entre 2015 (3.2%) – 2018 (2.2%), un indicador importante para la inversión en construcción y desarrollo inmobiliario, por su menor variación en los costos de la materia prima (materiales de construcción), Cuadro 04.

Estos valores macroeconómicos descritos, permiten analizar el comportamiento económico del país de manera general, a fin de realizar o llevar a cabo inversiones en distintos sectores productivos como el inmobiliario. Se observó que la economía peruana presenta un PBI promedio superior al 3 % entre el 2014 y 2018, con bajas hasta un 2.5% y valores máximos alcanzados de 4%, esto presume una estabilidad parcial de la economía para la inversión.

Dado que este plan de negocio es un producto inmobiliario, es importante conocer la dinámica económica del sector que lo representa, que para este caso es el sector construcción, cuyas cifras económicas se

han mantenido constantes en los últimos tres años (2016-2018) con un valor del 5.8 %, asimismo la inflación presenta una caída positiva entre el 2015 – 2018. La interacción de estas cifras permite inferir un escenario conservador para la inversión inmobiliaria. Sin embargo, con respecto a la capacidad de compra de los usuarios finales, la tasa de interés interbancario se ha venido reduciendo de 4.4 % a 2.8% entre el 2016 y 2018, cifras alentadoras para el promotor inmobiliario, puesto que mejora las facilidades de financiamiento a los usuarios finales a fin de asegurar un mayor número de ventas.

Cuadro 04. Tasas de inflación a nivel nacional



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú.

3.1.1.2. Variables Tecnológicas

Sujetas a mecanismos de mejora en la gestión de un producto inmobiliario e infraestructuras o equipamiento de menor consumo energético.

Recientemente se publicó el Decreto Supremo N° 289-2019-EF que aprueba la incorporación progresiva del BIM (Building Information Modeling) en la inversión pública, esta herramienta de gestión debe ser considerada también en la inversión privada de grandes proyectos inmobiliarios o en aquellas empresas que ejecutan proyectos sujetos al marco de las Asociaciones Público-Privadas, a fin de anticiparse a normativas futuras que puedan suscitarse a partir de este pronunciamiento.

El incremento de la oferta de viviendas en el país se mantiene constante, las estrategias o acciones diferenciadoras que adoptan las

inmobiliarias para cubrir estos bienes no vendidos están sujetas a la reducción de sus precios de venta (poco usado dado el costo de inversión) o a la implementación de equipamiento en el hogar, que garantiza el ahorro en el consumo de energía, muchas veces exigido por el consumidor. Esta última acción demanda inversión y actualización en este tipo de tecnología a fin de cubrir las necesidades del consumidor y en algunos casos cumplir las normativas establecidas por entidades públicas competentes en la materia, sin duda, es un factor importante a tener en cuenta en la inversión de proyectos de una primera vivienda o de tipo vacacional como el que se propone en este plan de negocio.

3.1.1.3. Variables Sociales

Para el caso de este plan de negocio, se tomaron en cuenta aquellas variables que caracterizan al público objetivo como el ingreso familiar mensual y población total del Nivel Socioeconómico (NSE) B1.

Los datos estadísticos de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) entre el 2013 y 2017, señalan que:

- El ingreso familiar mensual del cliente objetivo (familias de NSE B1) se ha incrementado en un 20% entre el 2013 y 2017, factor importante para la estimación del presupuesto destinado a la adquisición de un bien, para este caso referido a una vivienda vacacional.

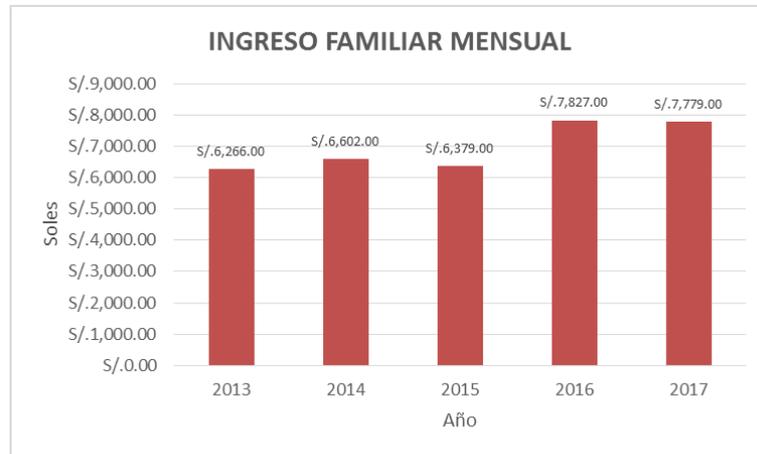
Es preciso señalar que, en los años 2015 y 2017 el ingreso familiar ha sufrido una caída del 5% y 1% respectivamente, un indicador importante para el cálculo del público o cliente objetivo, ver Cuadro 05.

- El cliente objetivo para este plan de negocio es la familia de NSE B1, el porcentaje de representatividad de este último respecto a la población urbana total del país es un indicador del número de clientes aptos para la adquisición de una vivienda de este plan de negocio, ver Cuadro 06.

En el año 2017, la cantidad de familias de NSE B1 presenta un porcentaje de 4.7%, con un crecimiento pico en el 2016 de

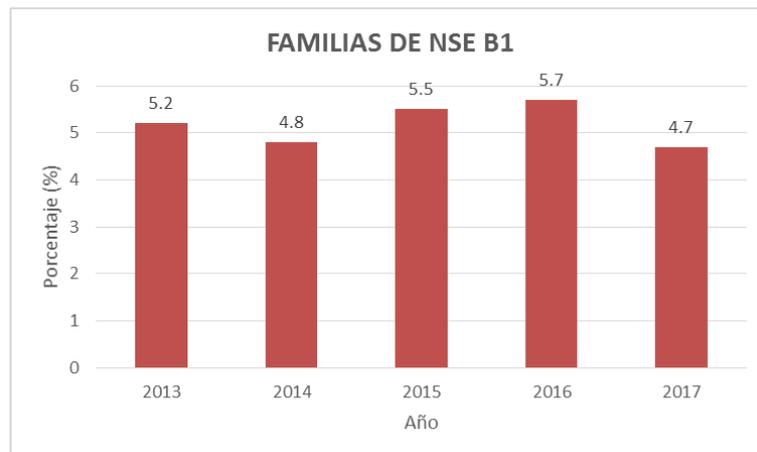
5.7%, esto indica una disminución considerable del público objetivo para este proyecto.

Cuadro 05. Tendencias del ingreso familiar mensual – NSE B1



Fuente: INEI

Cuadro 06. Tendencias del número de familias NSE B1



Fuente: INEI

3.1.1.4. Variables Ecológicas

Son aquellas variables relacionadas a las características físicas del lugar donde se asienta el proyecto, las altas temperaturas, precipitaciones o fuertes vientos pueden ocasionar el desinterés del público objetivo por la adquisición de una vivienda vacacional, en especial para este plan de negocio cuya ubicación se encuentra en la localidad de Paracas, este lugar presenta ocurrencias anuales de vientos muy fuertes que pueden afectar las actividades y uso de las viviendas.

Según el Mapa de peligro por vientos fuertes en costa del SENAMHI, se observa que en Paracas (Ica) donde se ubica el proyecto, el nivel de peligro es Alto, por presentar vientos de hasta 40 km/h con levantamiento de polvo y arena en la primera semana de agosto, sin duda estas condiciones pueden perjudicar las actividades y usos de las viviendas del proyecto como la decisión de compra.

3.1.1.5. Variables Político-legales

Algunos factores políticos y legales podrían afectar este plan de negocio, tales como: el tiempo del trámite documentario para la habilitación de un predio rústico, licencia de edificación e independización.

A fin de anticiparse a la problemática indicada, se planteó cumplir con las normativas del Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE), elaborada por el Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento en el 2006, amparada bajo el Decreto Supremo N° 011-2006-vivienda, para la habilitación de viviendas vacacionales, los cuales exigen el cumplimiento de los siguientes criterios:

- El área bruta mínima del proyecto es de 1.2 hectáreas (el RNE indica áreas > 1 ha.).
- La cantidad de unidades inmobiliarias para este proyecto es de 26 (el RNE indica un máximo de 26 unidades inmobiliarias por ha.).
- El área libre de uso común, recreación, vías y veredas representa 0.7 ha (cumpliendo el reglamento que exige un mínimo del 60% del área bruta).

Respecto a la barrera burocrática que interviene en la agilización de los trámites de documentarios, la Municipalidad de Paracas (ubicación distrital del proyecto) en el 2017 eliminó voluntariamente 11 barreras burocráticas que afectaban la tramitación para la obtención de licencias de edificación y habilitaciones urbanas, dicha acción está amparada bajo el Decreto de Alcaldía N° 005-2017-MDP/ALC.

3.1.2. Microentorno

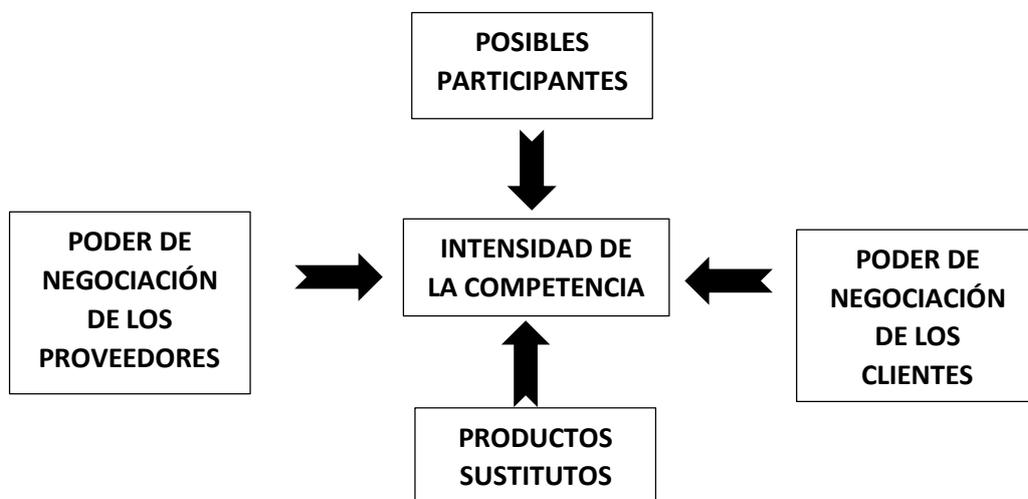
Relacionado a aquellas variables o fuerzas de competición directa que pueden ocasionar la continuidad o el fracaso del proyecto.

3.1.2.1. Fuerzas de la competencia

Estas fuerzas permiten analizar la intensidad de la competencia en el sector.

Michel Porter, indica que la intensidad está determinada por fuerzas competitivas básicas tales como: posibles participantes, compradores, proveedores, sustitutos y competidores (esquema 01). Cuanto, más influencia tenga alguna de estas fuerzas en el desarrollo del proyecto, más limitado será el éxito de este en el aumento de sus beneficios. Por el contrario, una fuerza de baja relevancia es vista como una oportunidad para el proyecto debido al aprovechamiento de un mayor beneficio.

Esquema 01. Fuerzas de la competencia



- Fuerza de los posibles participantes: respecto al poder de los posibles y/o futuros competidores contra este proyecto inmobiliario, se observa un nivel de amenaza alta, debido a que las barreras de entrada no presentan la suficiente dificultad de acceso a esta iniciativa del mercado inmobiliario de tipo vacacional.

- Fuerza o poder de negociación con los proveedores: Los principales proveedores para el desarrollo de este proyecto son las empresas ofertantes de insumos para la construcción, los costos de estos elementos inciden considerablemente en la inversión, infiriendo de esta manera una desventaja del proyecto sobre estos proveedores.
- Fuerza de los productos sustitutos: Si bien existen diversos proyectos de vivienda vacacional desarrollados en el país, con iniciativas o temáticas campestres o de playa, estos presentan barreras para su acceso. El valor de estas propiedades es una de estas barreras, su gran costo y el de su mantenimiento, convierten a estos bienes en adquisiciones muy costosas e inaccesibles para muchas familias.

Este plan de negocio propone la accesibilidad a este tipo de propiedad bajo un sistema financiero interesante para las familias de NSE B1, quienes no pueden adquirir este tipo de viviendas por si solas. Esta iniciativa financiera es el principal diferenciador del negocio, por lo tanto, la influencia o poder de los productos sustitutos es baja, favoreciendo los beneficios que se puedan obtener por la propuesta.

Diferencias respecto a los alquileres y clubes:

- Alquileres: la cuota de alquiler de una vivienda vacacional en el Perú se encuentra en un rango de \$4,000 - \$8,000 por la temporada de verano (diciembre – febrero, para el caso del sur chico de Lima donde predomina este tipo de vivienda). El acumulado de la cuota máxima en 5 años, resulta ser el equivalente al costo de acceso a una de las viviendas vacacionales propuestas por el proyecto.
- Clubes: Si bien es una gran alternativa la pertenencia a un club, por los beneficios y ambientes ofertados a los asociados a cambio de un costo de membresía, que llega alcanzar hasta los \$30,000 y cuotas ordinarias mensuales

de S/. 237.00 (Club Terrazas); no se ofrece al usuario el derecho a la propiedad de un bien.

- Fuerza de negociación de los clientes: El sistema financiero propuesto para la adquisición de una vivienda vacacional exclusiva, es un elemento diferenciador respecto a la competencia y a los mismos consumidores, sin embargo, la idea de no ser el único propietario de una vivienda, sino compartirla con otras familias, hacen de esta propuesta una iniciativa tentadora como riesgosa. Ante esta situación el poder de negociación entre el cliente y la empresa aparenta un nivel medio, ya que ambos cuentan con fundamentos económicos y legales.
- La fuerza de los competidores existentes: como se mencionó anteriormente, existe en el mercado inmobiliario de tipo vivienda vacacional, diversidad de productos, pero ninguno de ellos presenta accesibilidad bajo el sistema financiero de propiedad fraccional propuesto por este plan de negocio. Este elemento o factor diferenciador, convierte al producto como único en el país, sin competencias directas que puedan ejercer poder e influencia en el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta los sustitutos indirectos (alquiler y clubes) que satisfacen las necesidades del cliente.

El producto ofertado en este plan de negocio es nuevo en el mercado peruano, esta particularidad sumada a la inexistencia de competidores directos (que ofrezcan el mismo producto), logra generar una oportunidad tanto para el usuario final como para el inversionista del sector inmobiliario.

Sin embargo, por otro lado esto resulta ser un factor influyente en la opción de compra, puesto que no existen antecedentes que respalden el producto y aseguren la compra del cliente.

3.1.2.2. Normatividad sobre habilitación urbana

El hecho de desarrollar este plan de negocio en un espacio territorial con uso de suelo rústico, implica establecer infraestructuras de habilitación que ocasionaría el cambio de uso a una habilitación residencial del tipo club o vacacional, esto según el reglamento nacional de edificaciones (RNE) publicado en el 2006.

El RNE (2006) señala que las habilitaciones para uso de vivienda de tipo vacacional están conformadas por una o más viviendas agrupadas en condominios con áreas recreativas y sociales de uso común, asimismo, deben cumplir las siguientes normativas:

- ✓ El área bruta mínima para una habilitación para vivienda tipo club será de 1 Ha.
- ✓ Las habilitaciones para uso de Vivienda Tipo Club, temporal o vacacional permiten la construcción de unidades de vivienda de tipo unifamiliares o multifamiliares por Hectárea Bruta de terreno.
- ✓ Las obras de la habilitación urbana serán como mínimo, del Tipo D.
- ✓ Para el proceso de calificación de las Habilitaciones para uso de Vivienda Tipo Club, temporal o vacacional, deberá presentarse el anteproyecto de conjunto, donde se determinará las áreas a ser ocupadas por las viviendas, las áreas recreativas y sociales de uso común y las alturas máximas de las edificaciones, los que constituirán los parámetros urbanísticos y edificatorios de las unidades inmobiliarias que conforman la habilitación. Esta información deberá estar consignada en la resolución de aprobación de la habilitación, la resolución de recepción de obras y las minutas de compra-venta de las unidades inmobiliarias en que se independice.
- ✓ El área libre de uso común destinada a áreas de recreación, jardines, vías vehiculares interiores y estacionamientos será como mínimo del 60% del área bruta.

- ✓ Las Habilitaciones para uso de Vivienda Tipo Club, temporal o vacacional, constituirán habilitaciones con construcción simultánea, sin embargo, se podrá realizar la recepción de obras de habilitación urbana, quedando pendientes las obras de edificación a ser ejecutadas por el mismo habilitador o por un tercero. Los contratos de compraventa de las áreas destinadas a las viviendas estipularán expresamente el tipo de viviendas a edificarse en ellas.
- ✓ En estas habilitaciones se podrá independizar las áreas destinadas a las viviendas como área de propiedad exclusiva, estableciéndose condominio sobre las áreas recreativas y sociales de uso común, así como el área libre de uso común.
- ✓ En estas habilitaciones, no se exigirá aportes para recreación pública, debiendo cumplir con el aporte de 1% para Ministerio de Educación y 1% para otros fines.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL MERCADO

En esta capítulo, se profundizará acerca de la delimitación, investigación y resultados del trabajo de investigación del mercado objetivo para la vivienda vacacional para los pobladores de Lima. Con dicha información, se podrá precisar las características del producto inmobiliario a entregar y la demanda proyectada del proyecto; así como a conocer la respuesta acerca de la propiedad fraccionada en el Perú.

4.1. Análisis del sector vivienda en Lima

Para analizar el mercado inmobiliario de vivienda en Perú; en primera instancia, se investigó la historia y evolución del sector en los últimos años en base a libros especializados en el tema. También, se estudiará las características de la vivienda, las estadísticas del sector y el análisis de la competencia en base a información recolectada de fuentes secundarias.

Todo ello, ayudará a precisar el tipo de fuentes primarias necesarias para la investigación del mercado objetivo.

4.1.1. Breve historia del sector inmobiliario

En los últimos años, el Perú evolucionó de manera favorable en el sector inmobiliario. Desde los años 50 del siglo pasado, en el gobierno del presidente Manuel A. Odría, se evidenció los primeros pasos para la evolución del sector dando inicio al que se conocería como uno de los primeros conjuntos habitacionales de Latinoamérica, la Unidad Vecinal Matute en el distrito de la Victoria (García Westphalen, 2014).

A inicios de los 60 en el primer gobierno del Arquitecto Fernando Belaunde Terry (1963-1968), se dio un gran paso con los incentivos que se ofrecieron al desarrollo de la vivienda familiar y multifamiliar siendo uno de sus mayores emblemas, la Residencial San Felipe complejo de viviendas ubicado en el distrito de Jesús María en Lima; el cual desarrolla 33 edificios rodeados de jardines, plazas y calles.

Mientras, en el segundo gobierno del Arquitecto Belaunde (1980-1985) se creó el ENACE (Empresa Nacional de Edificaciones), volviendo a dar impulso al desarrollo de la vivienda construyéndose varios conjuntos habitacionales como

las Torres de San Borja y Limatambo en el distrito de San Borja (2,405 y 2,467 viviendas respectivamente), Precursores en el distrito de Surco (921 viviendas), Ciudad Satélite Habitacional de Santa Rosa en la provincia del Callao (4,000 viviendas), Carlos Cueto Fernandini en el Naranjal en el distrito de los Olivos (2,142 viviendas) y Marbella en el distrito de Magdalena (300 viviendas).

Pasaron muchos años donde se dio poco impulso al sector inmobiliario, donde la vivienda estuvo casi estable con poco desarrollo e incentivos por parte del Estado; debido a los conflictos sociales y económicos que afectaban al país.

Durante el año 1998, ocurrió un cambio significativo durante el segundo gobierno del presidente Alberto Fujimori (1995-2000) con la creación del Fondo Mivivienda; entidad cuya principal función es el impulso de la adquisición, mejoramiento o construcción de vivienda en el Perú, mediante sistemas de financiamiento enfocados principalmente en los sectores medios y bajos de la población.

En los últimos diez años, el desarrollo de la vivienda familiar en Lima ha tenido una gran evolución llegando a tener al mismo tiempo más de 650 inmobiliarias en funcionamiento (Info Inmobiliaria 2017) y lográndose vender en promedio un total de 174,438 viviendas en los últimos 11 años.

Para el año 2019, la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI) espera lograr un crecimiento importante en el sector inmobiliario y lo sustenta Carola Pacheco, Gerente General del ADI con lo siguiente “las ventas de vivienda social en abril se incrementaron en 33% con respecto a inicios de enero. Estimamos que, con las mejores condiciones del Bono (Mi Vivienda) Verde y con las expectativas económicas actuales, manteniendo el promedio de 1,530 viviendas vendidas mensualmente, deberíamos llegar a las 16,000 unidades vendidas este año”.

4.1.2. Estudio de la vivienda y la familia

El proyecto son viviendas vacacionales en la ciudad de Paracas, ubicada a 245 km. de la ciudad de Lima; siendo considerada una zona estratégica porque goza de un agradable clima en gran parte del año y es valorada como uno de los lugares turísticos más visitados del Perú (según los reportes del Ministerio de

Comercio Exterior y Turismo), por sus importantes atracciones naturales y arqueológicas.

Por dicha razón, el desarrollo de esta parte de la investigación se centrará en la ciudad de Lima porque nuestros usuarios serán provenientes de dicho lugar y además, según datos obtenidos del Boletín de Estadística Poblacional de Ipsos 2018; se afirma que el 41.2% de la población urbana de nuestro país se encuentra en la capital.

Por otro lado, el mayor porcentaje de Nivel Socio Económico (NSE) A y B se encuentra en Lima Metropolitana (ver tabla 01), siendo considerado los sectores con mayores recursos económicos para adquirir el producto inmobiliario de vivienda vacacional; por ello, se convierte en un factor determinante para desarrollar la investigación en Lima.

Tabla 01. Nivel socioeconómico en Lima y Perú

NSE	PERU	LIMA M.	INTERIOR
NSE A	2%	4%	0%
NSE B	11%	23%	5%
NSE C	27%	43%	20%
NSE D	27%	24%	28%
NSE E	34%	6%	47%

Fuente: Ipsos 2018

En la ciudad de Lima, existen varios distritos con características distintas y peculiares que logran definirlos permitiendo que se diferencien y ayudando a precisar el tipo de poblador que habitan en ellos.

Por lo mencionado, se estima conveniente utilizar la división urbana de Lima planteada por la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco) en su investigación denominada “Mercado de Edificaciones Urbanas De Lima Metropolitana”, donde plantea los siguientes sectores urbanos para la ciudad: Lima Top, Lima Moderna, Lima Centro, Lima Este, Lima Norte, Lima Sur y Provincia del Callao (ver cuadro 07).

Por lo tanto, con la información recolectada de Capeco; se puede observar que el sector urbano denominado Lima Top y Lima Moderna tienen el mayor porcentaje de personas del NSE A y B (ver cuadro 08); por dicho motivo, la investigación se centrará en las viviendas en dichas zonas de la ciudad.

Cuadro 07. Mercado de Edificaciones Urbanas

Sector Urbano	Sector urbano de residencia actual						
	Lima Top	Lima Moderna	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur	Callao
D I S T R I T O S	Miraflores	Jesús María					
		Lince		Ate Vitarte	Carabayllo	Chorrillos	
	San Isidro	Magdalena del Mar	Cercado de Lima	Chaclacayo	Comas	Lurin	Bellavista
	La Molina		Breña	Lurigancho	Los Olivos	Pachacamac	Callao
	Santiago de Surco	Pueblo Libre	La Victoria	El Agustino	Puente Piedra	San Juan de Miraflores	La Perla
	San Borja	San Miguel	San Luis	San Juan de Lurigancho	San Martín de Porres	Villa El Salvador	Ventanilla
	Barranco	Surquillo					

Fuente: Capeco

Cuadro 08. Nivel Socio Económico de los Hogares en Lima.

Nivel socio-económico	Sector urbano de residencia actual						
	Lima Top	Lima Moderna	Lima Centro	Lima Este	Lima Norte	Lima Sur	Callao
Alto (NSE A)	59.70%	17.90%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Medio alto (NSE B)	32.10%	69.40%	23.70%	5.60%	6.60%	9.30%	13.80%
Medio (NSE C)	8.20%	12.70%	44.40%	34.20%	36.40%	30.30%	33.00%
Medio bajo (NSE D)	0.00%	0.00%	28.50%	40.20%	41.40%	48.50%	31.30%
Bajo (NSE E)	0.00%	0.00%	3.50%	20.00%	15.70%	11.90%	21.80%

Fuente: Capeco

Siguiendo con los datos recolectados por Capeco, se puede observar que el tamaño de viviendas en el sector de Lima Top es de 120 a 150 m² y en Lima Moderna tiene como área de viviendas entre 70 a 100 m², demostrando que existe una gran diferencia en metros cuadrados de viviendas entre estos sectores urbanos de aproximadamente 50 m² (ver Cuadro 09).

Lo mencionado, ayuda a conocer las preferencias en el tamaño y el número de ambientes de las viviendas según cada nivel socioeconómico, el cual se encuentra muy influenciado por el costo de las propiedades en los diferentes sectores de la ciudad.

Cuadro 09: Viviendas vendidas según área del inmueble.

Precio x m2 de vivienda	Lima Top	Lima Moderna
Hasta 40 m2	3.13%	3.32%
De 41 a 50 m2	3.53%	8.29%
De 51 a 60 m2	3.50%	12.35%
De 61 a 70 m2	4.31%	17.00%
De 71 a 80 m2	8.57%	27.74%
De 81 a 100 m2	14.63%	25.54%
De 101 a 120 m2	18.88%	3.79%
De 121 a 150 m2	23.61%	1.49%
De 151 a 200 m2	14.42%	0.47%
De 201 a 300 m2	4.86%	0.00%
De 301 a 500 m2	0.57%	0.00%

Fuente: Capeco

También, es importante conocer el precio de las viviendas en los distritos de Lima Top que fluctúan entre los 7,000 a 9,000 soles por metro cuadrado y en Lima Moderna fluctúan entre 5,000 a 6,000 soles (ver cuadro 10), evidenciando una gran diferencia entre 2,000 a 3,000 soles por metro cuadrado que resulta fundamental al momento de escoger la ubicación de la propiedad a comprar.

Todo esta información, ayuda a comprender las preferencias de los pobladores por escoger su lugar de residencia en los distritos ubicados en Lima Top y Lima Moderna, los cuales son la ubicación geográfica, la accesibilidad y la seguridad de dichos sectores urbanos.

Cuadro 10. Viviendas vendidas según precio por m2.

Precio x m2 de vivienda	Lima Top	Lima Moderna
De S/. 2 001 a S/. 3 000	0.08%	0.00%
De S/. 3 001 a S/. 4 000	0.31%	1.22%
De S/. 4 001 a S/. 5 000	5.17%	18.90%
De S/. 5 001 a S/. 6 000	10.32%	44.67%
De S/. 6 001 a S/. 7 000	15.85%	26.11%
De S/. 7 001 a S/. 8 000	27.21%	6.79%
De S/. 8 001 a S/. 9 000	25.93%	1.00%
De S/. 9 001 a S/. 10 000	7.86%	1.23%
Más de S/.10 000	7.26%	0.09%

Fuente: Capeco

Por otro lado, para definir las principales características de las viviendas en el NSE A y B, se toma la información recolectada por el estudio de perfiles socioeconómicos de Ipsos (ver cuadro 11 y 12); pudiéndose establecer que la mayor diferencia se encuentra entre el NSE A2 y B2 es por el número de ambientes en la vivienda, la tenencia del auto y los acabados a utilizar en los pisos de su vivienda.

Cuadro 11. Características de los Hogares

Nivel socio-económico	Material predominante en Pisos	Material predominante en Paredes	Promedio de ambientes en vivienda	Promedio de Baños
NSE A1	Parquet o Madera pulida	Ladrillo o Bloque de Cemento	5.4	3.5
NSE A2	Parquet o Madera pulida	Ladrillo o Bloque de Cemento	5	3.4
NSE B1	Cerámico, Terrazo o similar / Parquet o Madera pulida	Ladrillo o Bloque de Cemento	4.9	2
NSE B2	Cerámico, Terrazo o similar	Ladrillo o Bloque de Cemento	4.3	1.8

Fuente: Ipsos Perú

Cuadro 12. Tenencia de Bienes de los Hogares

Nivel socio-económico	Computadora	Microondas	Refrigeradora	Auto/Camioneta
NSE A1	100%	100%	100%	100%
NSE A2	97%	94%	99%	84%
NSE B1	91%	84%	99%	60%
NSE B2	84%	69%	97%	25%

Fuente: Ipsos Perú

Además, se analiza los ingresos familiares para saber el poder adquisitivo de la población. En el cuadro 13, se observa la gran diferencia de ingresos extras disponibles para otros gastos entre el NSE B1 y B2; siendo un factor sumamente importante que nos ayuda a definir el mercado objetivo de la vivienda vacacional.

Asimismo, se revisará el nivel educativo y el nivel de empleabilidad de los NSE A y B (Cuadro 14) para verificar que existe básicamente diferencia educativa entre el NSE B1 y B2 que influye en las preferencias y costumbres de los pobladores de estos niveles socioeconómicos.

Cuadro 13. Nivel de ingresos familiares

Nivel socio-económico	Nivel de Ingreso Promedio	Gasto Mensual Promedio	Disponible para otros gastos
NSE A1	S/ 19,002	S/ 9474	S/ 9,528
NSE A2	S/ 12,010	S/ 7,617	S/ 4,393
NSE B1	S/ 8,803	S/ 5,577	S/ 3,226
NSE B2	S/ 6,197	S/ 4,396	S/ 1,881

Fuente: Ipsos Perú

Cuadro 14. Educación y trabajo

	NSE A1		NSE A2	
	Educación	Trabajo	Educación	Trabajo
Jefe del hogar	Superior Universitaria Completa	95% trabaja	Superior Universitaria Completa	73% trabaja
Pareja del jefe del hogar	Superior Universitaria Completa	77% trabaja	Superior Universitaria Completa	60% trabaja
	NSE B1		NSE B2	
	Educación	Trabajo	Educación	Trabajo
Jefe del hogar	Superior Universitaria Completa	67% trabaja	Superior Universitaria/ Secundaria Completa	69% trabaja
Pareja del jefe del hogar	Superior Universitaria / Secundaria Completa	55% trabaja	Secundaria Completa	54% trabaja

Fuente: Ipsos Perú

4.1.3. Evolución del sector inmobiliario

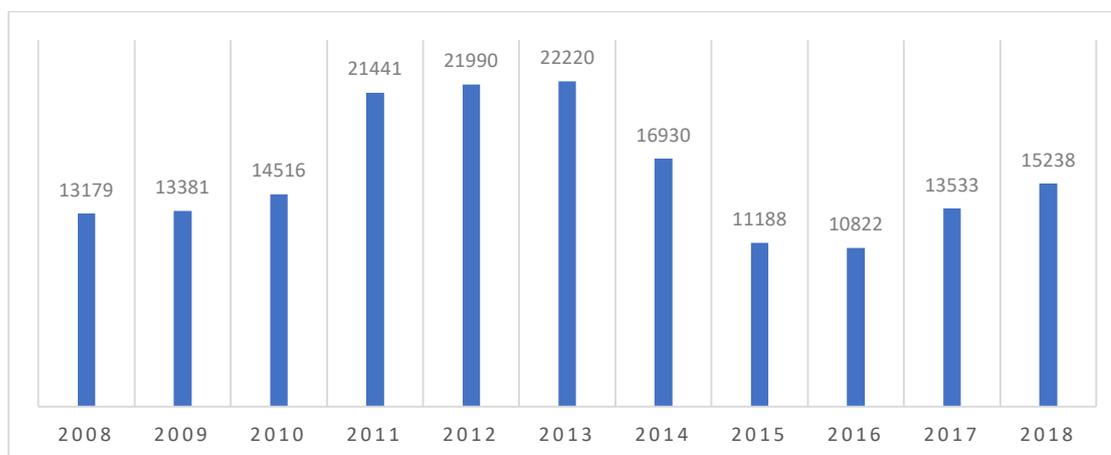
En este punto, se analizó información del sector inmobiliario en Lima Metropolitana y para ello; se evaluó los últimos 10 años pudiendo observar (Cuadro 15) que los mejores años del decenio estuvieron entre el 2011 y 2013 y por el contrario, los peores años fueron entre el 2015 y 2016.

Resultando, el año 2013 con ventas superiores a 22,220 unidades inmobiliarias. Sin embargo, el siguiente año tuvo una caída de casi el 25% comparado al año anterior y resultando el 2015, el año donde la caída del sector fue a casi del 50% respecto del año 2013. Para luego, lograr una considerable recuperación en ventas de unidades inmobiliarias en los años 2017 y 2018.

Para el año 2019, el área de estudios económicos del BBVA (Banco Continental) estima que las ventas seguirán aumentando y alcanzaría un aproximado 17,000 unidades inmobiliarias vendidas; principalmente motivado

por la mayor capacidad adquisitiva de la población que conlleva al acceso de una mayor cantidad de familias a los sistemas de créditos hipotecarios.

Cuadro 15. Evolución de venta de unidades inmobiliarias (2008-2018)



Fuente: Capeco

Por otro lado, para dinamizar el mercado inmobiliario desde el año 2018; la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) aprobó una norma que permite a los bancos, realizar un préstamo del 80% del valor del inmueble para comprar o construir una segunda vivienda, en el caso de créditos hipotecarios en soles.

Según afirma Gino Layseca, Gerente General de Layseca Asociados “alrededor de 20,000 familias en Lima demanda una segunda vivienda” y según lo precisado por Antonio Espinosa, Gerente General de Desarrolladora Inmobiliaria “lo beneficiados con esta medida son los que tienen capacidad de pago y están dispuestos a invertir en una segunda vivienda como las personas de NSE A y B que pueden afrontar un gasto de este tipo, pero no se animaban porque la cuota inicial exigida era muy alta”.

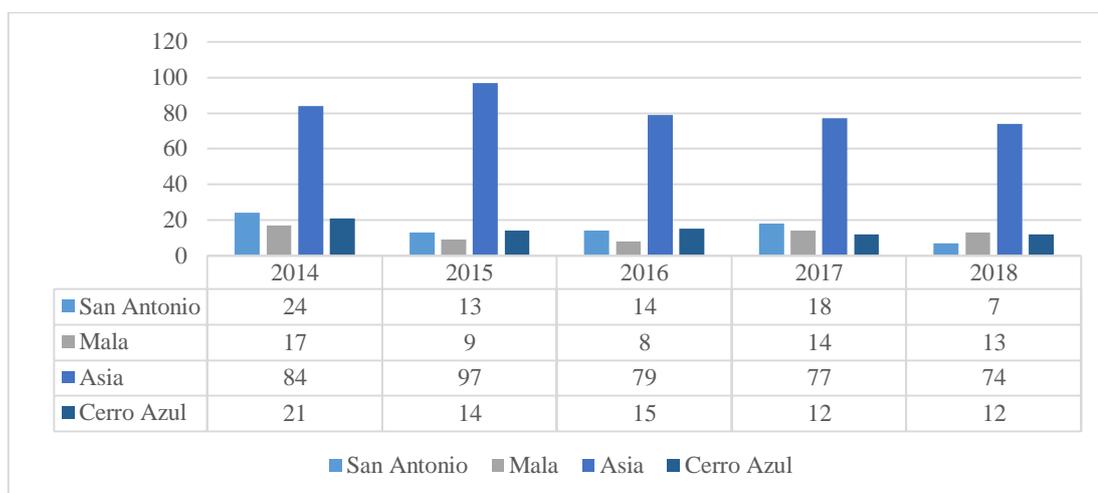
En Lima, según lo investigado el sector inmobiliario de la segunda vivienda principalmente se desarrolla en las viviendas de playa ubicadas al sur de Lima desde el km 42 (Punta Hermosa) hasta el km 245 (Paracas) de la Panamericana Sur.

Por dicha razón, se toma el estudio de Capeco del año 2018 elaborado en la zona comprendida entre el km. 70 hasta el km. 128 de la Panamericana Sur; constatándose que se realizó la construcción de 106 unidades inmobiliarias estando el 70% de ellas en el distrito de Asia (Cañete).

Cabe mencionar que la construcción de edificaciones en la zona se mantiene consistente con una disminución paulatina en los últimos años (Cuadro 16); sin embargo, se espera para el año 2019 la construcción de 130 viviendas según lo estimado por Colliers Internacional.

También, se puede observar que las principales características de las viviendas de playa son su cercanía al mar, sus áreas recreativas de uso común y sus grandes extensiones de áreas verdes; siendo su mayor ocupación entre los meses de diciembre a marzo.

Cuadro 16. Evolución de unidades inmobiliaria en el Sur Chico (2014-2018)



Fuente: Capeco 2018

4.1.4. Análisis de la competencia

El mercado de la vivienda vacacional en Perú se encuentra en una etapa incipiente todavía con un lento de crecimiento y sin orden establecido; pudiéndose destacar las casas de playa como principal opción de vivienda vacacional y las casas de campo como segunda opción para los pobladores de Lima.

Por dicha razón, la empresa Colliers para el año 2019 realiza un estudio del mercado de las casas de playa observando que el precio de alquiler en la zona sur de Lima varía entre los USD 4,000 hasta los USD 30,000 dólares variando en función del tiempo de uso, la ubicación de la propiedad, las características del condominio con relación a los servicios comunes entre otros factores.

Para dicho estudio de Colliers, existen cinco proyectos de casas de playa de gran envergadura como son Aqua, Vive Puerto Viejo, La Laguna Beach, La Jolla, Flamencos Condominio & Resort (Cuadro 17).

Cuadro 17. Proyectos de vivienda de playa de gran envergadura.

Proyecto	Ubicación	Área (m2)	Áreas comunes	Precio
Aqua	Santa María Del Mar	Departamentos de 153 m2 a 196 m2	Terraza y Piscina con vistas al mar	USD 1,350/m2 a USD 1,487/m2
Vive Puerto Viejo	Puerto Viejo (Cañete)	Casas de 129 m2 hasta 144 m2	Instalaciones deportivas (fulbito, tenis y frontón), Área de juego para niños, Piscinas, Restaurante, Minimarket, Bar y Posta médica	De USD 225,000 a USD 260,000 por casa
Laguna Beach	Cerro Azul (Cañete)	Lotes desde 250 m2 a 318 m2	Laguna natural, Piscina, Canchas de futbol, frontón, tenis, bochas y mini golf como Zona de juegos para niños, Minimarket y Tópico	De USD 110,000 a USD 200,000
La Jolla	Asia (Cañete)	Lotes de 300 m2 Departamentos de 168 m2 hasta 300 m2	Laguna artificial de 60,000 m2. para practicar deportes acuáticos. Además, Gimnasio, Spa, Restaurante, Cineclub, Canchas de tenis y futbol.	Lotes desde USD 210,000 Departamentos de USD 1655/m2 a USD 2250/m2
Flamencos Condominios & Resort	Huara (Panamericana Norte km. 164)	Lotes de 600 m2 a 700 m2.	Laguna, Parque acuático, Piscinas, Restaurantes, Zonas de BBQ y Juegos infantiles como Spa, Canchas de Tenis, Fulbito y Minigolf con una zona comercial y hotelera	De USD 55,000 a USD 165,000

Fuente: Elaboración Propia

Luego con la información obtenida por Colliers y el portal inmobiliario Urbana, se puede decir que el precio de lote de playa en el sur de Lima alcanza los US\$ 400 por metro cuadrado. Mientras, las casas de playa se encuentran con un precio alrededor de US\$ 2000 por m2 construido y los departamentos tienen el precio alrededor de los US\$ 1,500 por m2 construido.

En cambio, las casas de campo desarrollan proyectos en Lima principalmente en la zona de Cieneguilla y Pachacamac; en dicha zona se destaca

el proyecto “La Quebrada de Cieneguilla” debido a su magnitud y exclusivo diseño arquitectónico-paisajista. El condominio cuenta con salones de usos múltiples, restaurantes, terrazas, piscinas, canchas de tenis, fulbito, frontón y usos múltiples como el skatepark y el circuito de bicicross; logrando todas estas características destacarlo entre los proyectos de la zona.

Por otro lado, en los últimos años se está desarrollando con mayor fuerza los proyectos de casas de campo ubicadas al sur de Lima entre km 70 (Chilca) hasta el km 205 (Chincha) de la Panamericana Sur; motivado por su cercanía a la playa y por disponer de un contacto directo con la naturaleza (Cuadro 18).

Cuadro 18. Proyectos destacados para Casas de Campo

Proyecto	Ubicación	Área (m2)	Áreas comunes	Precio
Condominio San Andrés	Santa Cruz de Flores (Cañete)	Terrenos de 2,000 m2 hasta 3000 m2	Caballerizas, Zona de juegos para niños, Zona de parrilla, Canchas de tenis, frontón y fulbito.	De USD 70/m2 a USD 80/m2
Asia del Campo	Asia (Cañete)	Terrenos de 350 m2 a 450 m2	Piscinas, Laguna, Gimnasio abierto, Minimarket, Club House, Canchas de usos múltiples, Zona de Parrillas y Parque de fogatas	De USD 75/m2 a USD 80/m2
Alto del Prado	Asia (Cañete)	Terrenos de 140 m2 a 160 m2	Piscinas, Laguna, Zona de fogatas y parrillas, Áreas deportivas, Juegos para niños, Gimnasios al aire libre, Ciclovía, Club House y Bar-Mirador	De USD 215/m2 a USD 285/m2
Fundo Hass	Chincha (Ica)	Terrenos de 1000m2 a 2000 m2	Restaurant, Sauna, Gimnasio, Spa, Bar, Salas de recepciones, Parque para niños, Caballerizas, Jardín Botánico, Vivero, Zona de parrillas, Laguna artificial, Piscinas, Tópico, Cancha de squash, tenis frontón y usos múltiples	De USD 100/m2 a USD 120/m2

Fuente: Elaboración Propia

Luego con la información obtenida de portales inmobiliarios web como Urbania y Properati, se puede decir que el precio de lote de campo en el sur de Lima alcanza un promedio de US\$ 80 por metro cuadrado y las casas tienen un precio aproximadamente de US\$ 1200 por m² construido.

4.2. Descripción del mercado objetivo

Para tener la descripción adecuada del mercado objetivo de la vivienda vacacional de propiedad fraccionada, se analizará el perfil del cliente que ayudará a definir el mercado objetivo en base a fuentes secundarias.

4.2.1. Perfil del cliente o comprador

Para determinarlo, se utilizará la estrategia de segmentación orientada al cliente para poder definir el perfil del comprador y realizar la selección del mercado objetivo. Mediante los siguientes aspectos:

- **Demográfico:** Deberán ser hombres o mujeres en edades entre los 36 a 55 años porque son personas que se encuentran en una etapa de consolidación social o familiar. En dicha etapa, comienzan a analizar y luego decidir la compra de otras propiedades con fines vacacionales o por inversión.
- **Socioeconómico:** Con un nivel socioeconómico B1 porque tienen un ingreso familiar superior a los 8,800 soles con la posibilidad de poder destinar el 20% a 30% de sus ingresos para otras inversiones.
- **Estructura familiar:** Son familias con hijos pequeños o adolescentes (etapa de consolidación o estabilización según Ipsos).
- **Conductual:** Son personas que frecuentan regularmente clubes sociales por algún evento en particular. También, todos los años alquilan una casa de playa o campo con sus familiares o amigos por una semana o más tiempo, siendo sus lugares preferidos:
 - ✓ Playa: Asia, Cerro Azul y Paracas.
 - ✓ Campo: Cieneguilla, Pachacamac, Azpitía y Chincha.

Generalmente, estas familias alquilan una casa de playa por toda la temporada de verano con amigos y familiares para ahorrar costos y al mismo tiempo, poder disfrutar de las ventajas de un condominio vacacional.

Por consiguiente, los compradores potenciales de la vivienda vacacional de propiedad fraccionada serán personas que desean un lugar para vacacionar próximo a la playa o al campo con intención de comprar una segunda vivienda en lugares con atractivos turísticos y recreativos en una zona tranquila alejada del ruido de la ciudad.

4.2.2. Definición del Mercado Objetivo

Para definir el grupo o mercado de objetivo de la vivienda vacacional de propiedad fraccionada, primero se tomará en cuenta el estudio realizado por Rolando Arellano, reconocido investigador y profesional del marketing en el Perú; él sostiene que existe seis estilos de vida (EDV) en Lima, lo cual significa según sus palabras “una manera de ser y de comportarse compartida por un grupo significativo de personas de una sociedad, que se parecen entre sí por sus características sociodemográficas, psicológicas, de comportamiento, de equipamiento e infraestructura, entre otras”.

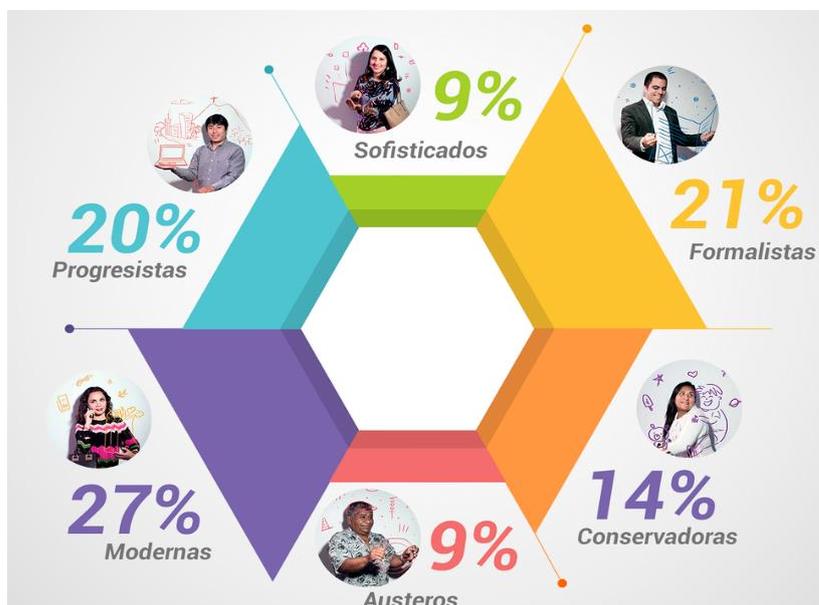
Esta clasificación, se extiende más allá del “ser” (hombre o mujer, joven o viejo, etc.) o del “tener” (rico o pobre, NSE A, B o C, etc.) porque el estilo de vida muestra a la persona de forma integral en su manera de pensar y en su comportamiento con otras variables para la formación de grupos. A continuación, se realiza una breve descripción de los estilos de vida de la población de Lima Metropolitana

Sofisticados	Hombres y Mujeres son innovadores, buscan la diferenciación y el prestigio. Tienen un buen nivel de ingreso
Progresistas	Hombres pujantes y muy trabajadores. La mayoría son independiente y buscan rendimiento en sus compras
Modernas	Mujeres trabajadoras, decididas e interesadas en la moda y en seguir las tendencias.
Formales	Hombres tradicionales que valoran su estatus social. Son poco innovadores y adversos al riesgo.
Conservadoras	Mujeres tradicionales denominadas “Mamas Gallinas” que buscan el bienestar de la familia
Austeros	Hombres y Mujeres con bajos recursos económicos, poca educación, tradicionales y resignados

Fuente: Rolando Arellano - Latir: Mucho más que tener

También, se detalla el porcentaje de pobladores con los estilos de vida mencionados dentro de Lima Metropolitana según lo estimado por la investigación de Rolando Arellano (ver Figura 04).

Figura 04. Pobladores y sus Estilos de Vida en Lima Metropolitana



Fuente: Rolando Arellano – Latir: Mucho más que tener

Dentro de la mencionada clasificación, se encuentra un estudio especial realizado por Arellano Marketing para definir los estilos de vida para el mercado inmobiliario (ver Anexo 01); en el cual se puede determinar que el grupo con mayor afinidad serán los sofisticados y modernas porque son personas innovadoras, arriesgadas y buscadores de nuevas tendencias.

También, para poder definir el mercado objetivo se utilizará la investigación sobre los hogares limeños realizada por Capeco e Ipsos Perú que hemos analizado en el punto 4.2.2. (Estudio de la Vivienda y la Familia); en la cual, se concluye que las familias con un nivel socioeconómico B1 tendrán suficiente capacidad adquisitiva para comprar una segunda vivienda.

Por lo explicado, se determina que el proyecto inmobiliario de vivienda vacacional de propiedad fraccionada en el distrito de Paracas tendrá como mercado objetivo a las personas entre 36 a 55 años con un nivel socioeconómico B1 según las características determinadas por Ipsos Perú que habitan principalmente los distritos de la denominada Lima Top (Miraflores, San Isidro,

San Borja, Surco y La Molina) por Capeco; a su vez, poseen un estilo de vida sofisticado y moderna según lo explicado por Arellano Marketing.

4.2.3. Justificación del Mercado

La delimitación del mercado está basada en el análisis de las diferentes fuentes secundarias especializadas en el sector inmobiliario como Capeco, Ipsos, Inei, Tinsa, Colliers, Layseca Asociados, Urbania y Properati.

Se puede concluir que existe un incipiente mercado de vivienda vacacional con mucho futuro de crecer, debido a la necesidad latente de las familias de buscar zonas de recreativas seguras; lo cual se convierte en una demanda potencial que puede ser utilizada por las inmobiliarias para la creación de nuevos productos inmobiliarios.

Según Colliers Internacional, se estima para el año 2019 el aumento del 15% en la venta de casas de playa motivado por las buenas expectativas de la población, en relación con el crecimiento económico del país.

4.2.4. Participación del Mercado

Para definir la participación del mercado de la vivienda vacacional, primero se consideró la información obtenida de la empresa Info Inmobiliaria quienes estiman que existen aproximadamente 720 empresas inmobiliarias en la ciudad de Lima.

Por otro lado, se tomó en cuenta lo explicado en el diario Gestión en su artículo “Casi 60 inmobiliarias desatan guerra de proyectos en el sur de Lima y provocan escasez de terrenos” en donde se expresa que existen alrededor de 50 inmobiliarias construyendo condominios de casas de campo y playa dentro de la provincia de Lima.

Por lo dicho, se puede afirmar que existen aproximadamente 770 inmobiliarias en Lima, solamente de ellas el 6.5% corresponde a inmobiliarias dedicadas a la construcción de viviendas vacacionales de playa y campo.

4.3. Investigación del Mercado

En esta parte, el análisis se centrará en la investigación cualitativa y cuantitativa de fuentes primarias. Los resultados serán la base del proyecto y respaldarán su viabilidad.

4.3.1. Investigación Cualitativa

Para la investigación cualitativa, se utilizaron las herramientas de las entrevistas a profundidad y los grupos focales.

Para las entrevistas a profundidad se realizaron a profesionales del sector, con experiencia en la venta, diseño y comercialización de la segunda vivienda.

En el caso de los grupos focales fueron aplicados al grupo objetivo determinado para el proyecto de vivienda vacacional de propiedad fraccionada en el distrito de Paracas, provincia de Pisco y departamento Ica.

4.3.1.1. Entrevistas

Objetivos

- Obtener información relevante de las experiencias, percepciones y puntos de vista de profesionales del medio local que estén trabajando en proyectos de vivienda vacacional o segunda vivienda, para poder diseñar los instrumentos para la investigación cuantitativa.
- Conocer la necesidad que se cubriría con el producto de propiedad fraccionada.
- Explorar sobre preferencias del sector, precios y rotación de ventas.

Selección de personas a entrevistar

Se entrevistaron a dos profesionales del sector, teniendo en cuenta su trayectoria y experiencia en la diseño, construcción y comercialización de segunda vivienda o vivienda vacacional en el Perú, como modelo de negocio. Su conocimiento nos ofrecerá indicadores que ayudaran a profundizar en la investigación.

Los entrevistados fueron el Arquitecto Fito Morey, Gerente de Morey Arquitectos y Olenka Araujo, Jefe Comercial del Condominio La Jolla. A continuación, se indicarán los principales puntos resaltados de las entrevistas, los resultados completos se pueden encontrar en el anexo 3.

Resultados

Arquitecto Fito Morey, Gerente General de Morey Arquitectos:

- Venta de lotes están muy diversificada en Lima, con lotes de 17,000 dólares por 300 metros cuadrados hasta lotes de 1,000 metros cuadrados de 200,000 mil dólares.
- Existen productos según el nivel de inversión.
- Hay proyectos tanto en el campo como en las playas, tanto en el sur y el norte de la ciudad de Lima. Destacando las zonas de Calango, Bujama, Cerro Azul, Cieneguilla, Huaral y Santa Rosa de Quives.
- La rotación de ventas es de 2 por mes en promedio, en lugares de campo.
- El clima influye mucho en la compra.
- El transporte y la llegada a los proyectos también es un punto muy importante para considerar.
- El precio promedio entre compra de lote y construcción es como mínimo 250,000 mil dólares, para un terreno de 300 metros y 125 de construidos. En terrenos de 1,000 metros con áreas construidas de 300 metros el precio mínimo es de 500,000 mil dólares.
- Muchos compran por zonas de descanso u otros con posibilidad en un futuro cercano se convierta en su primera vivienda.
- Existe un mercado interesante con mucho crecimiento a futuro para la segunda vivienda.

Licenciada Olenka Araujo, Jefe Comercial de Condominio la Jolla:

- Los meses de mayor rotación son los de verano, descendiendo considerablemente en los meses de invierno.

- La venta de la segunda vivienda ha mejorado en el último año, como todo el mercado inmobiliario que venía de años muy difíciles.
- Se tiene que adaptar el mercado a lo que demanda el cliente, ello puede significar cambios o diversificación de productos.
- El mercado es muy sensible, a facilidades de financiamiento hipotecario.
- La compra es familiar, influye muchos los hijos. También, se observa la compra de propiedades entre varios familiares.
- Los proyectos de menor metraje y ubicados más cerca a Lima tienen mayor rotación por el costo de la propiedad.
- El grupo objetivo o tarjet aprecia mucho los atributos y beneficios diferenciadores de los proyectos.

4.3.1.2. Pruebas a grupos focales

Objetivos

- Explorar la percepción del grupo objetivo acerca del modelo de propiedad fraccionada como una opción de segunda vivienda o vivienda vacacional.
- Indagar las características o atributos que prefieren del sistema.
- Determinar las preferencias de vivienda preferidas por el grupo objetivo.

Diseño del Grupo Focal

Se ejecutó dos grupos focales de 4 participantes cada uno con personas del nivel socioeconómico B1 entre los 36 y 55 años. Las pruebas, se realizaron en 40 minutos aproximadamente en ambientes acondicionados y con un cuestionario guía.

Resultados

- Hábitos de consumo
- Preferencia por el alquiler de viviendas vacacionales de playa y ocasionalmente de casa de campo.

- Utilizan los condominios cerrados por áreas comunes recreativas.
- Resaltan la importancia de la seguridad, la limpieza y el orden de los condominios.
- El alquiler lo realizan como mínimo por una semana y máximo un mes. Algunas veces, alquilan las casas de playa por toda la temporada de verano.
- Casi siempre, alquilan las casas con familiares como hermanos o primos. También, grupos de amigos muy cercanos.

a) Prueba de producto inmobiliario

- El factor más importante es la ubicación y los servicios comunes del condominio.
- Los grupos solicitan tener un reglamento interno específico para la vivienda fraccionada.
- Considera importante compartir la propiedad como máximo con cuatro familias.

b) Conocimiento del producto

- Pocos conocían la existencia del sistema de propiedad fraccionada y algunos conocían el sistema del time share ofrecía por las cadenas hoteleras.
- Se prefiere la comunicación para la venta por correo electrónico.
- Los grupos resaltaron la importancia del costo del producto inmobiliario.

c) Intención de compra

- Algunas personas manifestaron su interés por contar con este nuevo producto inmobiliario porque sería una buena opción de poder contar con una propiedad vacacional, si tener que asumir un alto costo de compra.
- Les parece adecuado no tener que asumir los gastos de mantenimiento de todo el año solamente de los días que utilizarían.

- Destacaron que les gustaría tener la opción de alquilar a peruanos o extranjeros considerando que Paracas es un centro turístico muy concurrido.
- Los grupos consideran necesario la existencia de créditos hipotecarios de los bancos relacionados al producto inmobiliario.

d) Conclusiones

- Existe una relativa aceptación de la vivienda vacacional de propiedad fraccionada porque permitiría gozar de una propiedad de playa-campo solamente en los días que los necesitan o puedan tener vacaciones.
- Se requiere de un servicio especializado con un producto inmobiliario de primera calidad con servicios comunes como piscina, restaurant, minimarket, canchas deportivas, gimnasio y acceso a la playa.
- Existe una tendencia al consumo de producto inmobiliario principalmente en verano o en vacaciones escolares.
- Un factor importante que incide en la decisión de compra es la ubicación, la calidad de los servicios, el reglamento interno específico y la existencia de créditos hipotecarios del sistema financiero acorde al producto inmobiliario.

4.3.2. Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa está basada en una encuesta según lo siguiente:

a) Objetivo general

- Analizar la viabilidad del producto inmobiliario de propiedad fraccionada en el distrito de Paracas, entre los hombres y mujeres del NSE B1 de Lima en edades comprendidas entre los 36 a 55 años.
- Identificar el producto y atributos que prefiere el target o grupo objetivo.

b) Objetivos específicos

- Identificar los gustos, gastos y lugares preferidos por el grupo objetivo, acerca de la forma en como realiza o planifica sus vacaciones.
- Comprender los comportamientos del grupo objetivo acerca de las preferencias al momento de vacacionar.
- Determinar la aceptación del proyecto en el target.
- Conocer los atributos y características de los potenciales clientes.

c) Fecha

El trabajo de campo se realizó del 3 al 18 de agosto del 2019.

d) Tamaño de la muestra

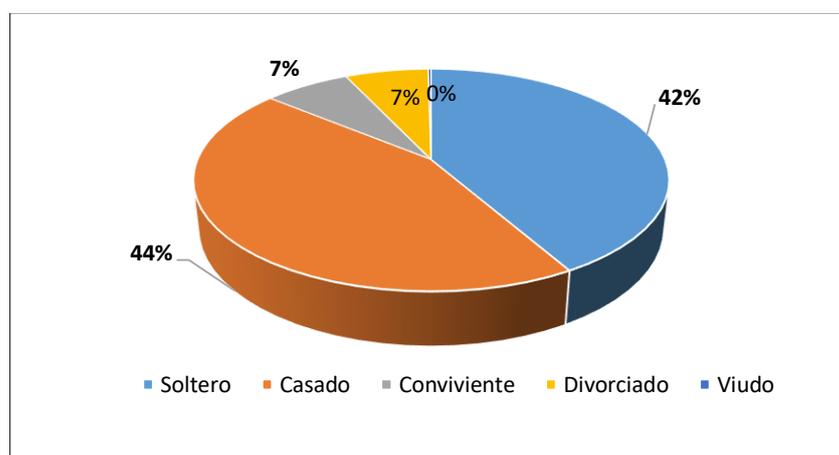
Se aplicaron 429 encuestas en la ciudad del Lima, el 50% se realizó personalmente y el otro 50% vía web. La ficha técnica, el cuestionario, así como el detalle de este se podrá encontrar en el anexo 3.

4.3.2.1. Distribución de la muestra

La muestra realizada a 429 personas estuvo dividida entre 51% de hombres y 49% de mujeres que viven en Lima Metropolitana.

La encuesta nos proyecta una distribución de 42% de solteros como 51% de casados y convivientes quienes comparten una vida familiar (Cuadro 19).

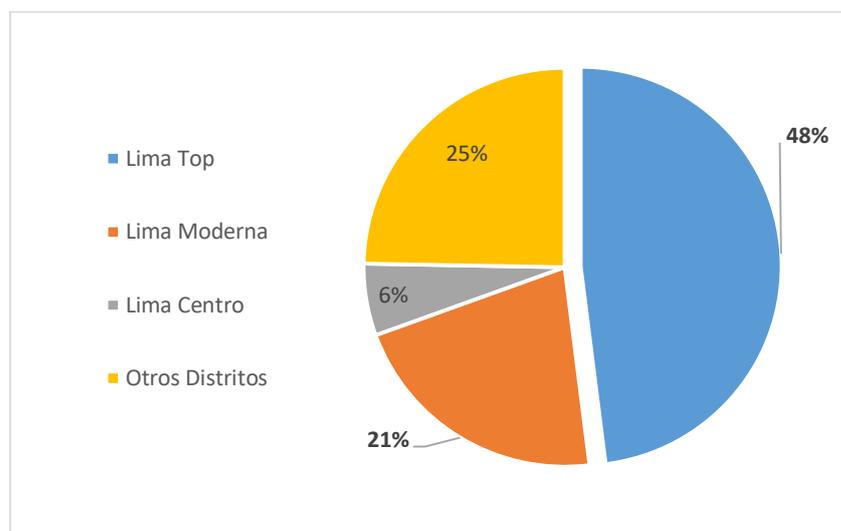
Cuadro 19. Estado Civil de los Encuestados



Fuente: Elaboración Propia

En lo que respecta a los distritos, el 48% de los encuestados residen en la denominada Lima Top (La Molina, Surco, San Isidro, Miraflores, San Borja y Barranco), el 21% en Lima Moderna (Surquillo, Jesús María, Lince, Magdalena, San Miguel y Pueblo Libre) y el 5% en Lima Centro (Lima Cercado, Breña, La Victoria y San Luis). El resto de los encuestados viven en más de 20 distritos de diferentes partes de Lima Metropolitana (Cuadro 20).

Cuadro 20. Distrito de Residencia Actual

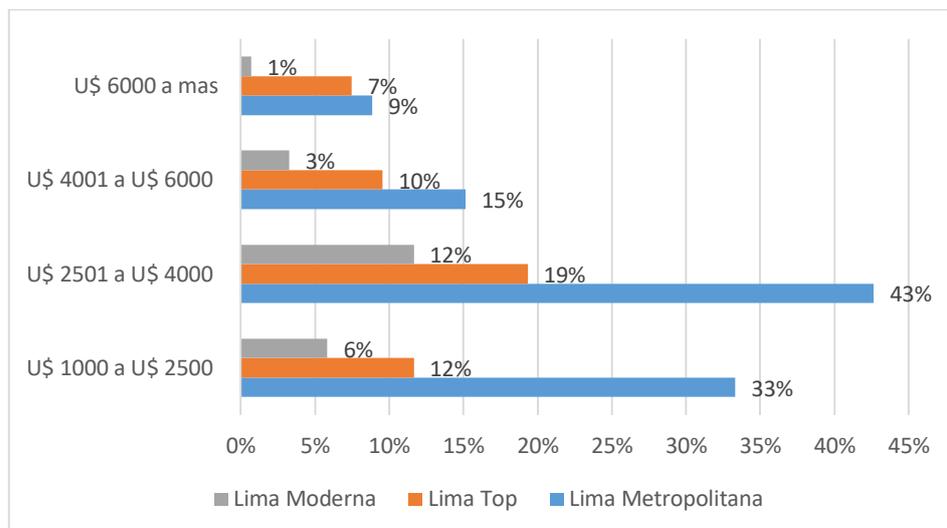


Fuente: Elaboración Propia

4.3.2.2. Ingreso Familiar

El estudio de las encuestas realizadas demuestra que el 33% de las familias tienen ingresos entre los 1,000 y 2,500 dólares mientras el 67% tienen ingresos superiores a los 2,500 dólares. Dentro de toda la muestra, el 36% de las familias residen en la denominada Lima Top y cuenta con ingresos superiores a los 2500 dólares; pudiéndose decir que se encuentran en el nivel socioeconómico B1 y se ubican en la zona geográfica del mercado objetivo sustentado con información secundaria (ver Cuadro 20).

Cuadro 20. Promedio de Ingreso Familiar



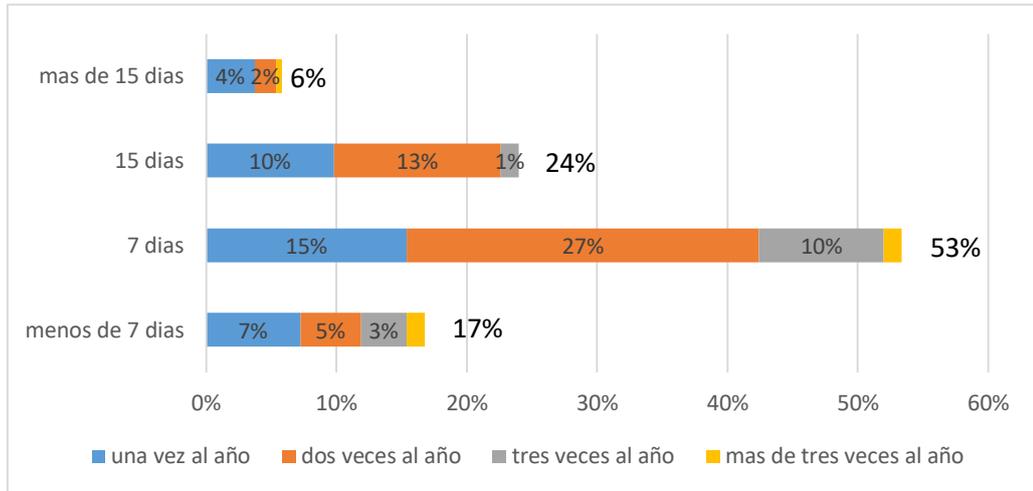
Fuente: Elaboración Propia

4.3.2.3. Usos y Hábitos de vacaciones

En esta parte se trabajó los hábitos, usos y costumbres que utilizan los encuestados para vacacionar y los resultados fueron los siguientes (ver Cuadro 21 al 23):

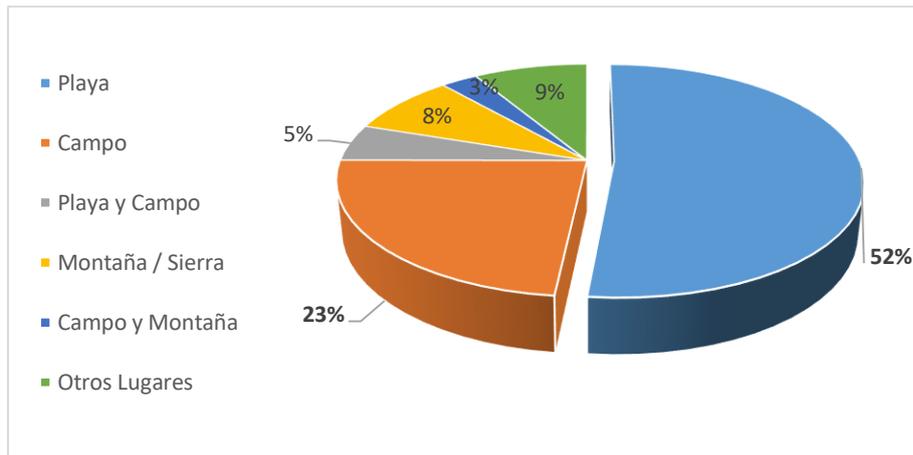
- ✓ Las personas en su mayoría vacacionan en promedio 7 días dos veces al año (42% de los encuestados). En segundo orden, realizan vacaciones de 15 días una a dos veces al año como máximo (23% de los encuestados).
- ✓ Los lugares preferidos para vacacionar son la playa para el 52% de los encuestados y el campo para el 23% de los encuestados. El resto de las personas prefieren ambas opciones seguido por la montaña u otros lugares.
- ✓ Las vacaciones prefieren hacerlo acompañado de su familia para el 52% de los encuestados y con amigos para el 25% de los encuestados.
- ✓ Las personas encuestadas gastan un promedio ponderado entre 3000 a 6000 soles (de 1000 a 1800 dólares) por cada periodo de vacaciones.

Cuadro 21. Tiempo de Vacaciones



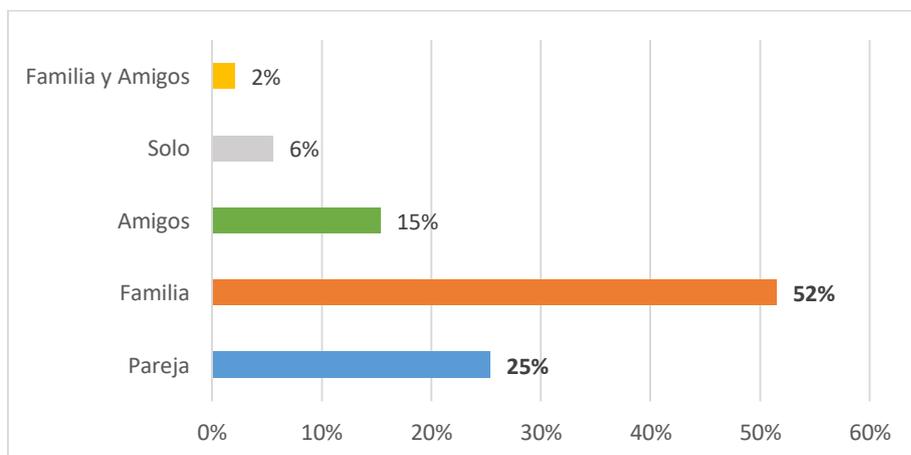
Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 22. Lugar de Vacaciones



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 23. Personas para compartir las vacaciones

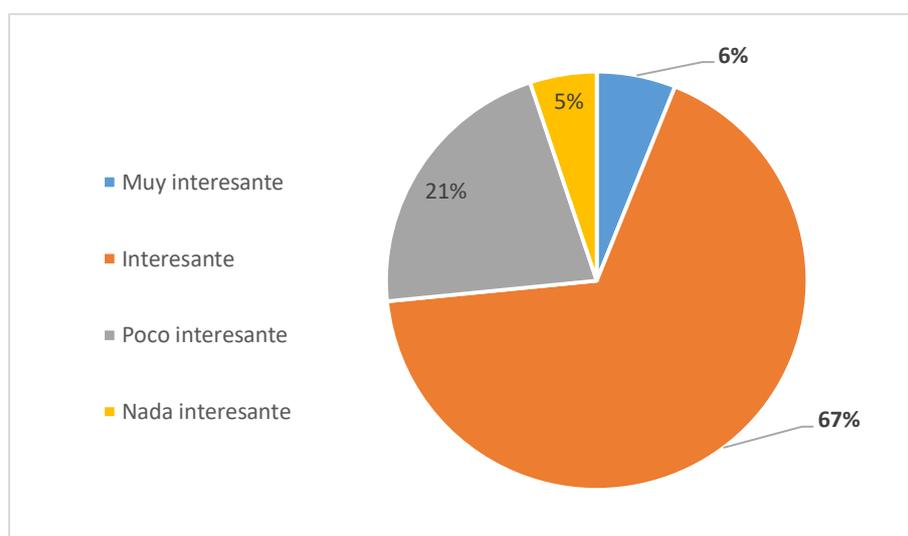


Fuente: Elaboración Propia

4.3.2.4. Aceptación del Modelo

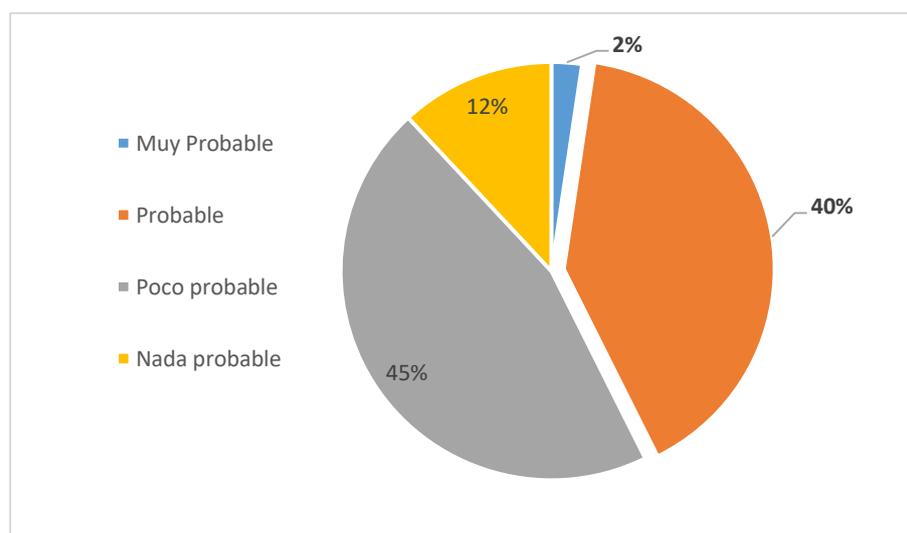
- ✓ De todos los encuestados, el 73% de personas les parece interesante y muy interesante la propuesta de una vivienda vacacional de propiedad fraccionada.
- ✓ Sobre el total de los encuestados solamente un 42% es probable y muy probable (183 personas) que adquiera la propiedad principalmente porque se trata de producto inmobiliario nuevo en el mercado peruano (ver Cuadro 24-25).

Cuadro 24. Apreciación del modelo de propiedad fraccionada



Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 25. Posibilidad de adquirir el producto inmobiliario

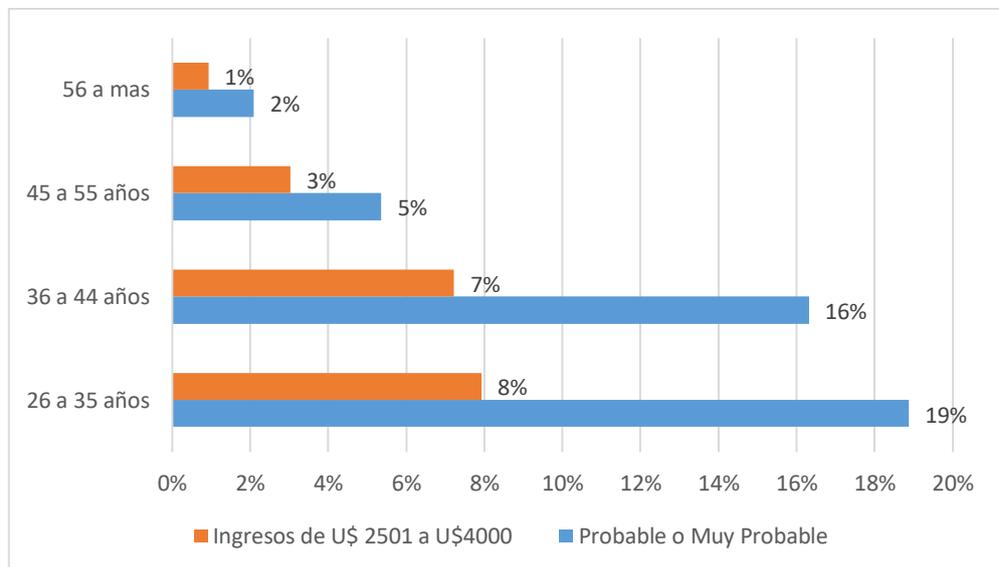


Fuente: Elaboración Propia

4.3.2.5. Características del grupo objetivo que compraría el producto

- ✓ Sobre el total de los encuestados, se obtiene un 21% de personas que adquirirían el proyecto cuyas edades fluctúan entre los 36 y 55 años.
- ✓ Los interesados que podrían adquirir el producto inmobiliario son 183 personas de ellos, el 60% son personas casadas, convivientes o divorciadas que tienen una vida familiar relativamente estable.
- ✓ Considerando que los ingresos familiares deberían ser superiores a 8,800 soles para poder comprar la vivienda fraccionada y el rango de edades entre 36 a 55 años para nuestro grupo objetivo para poder adquirir un crédito hipotecario; el margen se reduce a 10% del total de encuestados que representa 44 personas, que viven principalmente en la denominada Lima Top.
- ✓ Por otro lado, tenemos un segundo de personas entre 26 a 35 años que podrían adquirir el producto y representan el 8% del total encuestado (Cuadro 26).

Cuadro 26. Características del grupo objetivo



Fuente: Elaboración Propia

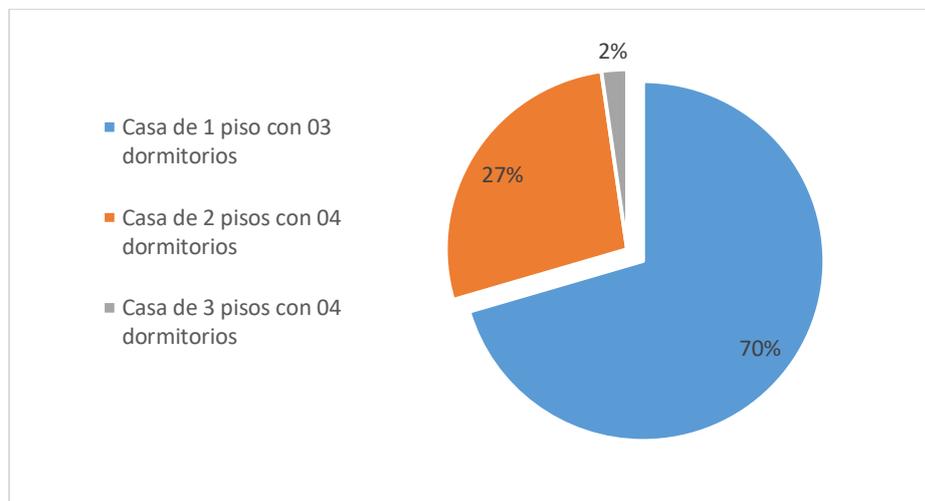
4.3.2.6. Evaluación del producto

- ✓ Sobre las 44 personas que podrían comprar el inmueble dentro del grupo objetivo, se obtuvo que la mayoría representada por 31

personas (70%) prefieren la opción del modelo de casa de 1 piso y tres dormitorios.

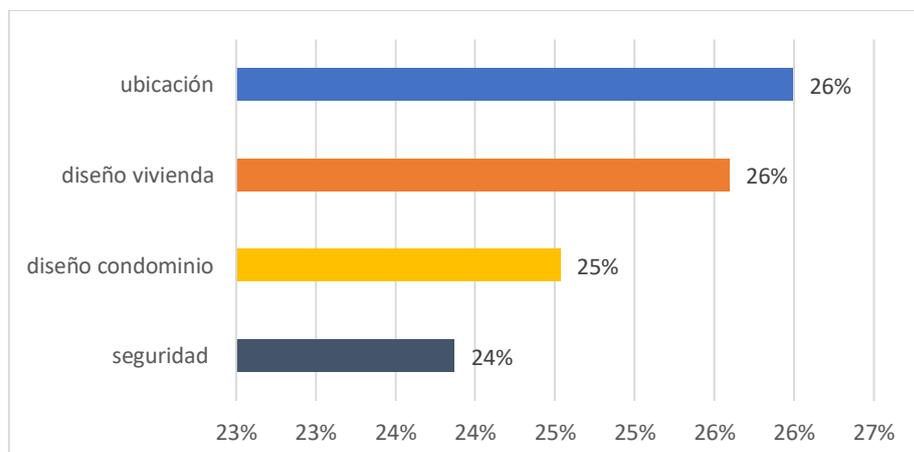
- ✓ Las personas del grupo objetivo que podrían comprar el inmueble prefieren que el proyecto tenga piscina, restaurant, minimarket, canchas deportivas y gimnasio sobre ese orden de prioridad.
- ✓ Se realizó un promedio ponderado entre los costos que las personas podrían pagar por la compra del nuevo producto inmobiliario y se obtuvo el precio de \$53,000 dólares.
- ✓ Cabe mencionar, la ubicación es el atributo más destacado por los encuestados seguido por el diseño de la vivienda, el condominio y la seguridad.

Cuadro 27. Tipología de vivienda



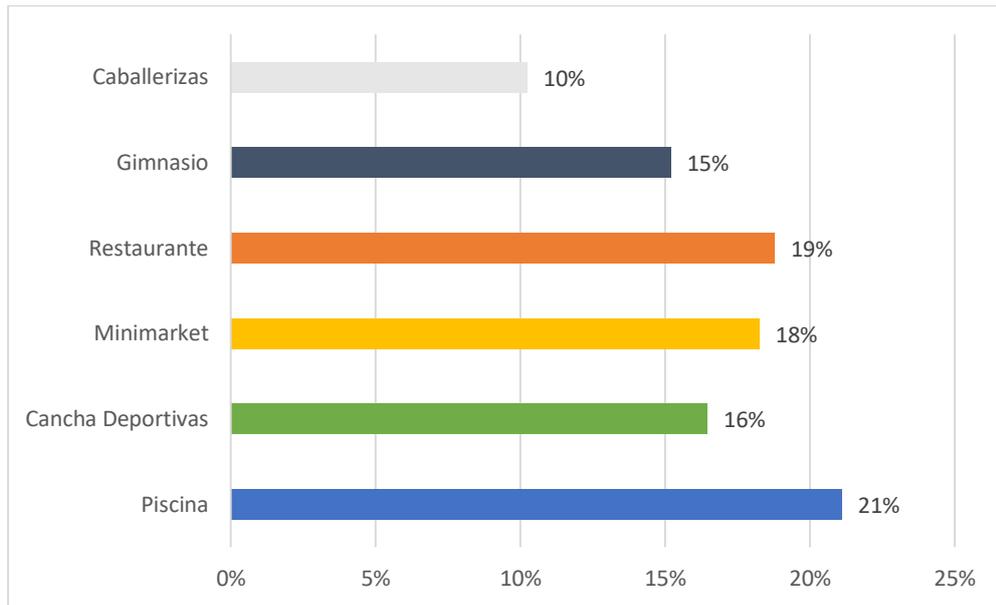
Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 29. Atributos del proyecto inmobiliario



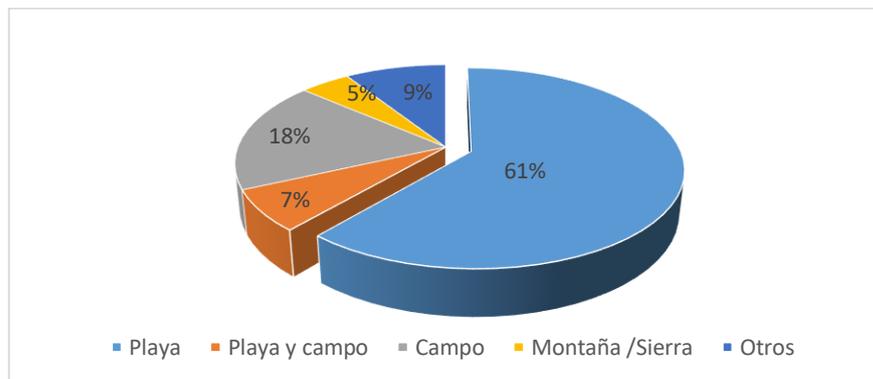
Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 28. Características del proyecto inmobiliario



Fuente: Elaboración Propia

- ✓ Asimismo, sobre la base de 44 personas seleccionadas según las características del grupo objetivo. Debemos destacar que el 61% de ellos, prefieren la playa como lugar preferido para vacacionar; según se muestra en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración Propia

4.3.2.7. Conclusiones y Recomendaciones a las Encuestas

- ✓ El proyecto tiene muchas posibilidades de tener éxito porque ofrecería las características necesarias para el grupo objetivo. Sin embargo, para cumplir dicha finalidad se debe contar con una intensa campaña publicitaria que le permita hacer conocido el

nuevo producto inmobiliario principalmente por el sistema de propiedad fraccionada.

- ✓ Es importante que el proyecto cuente con asociaciones con instituciones bancarias de prestigio para generar mayor confianza como facilidades de pago y compra para los clientes.
- ✓ El condominio no debería tener muchas familias por vivienda porque el grupo objetivo o target, piensa que el condominio debe ser exclusivo brindando comodidad y seguridad a sus usuarios y por ello, no debe tener mucha densidad de personas.
- ✓ La ubicación es un elemento esencial para la compra del inmueble como la accesibilidad del proyecto a estacionamientos de visita, spa, juegos acuáticos y paseos en el mar que deberían ser incluidos en el proyecto.
- ✓ Por otro lado, debemos pensar que una de las mayores barreras son los pocos días de vacaciones que tienen las personas y algunos piensan que no podrían utilizar muy poco la propiedad.
- ✓ Un punto favorable es que muchas personas piensan que el sistema es interesante pero no quieren invertir mucho dinero en este tipo de propiedad; por dicha razón, el precio que desean pagar fluctúa entre \$50,000 a \$55,000 dólares.

CAPÍTULO V. DISEÑO DEL PRODUCTO INMOBILIARIO

En este capítulo explicaremos características del lugar donde se desarrollará la propuesta, poniendo énfasis en su importancia como destino turístico / recreacional, resaltando sus distintos atractivos climatológico, deportivo, histórico y ecológico.

En seguida se hace una descripción del producto, referido a su emplazamiento urbano y el tratamiento morfológico / funcional, consignado el programa del condominio.

Finalmente, se hace un resumen de los aspectos especiales del régimen de la propiedad fraccional, referidos a: aspectos legales, calendario de uso y condiciones de uso.

5.1. Descripción Morfológica de la Propuesta

5.1.1. Localización

En la investigación cuantitativa, en base a la encuesta realizada se concluye las personas con intenciones de compra y con ingresos económicos suficientes para comprar una segunda vivienda; representa el 61% de las encuestados quienes prefieren descansar y vacacionar en la playa; en segundo lugar, un 18% prefieren el campo, lo que motivó la elección de una ciudad costera para desarrollar nuestra propuesta.

La ciudad elegida es Paracas, está ubicado a 245 km al sur de Lima en la provincia de Pisco, departamento de Ica; en los últimos tiempos se ha convertido en un destino vacacional muy atractivo debido a que cuenta con muchos recursos de orden ecológico, histórico, deportivo de aventura, un clima cálido casi todo el año, así como un equipamiento hotelero de envergadura internacional.



Clima: El clima de Paracas es desértico, soleado casi todo el año con una temperatura promedio de 22°C con baja humedad durante el día y noches frescas gracias a las brisas que viene desde el mar. En los meses de julio, agosto, ocasionalmente se suscitan los vientos típicos “paracas” que disminuyen la visibilidad alcanzando hasta los 40 km de velocidad,

Atractivos turísticos: Una bahía con playas, restos arqueológicos, geoglifos y museos de culturas preincas, reservas naturales con diferentes ecosistemas e islas que albergan diversidad de aves guaneras ocupando una superficie de 335,000 hectáreas, de las cuales 117,406 son de tierra firme y 217,594 de aguas marinas.

Restaurantes cercanos	Atracciones cercanas
Café Paracas  🚗 2.8 km · Peruana	Reserva Nacional de Paracas  🚗 2.9 km · Áreas de naturaleza y vida silvestre
Restaurante Chalana  🚗 3.2 km · Peruana	El Candelabro  🚗 2.9 km · Monumentos y lugares de interés
Restaurante Ballestas  🚗 3.4 km · Peruana	Playa Roja  🚗 2.9 km · Playas
Pukasoncco Arte y Restaurante  🚗 3 km · Peruana	Inti-Mar-Paracas  🚗 5.2 km · Reservas indígenas

5.1.2. Ubicación

La ubicación responde a los atributos que prefieren los entrevistados respecto a una vivienda vacacional, un 26% considera que la ubicación es primordial y un 61% prefiera la playa como lugar óptimo para descansar, la propuesta se desarrolla en un terreno muy cercano a la playa.

El terreno se encuentra emplazado al borde de la playa, después de los 50 metros paralelos a la línea de alta marea (Art. 3 del Reglamento de la Ley N° 26856), se encuentra excluida del dominio restringido de los siguientes 200 m, porque la propiedad es de dominio privado antes de la vigencia de la ley, (Art. 12

del Reglamento de la Ley N° 26856). Se encuentra ubicado al lado derecho ingresando desde la Panamericana Sur, también al lado derecho de la bahía.

Accesibilidad: En el km 245 de la Panamericana Sur, se encuentra el ingreso mediante una pista, que conecta directamente con el sector donde se ubica el terreno.



Fotos aéreas (Tomadas de Google Earth)

5.1.3. Configuración Urbana

El terreno materia del proyecto como los del entorno inmediato se encuentran baldíos y no se encuentran urbanizados.

Sin embargo, la municipalidad de Paracas tiene establecido un Plan Urbano, en el cual tiene definido el “uso de suelos”, el terreno donde se desarrollará la propuesta tiene una zonificación de RDB, al cual se le deberá realizar la habilitación urbana, dotación de servicios de agua, desagüe, energía eléctrica y alumbrado público.

El lote tiene una forma rectangular de 40.00 m x 250.00 m, con un perímetro de 580.00 ml y un área de 10,000.00 m² (1 Ha), con los siguientes linderos y medidas perimétricas:

Por el frente: Con una línea recta de 250.00 ml, colindante con la línea costera de la playa;

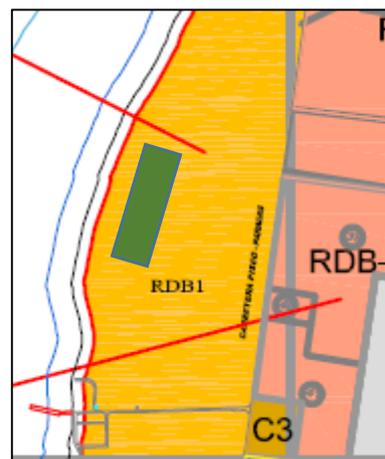
Por la derecha entrando: Con una línea recta de 40.00 ml, colindante con el lote N° 11 propiedad de terceros;

Por la izquierda entrando: Con una línea recta de 40.00 ml, colindante con el lote N° 9 propiedad de terceros;

Por el fondo: Con una línea recta de 250.00 ml, colindante con el lote N° 22 propiedad de terceros.



Zonificación Urbana



Uso de Suelo del Terreno

(Tomado del plano de Zonificación Municipalidad de Paracas)

Los parámetros establecidos para el terreno es la que se describe en el cuadro inferior, asimismo se describe los correspondientes al desarrollo del proyecto del condominio.

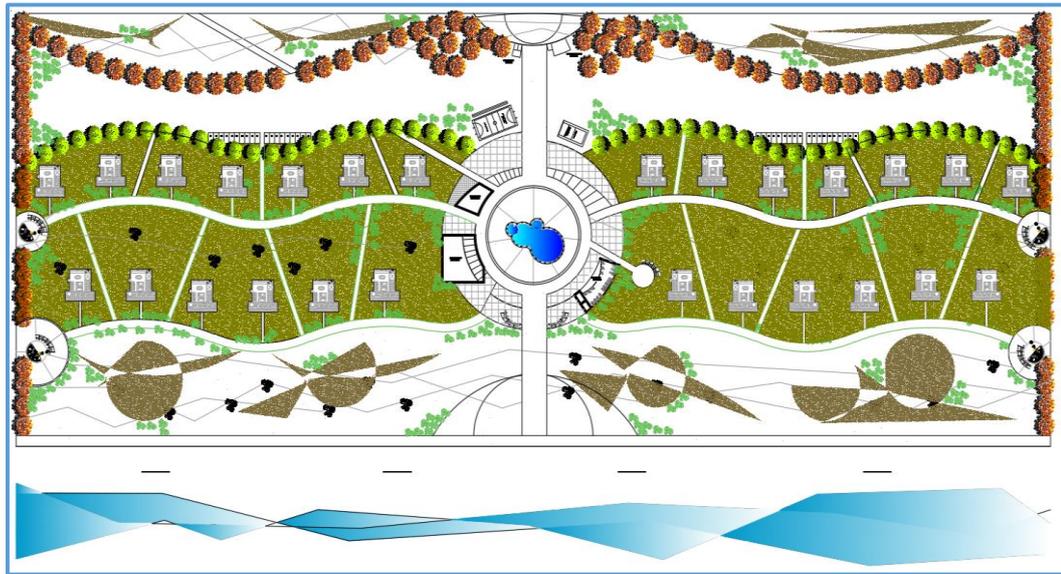
PARAMETROS		PROYECTO
ZONIFICACION	RDB - 1	RDB
USOS	Vivienda Unifamiliar	Condominio
	Vivienda Multifamiliar	
	Recreacional: Club, hoteles.	
	Comercio restringido	
ALTURA MAXIMA	2 pisos o 7.00 m	1 piso + azotea
AREA LIBRE	60%	60%
FRENTE MINIMO	15.00 m	250.00 m
LOTE MINIMO	2,000.00 m2 o existente	10,000.00 m2

Certificado de Parámetros Urbanos y Edificatorios

5.1.4. Características del condominio

El desarrollo del condominio responde a la forma del terreno, el lado mayor es paralelo al litoral o a la línea de la playa brindando una amplia longitud de visuales.

Las viviendas se desarrollan en dos filas paralelas a la playa, las áreas comunes como el club house y áreas de esparcimiento con canchas deportivas y piscina se encuentran en la parte central del conjunto.



Planimetría del conjunto (Elaboración propia)

De acuerdo con los requerimientos normativos de la municipalidad, las áreas libres se han tratado con predominio de verdes, franjas de árboles en los bordes y jardinerías entre las casas.

Las características principales del condominio responden a las preferencias de los entrevistados en la investigación cuantitativa como son el 26% prefiere un buen diseño de las viviendas, un 25% le otorga un valor especial al diseño del condómino y un 24% considera que la seguridad es un aspecto importante para sus viviendas.

A efectos de brindar mayores alternativas de diversión y esparcimiento, se cuenta con convenios especiales con clubes para realizar deportes náuticos como buceo, buggies, windsurf, kayak, surf, esquí etc.

5.1.5. Equipamiento de uso común

La dotación de equipamiento de uso común que se implementará en el condominio responde a las preferencias de los entrevistados en la encuesta de investigación cuantitativa.

Según ello, los entrevistados con intenciones de compra “probable” y “muy probable” prefieren como equipamiento piscina el 21%, restaurante el 19%, minimarket el 18%, canchas deportivas 16% y gimnasio el 15% de los encuestados.

 Estacionamiento gratis	 Piscina
 Bar/Salón	 Playa
 Sala de juegos	 Actividades infantiles (Ideal para niños / familias)
 Instalaciones para hacer parrillas	 Muebles de exterior

Las áreas independizadas son:

ÁREAS INDEPENDIZADAS DE USO EXCLUSIVO			
Denominación	Cantidad	Área techada	Uso
Casa	26	130.00 m ²	3,380.00 m ²

Las áreas de uso común en copropiedad son:

ÁREAS EN COPROPIEDAD	ÁREA OCUPADA	DESTINO
Club House: Minimarket, Restaurant, Gimnasio.	400.00 m ²	Recreación
Cancha multideportiva: Fulbito, Básquet, Vóley Cancha de frontón	400.00 m ²	Recreación
Piscina	200.00 m ²	Recreación
Estacionamientos 36 u.	450.00 m ²	Estacionamiento

Asimismo, el condominio cuenta con bienes en copropiedad:

BIENES EN COPROPIEDAD	DESTINO
Pasajes y veredas peatonales	Circulación
Patio de maniobra, pistas vehiculares	Circulación
Jardines	Jardines
Cuarto de seguridad	Seguridad
Cuarto de basura	Servicio
Cisternas de agua	Servicio

Las viviendas tienen el frente hacia la playa, con grandes aventanamientos que brindan amplias visuales y se han diseñado patios centrales y aberturas para lograr una ventilación cruzada que brinde un confort térmico en los días calurosos.

Las viviendas cuentan con acabados de primera y diseño moderno respondiendo al 26% de los entrevistados que opinan que el diseño de la vivienda es un factor importante en la intención de compra.



Vista de conjunto (Elaboración propia)



Vistas de fachada (Elaboración propia)

5.1.6. Características de las unidades inmobiliarias

Para determinar la cantidad de dormitorios de las viviendas se tomó en consideración la respuesta de los encuestados con intenciones de compra de “probable” y “muy probable”, el 70% prefiere viviendas con 3 dormitorios y un 27% con 4 dormitorios; en respuesta a dicha preferencia, del total de viviendas (26 unidades) 18 cuentan con 3 dormitorios y 8 con 4 dormitorios.

Las viviendas tienen un área ocupada de 142.00 m², de las cuales 130.00 m² son techadas y 12.00 m² de patio central como área libre. Se ha desarrollado

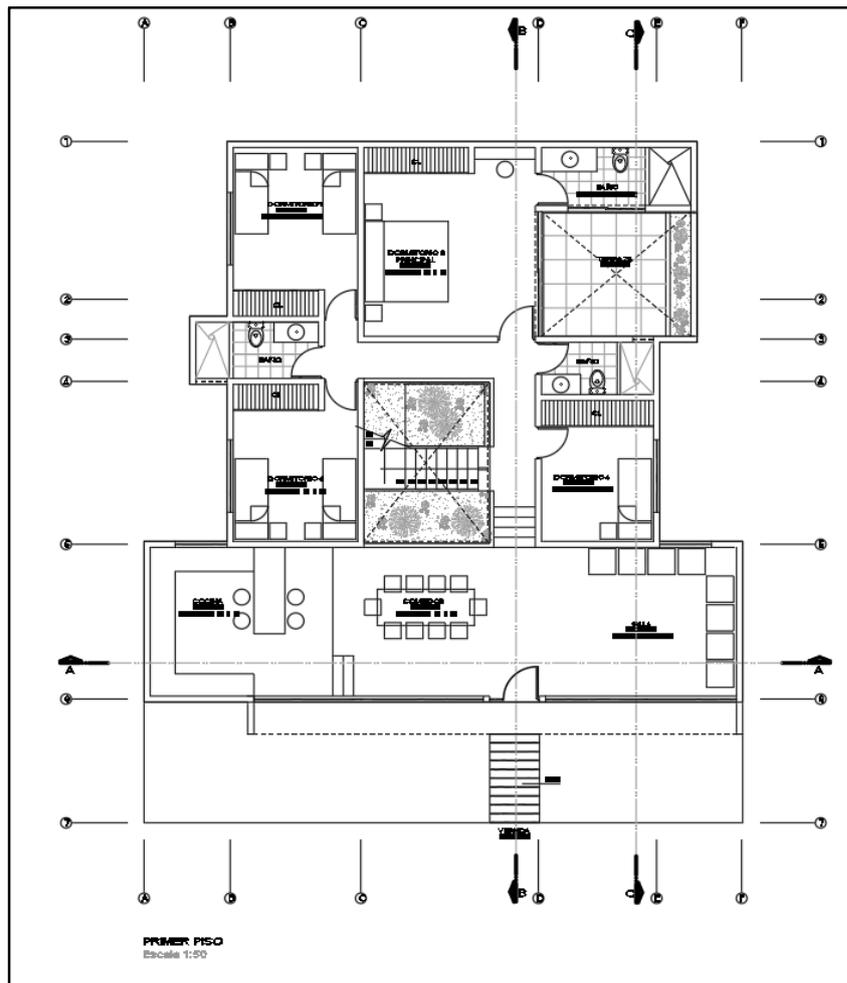
en un piso con azotea.

La vivienda cuenta con:

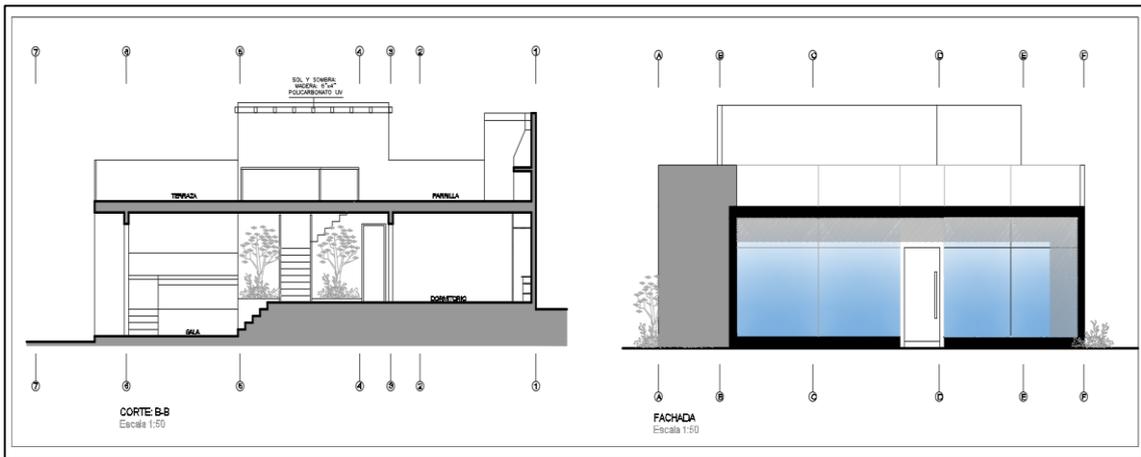
 Playa privada	 Comedor
 Sala de estar	 Sofá
 Máquina de café/té	 Kitchenette
 TV pantalla plana	 Bañera/Ducha

Todos los ambientes de la vivienda se desarrollan en el primer piso, mientras la azotea está destinada actividades de recreación al aire libre y/o techos filares de luz y sombra.

En el primer piso se ubican: una sala, un comedor, una cocina, cuatro dormitorios, tres baños completos, un patio jardín, una terraza hacia el dormitorio principal.



Planta primer piso (Elaboración propia)



Corte y fachada (Elaboración propia)

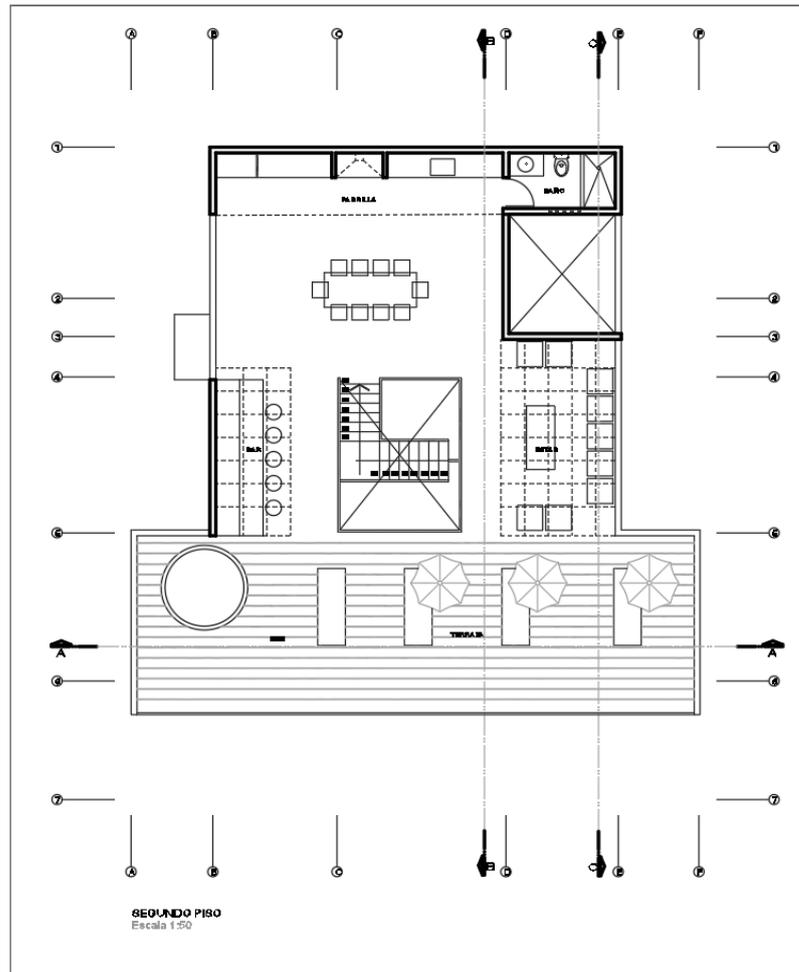


Vista comedor, cocina (Elaboración propia)



Vista dormitorio, terraza (Elaboración propia)

En la azotea se han ubicado áreas sociales de recreación al aire libre, un área de parrilla, estar, bar, terraza, espejo de agua, baño.



Planta de Azotea (Elaboración propia)



Vista de azotea, BBQ y bar (Elaboración propia)



Vista de azotea, terraza, bar, estar (Elaboración propia)

Las unidades inmobiliarias se encuentran equipadas con muebles, equipos electrodomésticos, luminarias, decorados y adornos las cuales se encuentran consignados en un inventario, y forma parte de los enseres en copropiedad.

5.2. Descripción Funcional de la Propuesta

5.2.1. Ficha técnica

Descripción	Programa	Área m2
Area de terreno	1 Ha	10,000.00
Numero de Viviendas	26 Unidades, 130.00 m2 c/u	3,380.00
Club House	Minimaket, restaurant, gimnasio	400
Area libre	66.20%	6,620.00
Vivienda		
Primer Piso	Sala comedor	
	Cocina	
	4 dormitorios	
	3 Baños completos	
	Terraza	
	Jardin interno	
Azotea	Parrilla	
	Area de estar	
	Bar	
	Terraza	
	Baño	
Estacionamientos sin techar	Usuarios	26 unidades
	Visitas	10 unidades

5.2.2. Aspectos legales

Contrato de Compra – Venta

Acuerdo de voluntades celebrado por el adquirente y la vendedora, mediante el cual el primero compra y el segundo vende una acción de dominio de la copropiedad, en los términos y condiciones establecidos en el mismo.

Escritura de Compra – Venta

Es un instrumento jurídico que contiene la constitución del régimen de propiedad fraccional, otorgado ante notario público e inscrito en los Registro Públicos de Propiedad, en ella se formaliza la titularidad para su uso, goce, disfrute y aprovechamiento de los propietarios fraccionales.

Escritura constitutiva del Sistema de Copropiedad

Instrumento jurídico que contiene la Constitución del Sistema de Copropiedad, otorgado ante Notario Público e inscrito en el Registro Público de la Propiedad al cual se afectó un bien inmueble o departamento y los bienes muebles descritos en el inventario, formalizada en escritura pública por el constituyente del sistema, para que cada uno de los adquirentes o propietarios fraccionales de las fracciones en que se dividan los citados bienes, los usen, gocen, aprovechen y disfruten de manera exclusiva, con las limitaciones que impone este Reglamento y de conformidad con el Calendario de Uso.

Escritura de individualización

Formalización ante Notario Público del Contrato de Compraventa, que se inscribe en el Registro Público de la Propiedad, para que el derecho real adquirido surta efectos contra terceros

Propietario Fraccional

Persona que adquiere, a título de dueño, el dominio pleno de una parte alícuota de una unidad inmobiliaria, con las limitaciones que impondrá la constitución de Propiedad Fraccional, su escritura de individualización, su contrato de compraventa y el Reglamento.

Una vez cumplidas todas las obligaciones con el desarrollador, los Propietarios Fraccionales adquieren el dominio pleno de su parte alícuota de la unidad inmobiliaria únicamente por el período determinado en el Calendario de Uso, consistente en un periodo conformado por semanas.

Cada Propietario Fraccional puede arrendar sus semanas por sí, o por terceros. En el caso que el Propietario Fraccional solicite por escrito al Administrador que ofrezca en arrendamiento sus semanas, éste último retendrá el 35% sobre el ingreso neto de la renta si se llegara a colocar para cubrir gastos de comercialización. En ningún caso el Administrador tiene obligación de rentar la semana y por ningún motivo se exenta al Propietario Fraccional del pago de su cuota anual de mantenimiento.

Cada Propietario Fraccional en ejercicio de sus derechos, puede autorizar a sus familiares, invitados y/o arrendatarios a utilizar, ocupar y disponer de la unidad inmobiliaria durante sus Semanas de Uso exclusivo asignada a su parte alícuota, con propósitos turístico-residenciales, únicamente por el período determinado en el Calendario de Uso.

Parte alícuota

Cada una de las partes que integran una unidad inmobiliaria, expresada en porcentajes correspondientes a una semana de viernes a viernes (salvo pacto en contrario), respecto de la cual se ejercen todas las facultades de dueño para disponer, transmitir, intercambiar y gravarla; sujeta a al Calendario de Uso en cuanto a sus derechos de uso, goce, aprovechamiento y disfrute exclusivo, absoluto cíclico y perpetuo.

Cada parte alícuota en la Propiedad Fraccional es un derecho pleno separado y distinto de las demás y por su propia naturaleza, este derecho real, es a perpetuidad, siguiendo para estos efectos, las normas del capítulo de la propiedad del Código Civil del Perú.

Una parte alícuota o acción de dominio puede ser transmitida, dada en arriendo o gravada por cualquier título permitido por la Ley; no obstante, cualquiera de estos instrumentos, se sujetará a lo estipulado en el Reglamento.

Reglamento

Es un conjunto de disposiciones que regulan los derechos de uso cíclico y perpetuo, el aprovechamiento, disfrute, disposición y transmisión de acuerdo al calendario de uso.

Están obligados al cumplimiento de este Reglamento las personas que a continuación se detallan:

- a) Las personas físicas o jurídicas, que adquieran la calidad de Propietario Fraccional.
- b) Las personas que bajo cualquier título ocupen, usen, dispongan o tengan que ver con la unidad inmobiliaria sujeta a la Propiedad Fraccional.
- c) El Administrador.

Inventario

Es el documento en el que se incluirán tanto al ingreso como a la salida de la unidad inmobiliaria las anotaciones del estado que guarde dicho inventario y las observaciones que se deban hacer.

Además de las observaciones a los bienes muebles se anotarán las que correspondan al propio inmueble y a las áreas comunes del condominio. El Propietario Fraccional o el usuario pagaran el costo de los desperfectos, daños y perjuicios que originaron. El Propietario Fraccional es responsable solidario con cualquier usuario autorizado que haya utilizado la unidad inmobiliaria durante las semanas que le corresponden al primero.

El Inventario será objeto de supervisión constante por parte del Administrador a efecto de que se mantenga en óptimas condiciones, dado que se trata de un inmueble y de bienes muebles que, por su uso constante están sujetos a un desgaste paulatino o a sufrir daños, intencionados o no, causados por sus ocupantes.

Asamblea

Órgano supremo de la Copropiedad.

Junta de Propietarios Fraccionales

Órgano colegiado nombrado por la Asamblea de copropietarios, con

facultades de representación y encargado de vigilar la actuación del Administrador de la copropiedad sobre el desempeño de su encomienda, como la aplicación y el cumplimiento del Reglamento Interno de la copropiedad y de las disposiciones de su escritura constitutiva.

Correo electrónico de Reservas y Servicios

Correo de atención al Propietario Fraccional manejada por el Administrador, mediante el cual los Propietarios Fraccionales harán sus reservas para el uso de las semanas que les corresponden, para recibir información, hacer solicitud de provisiones o personal especial para servicios opcionales, aclaraciones sobre consumos, pagos y cargos derivados de la estancia y otras. La atención puede ser vía email o por conducto del personal de oficina durante la estancia del Propietario Fraccional.

5.2.3. Calendario de Uso

Cronograma que estable los periodos de uso de los propietarios fraccionales, a solicitud de los usuarios y en ejercicio de sus derechos pueden realizar cambios y/o arriendo de sus semanas, el administrador retendrá un porcentaje para cubrir gastos de comercialización. Los propietarios no podrán disponer de mayor tiempo al que le corresponde, tampoco las semanas no usadas son acumulables al siguiente año.

El Calendario de Uso se estructura con base en las 52 semanas, las que equivalen al 100% del uso anual de una unidad inmobiliaria, correspondiendo a cada fracción el 1.923077%, del derecho que amparen. Cada semana consta de siete días y siete noches, esto es, los días se toman de momento a momento. El primer día y el último de cada semana se consideran de 24 horas completas, aunque no lo sean.

Ningún Propietario Fraccional podrá disponer de mayor tiempo al que le corresponde. En el caso de que un Propietario Fraccional quiera extender su estadía, sujeto a disponibilidad, el Administrador aplicará la tarifa rack a la clase de Semana adquirida. En caso de que el Propietario Fraccional no solicite reservar una semana distinta a la adquirida, el Administrador presumirá que efectivamente llega en la semana estipulada en su contrato respectivo.

Todos los Propietarios Fraccionales deberán respetar y cumplir rigurosamente con lo dispuesto en el Calendario de Uso. Los Propietarios Fraccionales están obligados a pagar sus cuotas ordinarias y extraordinarias en los términos que se indican en el Reglamento escojan o no la semana que les corresponda e incluso si habiéndolo hecho no la usa.

En caso de que Propietario Fracciona no cubra sus cuotas al momento de solicitar su reservación o deje de pagar cualquiera de sus obligaciones; perderá a favor del Administrador su derecho al uso de la semana que le corresponde, quedando el Administrador expresamente facultado a ofrecer y en su caso dar en arrendamiento dicha semana.

En ningún caso las semanas no usadas son acumulables de un año a otro, salvo pacto en contrario y sujeto a disponibilidad.

El Calendario de Uso contempla periodos rotatorios, para las fechas especiales como navidad, año nuevo, semana santa, de modo que una vez por año puedan disfrutar de estos feriados.

5.2.4. Condiciones de uso

El Propietario Fraccional al hacer uso del periodo que le corresponde firmará la Ficha de Ingreso a la unidad inmobiliaria, el inventario, y abrirá un voucher de tarjeta de crédito o en su defecto, depositará en efectivo el equivalente a una cuota anual, para garantizar el uso y disfrute de la unidad inmobiliaria y demás consumos y servicios que solicite.

Ocupación

La Ocupación o ingreso a la unidad inmobiliaria son los viernes a las 16 (dieciseises) horas y la desocupación es a más tardar a las 12:00 (doce) horas del viernes de la semana siguiente, salvo pacto en contrario.

Al desocupar la unidad inmobiliaria deberá firmar la ficha de salida conjuntamente con el inventario. El Propietario Fraccional hará constar todas las quejas e inconformidades en una encuesta de servicio, que servirá para evaluar la calidad del servicio del Administrador.

Desocupación

La desocupación deberá ser por entero, lo que implica no dejar ningún objeto ajeno al Inventario, los Propietarios Fraccionales podrán guardar regularmente equipaje u objetos personales en los lugares asignados para ello. El Administrador proporcionará un organizador con el fin de que los Propietarios Fraccionales puedan guardar algunas fotos, decoraciones o juguetes de playa a su elección.

Se prohíbe dejar vehículos terrestres o marinos, en los cajones de estacionamiento al desocupar la vivienda, trátase de automóviles, camionetas, recreacionales, botes, tráileres, motos y similares. En caso de que ello ocurra se enviarán al depósito de las autoridades de tránsito a disposición de quien los dejó, previo el pago de los cargos que haga la autoridad.

Al desocuparse la unidad inmobiliaria deberán cubrirse en su totalidad los gastos por concepto de consumos, servicios opcionales y demás cargos que le correspondan, incluidos los daños, perjuicios y sanciones a las que el Propietario Fraccional o el usuario autorizado en turno se hubiere hecho acreedor.

5.2.5. Obligaciones del propietario fraccional

- a) Un Propietario Fraccional no puede alterar o decorar el interior de una unidad inmobiliaria o de cualquier parte de ésta sin el acuerdo tomado con el Administrador. En ningún caso y bajo ninguna circunstancia podrán los Propietario Fraccionales alterar el exterior de la unidad inmobiliaria o de cualquiera de sus partes comunes ni modificar sus instalaciones eléctricas o sanitarias, la comisión de esa falta amerita la sanción del doble del costo de reposición.
- b) El propietario al hacer uso de su periodo que le corresponde firmará una ficha de ingreso y el inventario, al finalizar incluirá las observaciones, quejas y/o inconformidades en una encuesta de servicio para evaluar la calidad del servicio del Administrador.
- c) Eventualmente a pedido de los usuarios se podrá contratar servicios opcionales como: cocineros, niñeras, enfermeras, choferes las cuales serán solicitados con 8 días de antelación.

- d) Servicio de compra de provisiones: A solicitud anticipada y por escrito del usuario, el administrador brindará el servicio de compra de alimentos, bebidas y otros los cuales serán colocados previo a su llegada, habrá un cargo por servicio de acuerdo con una tarifa vigente.

Daños y su Cobertura

Cualquier daño o menoscabo en la unidad inmobiliaria, en sus instalaciones, amueblado o mobiliario, aparatos o enseres, pérdida, desperfecto, descompostura, rotura, quemadura, raspadura, ralladura, grafiti, manchas o cualquier otro evento que altere la unidad inmobiliaria, el mobiliario, su equipamiento, sus instalaciones, será pagado por el Propietario Fraccional al que le corresponde el uso de la semana dentro de la cual se produjo, incluso si se originó por el usuario autorizado; excepto el caso en el que el daño lo originó un tercero al que se le asignó esa semana por el Administrador en el ejercicio de la facultad de asignar semanas no reservadas, supuesto éste en que el daño será pagado por quien lo originó y en último caso se cubrirá con el seguro contratado por el Administrador.

Pago de cuotas

Mediante el pago de cuotas de mantenimiento se garantiza el pago de honorarios de los empleados de la administración, así como las actividades de limpieza y reparación de desperfectos que sobrevengan de su uso natural y moderado.

La cuota ordinaria es mensual, la cual deberá pagarse por adelantado en los primeros 5 días de cada mes.

5.2.6. Funciones del Administrador

- a) Llevar la representación legal de la Propiedad Fraccional para pleitos y cobranzas, actos de administración y asuntos laborales a efecto de que deslinde a la Propiedad Fraccional de cualquier responsabilidad.
- b) Gestionar y mantener las licencias y permisos municipales que llegaren a ser exigibles.
- c) Cubrir oportunamente los impuestos, aprovechamientos, impuestos

prediales, cuotas de agua, gasto útil por consumo de energía eléctrica, telefonía, Internet, televisión por cable o similar, primas por seguros, pago de cuotas al Fraccionamiento y en general, los derechos, que la Propiedad Fraccional ocasionare.

- d) Dar el mantenimiento preventivo y correctivo que requiera las unidades inmobiliarias y áreas comunes a su cargo.
- e) Imponer las sanciones a violaciones del Reglamento.
- f) Verificar y atender la operatividad, mantenimiento de instalaciones, servicios generales y conservación de la Propiedad Fraccional.
- g) Cobrar las cuotas y extender los estados de cuenta y los requerimientos de pago por cuotas, recargos y demás responsabilidades económicas que a cada uno de los Propietarios Fraccionales corresponda, extendiendo los recibos que amparen los pagos efectuados por y a cargo de los Propietarios Fraccionales.
- h) Llevar los libros y documentación que soporten los gastos efectuados, los que deberán tener una actualización no mayor de quince días hábiles; cuando así lo estime necesario podrán llevarse los libros de registros auxiliares que se requieran; también podrán utilizarse para llevar los registros auxiliares sistemas de cómputo.
- i) Deberá de conservar los comprobantes originales de los gastos efectuados.
- j) Cargar a la partida del presupuesto de egresos que le corresponda cualquier pago por el efectuado.
- k) Las demás que le confiera este Reglamento o cualquier otro ordenamiento que le sea aplicable, y la escritura constitutiva de la Propiedad fraccional.

5.2.7. Servicios y consumos

- a) Servicios Opcionales: Son aquellos provistos por el Administrador a requerimiento del Propietario Fraccional o Usuario por la temporalidad solicitada y a su cargo. Estos servicios pueden ser, entre otros:
 - o Cocinera o Chef: Persona contratada a pedido, con cuota adicional

a cargo del Propietario Fraccional, para que, en la semana correspondiente, la tenga a su servicio para dedicarse exclusivamente a preparar alimentos y bebidas en horarios convencionales.

- Niñeras o enfermeras: Personal para atención exclusiva de niños las primeras y de personas enfermas o discapacitadas las segundas. Podrán estar a disposición del Propietario Fraccional en turnos como en el caso anterior y será por los días que se contrate, pudiendo haber ajustes convencionales de horarios e igualmente los pagos se harán al Administrador de acuerdo con las tarifas vigentes al momento de contratarse el servicio.
 - Chofer: Conductor de vehículo, contratado por horas o días determinados, para conducir unidades de vehículo del Propietario fraccional.
- b) Servicio de Provisiones. - El Administrador comprará, a solicitud anticipada por escrito y a costo del Propietario Fraccional, alimentos, bebidas y otros Artículos de uso inmediato previos a su llegada, colocados o empaquetados según prefiera. El Administrador atenderá otros pedidos similares durante su estancia.

CAPITULO VI. PLAN DE MARKETING

Para este capítulo se ha tenido en cuenta, los hallazgos encontrados tanto de fuentes secundarias como de fuentes primarias sobre el mercado inmobiliario utilizadas para esta investigación.

También, se tomó como referencia el análisis interno y externo del entorno del sector, así como las variables socioeconómicas que se desarrollan en el país.

Toda esta información, ayudará a determinar las estrategias de marketing que permitirá desarrollar los objetivos del proyecto en los tiempos propuestos.

Objetivos Generales

- Conseguir los objetivos de ventas propuestos por el proyecto.
- Lograr posicionar el proyecto como un novedoso sistema de vivienda vacacional, para alcanzar la fidelización del grupo objetivo en el primer año.

Objetivos Específicos

- Alcanzar la venta del 20% del proyecto en los primeros cuatro meses (etapa de pre-venta).
- Mantener las proyecciones de venta de propuestas por el proyecto, en un mínimo de 90%.
- Generar una buena recordación del producto en el target a través de un buen lanzamiento de producto.
- Obtener excelentes alianzas comerciales con bancos u otras entidades financieras.

6.1. Estrategia de Producto Inmobiliario

6.1.1. Segmentación

Para definir el mercado a segmentar se utilizaron las teorías de Kotler (2013), Rolando Arellano (2017) y Schiffman & Kanuk, (2010).

Philip Kotler precisa que la segmentación del mercado es la división del mercado en grupos bien definidos con similares gustos y preferencias. Proponiendo la existencia de cuatro varios niveles de segmentación como son marketing de segmento, marketing de nichos, marketing local y marketing individual.

En este proyecto, se utilizará el marketing de nichos y el marketing individual porque con ellos, se definirá un mercado muy específico y reducido donde se dirigirán las ventas (de nichos); al mismo tiempo, se realizarán ventas personalizadas llamadas “uno a uno” (individual).

Para el caso de Arellano (Latir: Mucho más que tener, 2017), mediante sus teorías se definió las características de nuestro grupo objetivo que son los habitantes de Lima Top (Capeco) con estilo de vida sofisticado y moderno.

Por último, para ser más precisos con las variables a segmentar se utilizará la matriz de Schiffman & Kanuk que detallamos a continuación:

Cuadro 31. Matriz de categorías de segmentación de mercado y variables seleccionadas

Bases Segmentación	Variables Seleccionadas
Geográfica	Lima Metropolitana, Lima Top (Capeco) . Zona Urbana.
Demográfica	Hombres y mujeres de 36-55 años. Casados y solteros. Profesionales. Trabajo independiente o dependiente.
Psicológica	Valoran el sentido del valor propio, son de riesgo intermedio y alto. Actitud Positiva y alto involucramiento.
Psicográfica	EDV: moderno y sofisticado
Socio Cultural	Cultura peruana, católicos, clase social media alta, hispanos.
Relacionada	Son usuarios modernos, intensos y tienen mucha lealtad y confianza de marcas.
Situación de Uso	Ocio, descanso y vacacional. De recreación.
Beneficios	Comodidad y aceptación social.
Híbridos	Combina un buen estilo de vida, con riesgo mediano.

Fuente: Schiffman & Kanuk (2010), Comportamiento del Consumidor.

6.1.2. Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento para el proyecto estará basada en tres leyes que determinan Al Ries & Jack Trout en su libro “El Posicionamiento” (1980) como son la ley de liderazgo, la ley de la categoría y la percepción, porque se afirma que serían los primeros en llegar a la mente de los consumidores con el modelo de vivienda vacacional de propiedad fraccionada.

Siendo la premisa de posicionamiento del proyecto: Ser el primer proyecto vacacional en el Perú, en base al modelo de propiedad fraccionada con el lema “Ten Tu Propio Paraíso para Vacacionar”.

6.1.3. Estrategia de Servicio

En este punto, se trabajará el marketing relacional, por ser un producto muy segmentado considerado de clasificación de vivienda de lujo.

Se propone afianzarlo con un dedicado trabajo de venta y post venta con la utilización de la gestión de relaciones con los clientes (CRM) como herramienta de ERP (Enterprise Resource Planning) para marketing.

Con dichas herramientas, se fidelizará al cliente para que su viaje como consumidor sea el mejor y no solo acabe en la firma de la minuta. Acompañándolo desde la separación, firma de minuta, entrega del inmueble y un año después de entregado.

Otro punto importante para resaltar es la admisión de los inquilinos porque en la investigación de mercado, se evidencio este punto como una de las principales preocupaciones de los clientes potenciales. Por dicho motivo, en el proyecto se formará una comisión de admisión para tener reglas claras que beneficien a todos y revalúen el valor del predio.

6.2. Estrategia de Marketing Mix.

A continuación, se explica las estrategias de marketing mix del proyecto donde el producto inmobiliario será eje principal, apoyado por la comunicación y promoción como herramientas para posicionar al producto como la mejor alternativa de vivienda vacacional, a través del sistema de venta de propiedad fraccionada.

6.2.1. Producto Inmobiliario

Se trata de viviendas vacacionales ubicadas en lugar turístico por excelencia como es la ciudad de Paracas (en el departamento de Ica); las cuales, se venderá mediante el sistema de propiedad fraccional siendo un método de propiedad donde varias personas pueden poseer un porcentaje de participación de un inmueble.

Los beneficios del producto para el comprador son:

- Tener la oportunidad de disfrutar de un inmueble vacacional por un 20% de su valor de venta con la posibilidad de vender su participación cuando crea conveniente.

- Poder realizar la compra de este inmueble con familia o amigos cercanos.
- Reducir el costo del mantenimiento porque solamente asumiría el pago por la fracción de la propiedad que le corresponde.
- Contar con una empresa que se encargue de la administración del condominio.
- Poder disfrutar de la propiedad en los diferentes meses del año.

Por otro lado, el promotor inmobiliario tendrá la facilidad de vender inmuebles por fracciones haciendo más sencilla la venta de una propiedad inmobiliaria.

El proyecto de Propiedad Fraccionada es un producto destinado a aquellas personas del NSE B1 que no disponen de un presupuesto para adquirir un inmueble vacacional para disfrutarlo solamente algunas semanas al año.

6.2.2. Estrategia de Precio

La estrategia de precio se basará principalmente en tres puntos requeridos como mínimo, en relación con otros proyectos de segunda vivienda teniendo el tercer punto mayor importancia, por lo que puede generar el nuevo sistema en el mercado inmobiliario. A continuación, se define cada uno:

- **Lo que requiere el proyecto**, el análisis financiero que nos brindara el costo mínimo y el precio de venta que tendría que asumir el proyecto.
- **Los competidores**, ayudara a definir cuál es el costo y precio definido para el proyecto frente a sustitutos y proyectos similares.
- **Valor agregado del proyecto**, la posibilidad de poder adquirir una vivienda vacacional por la cuarta o quinta parte de su valor total.

A todo ello, se le sumaria las características del grupo objetivo definido para el proyecto; quienes definirán el valor del producto a través de la sensibilidad que les pueda generar el proyecto a su vida.

Asimismo, para determinar el valor comercial se utiliza la estrategia de precio de valor medio definida por Kotler (2013) que analiza una relación precio-calidad (cuadro 32); para ello, se tiene en cuenta los valores mencionados de los competidores, clientes, costos y valor agregado.

Cuadro 32. Precio/Calidad

		Precio		
		Alto	Medio	Bajo
Calidad del producto	Alto	superior	valor alto	valor superior
	Medio	cobro en exceso	valor medio	valor bueno
	Bajo	ganancia violenta	economía falsa	valor economía

Fuente: Kotler (2015)

Con la información obtenida en la investigación, también se puede determinar tres hitos importantes en el desarrollo del proyecto:

- **Pre-venta**, cuando se logra el 20% de la venta total del proyecto porque es cuando las entidades financieras comienzan a mostrar interés en el proyecto.
- **Construcción**, cuando se empieza a construir los primeros inmuebles, el proyecto obtiene mayor valor en el mercado inmobiliario; siendo importante porque se puede ajustar el precio con incrementos de 5% a 7%.
- **Culminación**, cuando el proyecto se encuentra para entrega inmediata.

Se iniciará con un precio de entrada un poco menor para conseguir una penetración de mercado rápida con un precio de S/ 950,000.00 por vivienda que incluye la construcción, el mobiliario y enseres de toda la vivienda.

El proyecto tiene una ventaja diferencial y accesible con respecto a los demás productos del mercado porque están en un 5% menos que el promedio de vivienda en el lugar.

Otro punto importante, es tener revisiones constantes de la evolución de la estrategia en relación con el sector inmobiliario y la economía del país, porque estas variables afectan mucho la venta de vivienda y siempre se debe estar atentos a estos cambios para tener reacciones a tiempo.

6.2.3. Estrategia de Plaza

La estrategia de plaza estará centrada básicamente en la ubicación

sumamente atractiva del proyecto en la ciudad de Paracas (Departamento de Ica), primero por sus características geográficas que le permite gozar del sol casi todo el año, principalmente entre los meses de octubre a mayo.

También, el lugar posee muchas atracciones turísticas como son las islas ballestas, la reserva nacional de paracas, el museo de sitio de la cultura paracas y una hermosa bahía donde se puede practicar muchas actividades náuticas como vela de windsurf, kayak, buceo y moto acuática.

Además, se encuentra solamente a 10 km. del remodelado Aeropuerto Internacional de Pisco a donde estarán llegando vuelos nacionales e internacionales, creando un mayor dinamismo y tránsito turístico en la zona.

Por último, el proyecto tendrá la ventaja de tener vistas a hermosos paisajes naturales donde se mezcla el desierto con el mar y la vegetación.

6.2.4. Estrategia de Promoción

El objetivo principal de la publicidad es dar a conocer el producto inmobiliario al público objetivo y se utilizan estrategias de promoción para garantizar la rentabilidad del negocio en el tiempo deseado. Para ello, se generará dos tipos de estrategias tanto de publicidad como de promoción.

6.2.4.1. Publicidad

Resulta fundamental que el grupo objetivo conozca el producto inmobiliario y sus beneficios; para ello, se definirán diferentes acciones para dar a conocer y difundir el producto como son;

- **Alianzas con Bancos**, para facilitar la venta y financiación del proyecto se trabajará con un banco de primera línea para el financiamiento porque en la percepción del grupo objetivo el banco tiene una imagen de confianza superior a otras entidades; por dicha razón, se trabajará con el BCP con su producto de “Crédito Hipotecario Compartido” porque se adecua perfectamente al sistema de propiedad fraccionada al permitir tener un crédito hipotecario individualizado para comprar un porcentaje de una propiedad.

Por otro lado, también se puede utilizar al Scotiabank con su “Crédito Hipotecario Familiar” y el BBVA con su “Crédito Hipotecario Libre” como entidades de apoyo para la venta.

- **Campaña Digital**, la estrategia digital será una campaña con una web donde se ofrecerá los beneficios del producto teniendo como objetivo ofrecer información al grupo objetivo de los principales atributos del proyecto como el precio ofertado. Se piensa usar dos redes sociales: Instagram y LinkedIn porque son redes sociales afines al mercado objetivo. Tanto la página web como las redes sociales tienen como fin generar leads o usuarios de calidad como posibles compradores de producto inmobiliario.

Cabe resaltar, que toda la estrategia de redes será acompañada por un seguimiento e información tanto al cliente potencial como a la inmobiliaria mediante el correo electrónico como medio de apoyo.

- **Campaña de Intriga y Lanzamiento**, la estrategia de la campaña de intriga para el lanzamiento, se hará con una venta personalizada. La base de datos se conseguirá con una inscripción a través de los medios digitales donde solo se le mencionará que puedes conseguir un lugar vacacional soñado con tus amigos en Paracas, con los posibles interesados se trabajará un lanzamiento con reuniones y visitas personalizadas para presentarles el proyecto. Adicionalmente, se realizará un evento de lanzamiento con personas reconocidas como líderes de opinión.
- **Compra con amigos y familia**, la estrategia publicitaria se intensificará en la idea de decirles al grupo objetivo, que tiene la posibilidad de tener una vivienda compartida con sus amigos y/o familiares, la estrategia de campaña se basará en el insight social y familiar de pasar tiempo con los que más personas que más quieres.
- **Campañas de Mantenimiento y Cierre**, el lanzamiento permitirá llegar al 20% de preventa que exigen las entidades financieras. Sin embargo, igual que el lanzamiento es importante

el mantenimiento y el cierre de campañas. La campaña de mantenimiento se intensificará con el desarrollo digital mediante la generación de base de datos de clientes potenciales y también, se impulsarán las campañas de referidos.

También, se desarrollarán otras actividades complementarias para promocionar el nuevo producto inmobiliario como:

- **Acciones BTL**, se realizarán activaciones en puntos estratégicos como las actividades en los colegios del grupo objetivo y clubs sociales en la ciudad.
- **Presencia en Ferias especializadas**, la presencia no será en ferias del sector inmobiliario sino en ferias comerciales donde el target frecuente.
- **Local alternativo de información**, en la temporada de verano se tendrá un módulo informativo en el boulevard de Asia.

6.2.4.2. Promoción

El desarrollo de una campaña publicitaria intensa en el lanzamiento del producto debe llegar acompañado una buena estrategia de promoción. Que se apalancan principalmente en ser un producto novedoso y accesible, que les servirá no solo de lugar de esparcimiento sino como una inversión a futuro.

Se realizará una alianza con una línea de deportes acuáticos para el lanzamiento, por la compra de una casa, pueden acceder a un descuento importante en la compra de una moto acuática o un kayak, para que puedan realizar el deporte acuático en el momento prefieran. Esta promoción será de lanzamiento y dependiendo del éxito de la campaña, se replicará en los meses de verano para incentivar la venta.

6.3. Estimación de Ventas

En los puntos anteriores, se desarrolló varias acciones de marketing que tendrá el proyecto; las cuales se tienen que convertir en ventas exitosas del producto inmobiliario.

A continuación, se describirá la estimación de la demanda proyectada y el pronóstico de ventas para el proyecto.

6.3.1. Estimación de demanda

Antes de definir la estimación de la demanda mencionaremos data que nos refiere la cantidad de segunda vivienda existe en el Perú. Según data del INEI del censo del año 2017, se puede observar que son viviendas de uso ocasional.

La vivienda de uso vacacional INEI la define como vivienda transitoria que es “es la vivienda cuyos ocupantes presentes se encuentran en ella por razones de descanso, veraneo, trabajo, pero NO viven en ella permanentemente. Generalmente, son viviendas habitadas solo en ciertas temporadas del año, del mes o de la semana. Ejemplos: Casa de veraneo. Viviendas utilizadas en los meses de pastoreo o cosecha”.

En el Perú, se tiene 726 mil viviendas de uso ocasional, teniendo en cuenta que en el 2007 había tan solo 292 mil viviendas, se puede inferir que este tipo de vivienda ha tenido un crecimiento de casi de 10% por año (ver cuadro 33).

Cuadro 33. Tipo de vivienda

PERÚ: TOTAL DE VIVIENDAS PARTICULARES CENSADAS 1993, 2007 Y 2017

Tipo de viviendas	Censo 1993	Censo 2007	Censo 2017	Variación intercensal 2007-2017		Incremento anual	Tasa de crecimiento promedio anual (%)
				Absoluta	%		
Total de viviendas particulares	5 099 592	7 566 142	10 102 849	2 536 707	33,5	253 671	2,9
Viviendas particulares ocupadas	4 904 219	7 122 397	9 218 299	2 095 902	29,4	209 590	2,6
-Con ocupantes presentes	4 427 517	6 400 131	7 698 900	1 298 769	20,3	129 877	1,9
-Con ocupantes ausentes	351 912	430 062	793 216	363 154	84,4	36 315	6,3
-Uso ocasional	124 790	292 204	726 183	433 979	148,5	43 398	9,5
Viviendas particulares desocupadas	195 373	443 745	884 550	440 805	99,3	44 081	7,1
-Alquiler/ venta	42 482	23 449	63 476	40 027	170,7	4 003	10,5
-Construcción o reparación	36 684	72 480	111 751	39 271	54,2	3 927	4,4
-Abandonada / cerrada	0	321 220	658 385	337 165	105,0	33 717	7,4
-Otro	116 207	26 596	50 938	24 342	91,5	2 434	6,7

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 1993, 2007 y 2017.

El rango de edades escogido para el proyecto está entre 36 a 55 años; por ello, se tomará como base la población total de Lima Metropolitana, según data del INEI del censo del 2017 en el Perú hay

31'237,385 millones de habitantes, de las cuales 9'485,405 millones de habitantes son de la ciudad de Lima.

Según el reporte de Sentinel Peru (central de reportes de deudas) en Lima existen 155,599 personas con créditos hipotecarios vigentes; esa cantidad, la restaremos a la población de Lima para considerar las personas sin deudas hipotecarias porque ellos tendrían mayores posibilidades económicas de adquirir el producto inmobiliario.

Para obtener, la demanda proyectada del proyecto se aplica el porcentaje de personas que están en el nivel socioeconómico B1 que son 8.3% de total de la población del Lima Metropolitana (según los datos de APEIM 2018) y nos da un total de 774,374 mil personas.

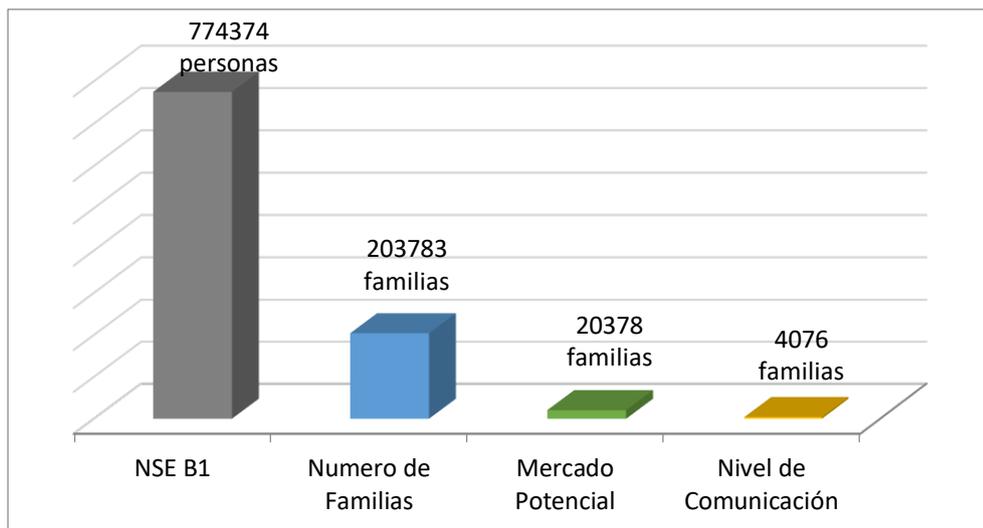
Luego, se dividirá dicha cantidad entre 3.8 que es el número de promedio de personas por hogar (según los datos de Ipsos 2018), se tendrá un total de 203,783 mil hogares.

Posteriormente, según los datos obtenidos en el estudio cuantitativo donde el 10% de los encuestados tienen intención de compra, se encuentra en un rango de edad para obtener un crédito hipotecario y cuentan con las posibilidades económicas para adquirir una segunda vivienda; se logra obtener que 20,378 familias formarían el mercado potencial.

Por último, dicha cantidad se multiplicaría por el alcance comunicacional que podría tener el producto en el mercado inmobiliario que representa 20% aproximadamente, lo que nos daría un mercado objetivo de 4,076 familias.

Cálculo de la estimación de demanda

Concepto	Cantidad
NSE B1 en Lima Metropolitana	774,374 pobladores
Familias (3.8 número de miembros según IPSOS)	203,783 familias
Mercado Potencial (10% de los encuestados)	203,78 familias
Nivel de comunicación del producto inmobiliario	4,076 familias



6.3.2. Proyección de ventas

El proyecto contara con 26 viviendas con 4 o 5 propietarios por cada unidad inmobiliaria y se planifica que la etapa de pre-venta empezaría en el mes 7 y terminaría en el mes 10 donde esperamos vender 5 unidades inmobiliarias. Luego, cuando se inicia la construcción comenzaría la etapa de venta en el mes 11 y se espera que dure aproximadamente 25 meses.

En un escenario conservador, el ritmo de ventas promedio será 2 casas en los meses de enero a marzo (época de verano) y 01 casa promedio en los meses de abril, mayo, agosto y diciembre (época de otoño y vacaciones escolares) según lo investigado en ritmo de ventas de proyectos similares (ver Cuadro 34).

Cuadro 34. Ritmo de venta

por casas	RITMO DE VENTAS PLAN DE NEGOCIOS											
	Ene-21	Feb-21	Mar-21	Abr-21	May-21	Jun-21	Jul-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21
Proyeccion de Ventas-1° año												
Separaciones	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
Minutas acumuladas		1.00	3.00	5.00	6.00	7.00	7.00	7.00	8.00	8.00	8.00	8.00
Proyeccion de Ventas-2° año												
Separaciones	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
Minutas acumuladas	9.00	11.00	13.00	15.00	16.00	17.00	17.00	17.00	18.00	18.00	18.00	18.00
Proyeccion de Ventas-3° año												
Separaciones	2.00	2.00	2.00	1.00	0.00							
Minutas acumuladas	19.00	21.00	23.00	25.00	26.00							

Fuente: elaboración propia

6.4. Replicabilidad del proyecto

Según la estimación de demanda, se tendría la posibilidad de tener más 4 mil familias en Lima Metropolitana con las características del mercado objetivo definido; por consiguiente, podrían ser los propietarios de un porcentaje de la vivienda vacacional del proyecto que se estiman serían como máximo 130 familias representado solamente el 3.5% del mercado objetivo.

Siguiendo los pasos de la estrategia del marketing mix proyectada acompañada de un adecuado seguimiento, se espera lograr tener una buena recepción en ventas con el primer condominio de la vivienda vacacional bajo el sistema de propiedad fraccionada en Paracas.

Si fuera el caso, se podría realizar una replicabilidad del proyecto teniendo en cuenta que tenemos un gran mercado que abastecer de aproximadamente 3,900 familias; a las cuales, se le podría ofrecer condominios vacacionales de propiedad fraccionada en zonas aledañas como Chincha y Cerro Azul porque tendríamos características similares como son ubicación estratégica, accesibilidad, cercanía a zonas naturales y turísticas.

En una siguiente etapa, se podría realizar un estudio similar en otras ciudades con gran potencial turístico como son Tumbes y Piura ubicadas al norte como para Arequipa ubicada al sur del territorio peruano.

VII. PLAN DE OPERACIONES

Este capítulo contempla la descripción de la estructura organizacional de la empresa promotora de este plan de negocio, además de aspectos legales y gastos.

7.1. Estructura Organizacional

La empresa, una promotora inmobiliaria, cuenta con profesionales de primer nivel altamente capacitados para el rubro inmobiliario con habilidades como innovación y proactividad que representan los valores y principios de la empresa.

Para la fase inicial de la empresa, que estará enfocada en la gestión y desarrollo de un proyecto inmobiliario, plantea una estructura simple dividiendo la organización en las siguientes áreas:

- **Gerencia**

Al mando de un gerente general, esta área autoriza la búsqueda y análisis de terrenos para determinar su factibilidad, emite cheques y valida el control de pagos y planilla. Bajo el apoyo de un coordinador y asistente, quienes coordinarán diferentes actividades tanto de soporte como operativas, brindando apoyo parcial a cada área que lo solicite.

- **Área de ventas**

Esta área tendrá a su cargo las siguientes actividades:

- Definición de estrategias de ventas
- Ventas
- Servicio post venta

Para esta área se planea contar con un jefe de ventas.

- **Asesoría legal**

Esta área será externa a la empresa y brindará soporte en temas legales de compra y venta de departamentos y terrenos, así como cualquier requerimiento adicional que la empresa necesite a causa de su operación en el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

- **Contabilidad**

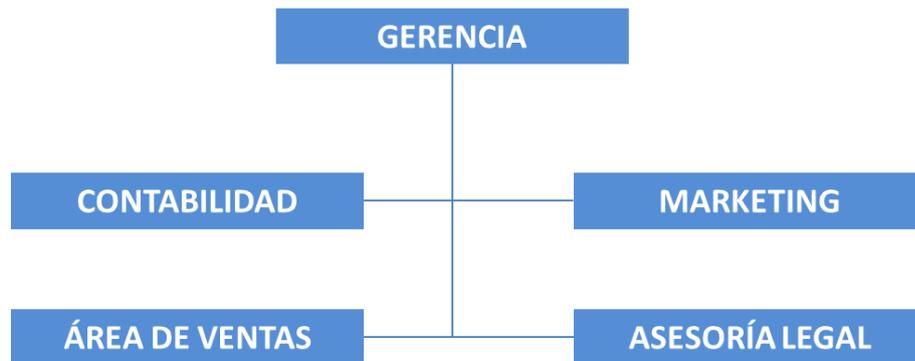
La contabilidad de la empresa será gestionada por una consultora externa que tendrá responsabilidad total del manejo contable durante los primeros años.

- **Marketing.**

La empresa contratará una consultora especialista en el tema de Marketing, quien asesorará en la elaboración del plan de marketing y será la encargada de ejecutar las propuestas que se planteen en dicho documento bajo los lineamientos y normas de la empresa.

Considerando las áreas intervinientes en el desarrollo de este plan de negocio, se diseñó el siguiente organigrama, ver esquema 02.

Esquema 02. Organigrama de la empresa



7.2. Aspectos legales

7.2.1. Constitución y legalidad

Incursionar en el rubro inmobiliario, implica conocimiento en líneas de economía, búsqueda de mercado, técnicas de valoración de inmueble, dirección de un equipo de empleados y colaboradores, negociación y elementos jurídico.

Para constituir una empresa o promotora inmobiliaria, se debe cumplir ciertas pautas que conllevan a su éxito:

- ✓ Plan de negocios: es un documento que describe detalladamente aspectos de viabilidad, planificación financiera, venta, estrategias de marketing, estudio de mercado y público objetivo del proyecto que se propone.

- ✓ Localización: La localización de la inmobiliaria debe estar sujeta a la proximidad o cercanía del cliente objetivo y el proyecto, por ello, se contempla tener una oficina administrativa en Lima, para las gestiones y promoción del proyecto al público objetivo, del mismo modo, una caseta de ventas en el área del proyecto (Paracas) a fin de brindar al cliente el lugar y avance de la obra.
- ✓ Estrategia de marketing: se encomendará el desarrollo del plan de marketing del proyecto a una empresa externa especialista en la venta de viviendas de tipo vacacional.
- ✓ Licencia: referidos a los permisos para el funcionamiento del local administrativo y la caseta de ventas, los cuales se realizarán de acuerdo con los requerimientos de las municipalidades intervinientes, que para este caso serán la Municipalidad Metropolitana de Lima (Oficina administrativa y ventas) y la Municipalidad de Paracas (Caseta de ventas y ejecución de obras).

Cumplidas las pautas indicadas anteriormente, la empresa inmobiliaria estará constituida bajo un régimen de Sociedad Anónima Cerrada, el cual el capital inicial para la ejecución del proyecto estará sujeto al aporte de cada uno de los cuatro integrantes (junta de accionista) y desarrolladores de este plan de negocios, posteriormente se incorporarán más accionistas conforme se incrementa el costo y el desarrollo de más proyectos. La organización se gestionará bajo una gerencia que reportará a una junta de accionistas.

7.3. Costos administrativos

Referidos al pago del personal que desarrollará el proyecto de vivienda vacacional, descritos en el esquema N° 02.

7.3.1. Gastos de personal

Estos gastos representan a los costos del personal interviniente en el proyecto, los cuales se describieron en el organigrama de la empresa.

Los costos promedios mensuales calculados en pagos del personal son:

- Administración: S/. 30,000.00, contempla el pago para el equipo administrativo y la gerencia general.
- Marketing: S/. 5,000.00, es el pago de la empresa especializada contratada para la ejecución del marketing del proyecto.
- Legal: S/. 2,000.00, representa el pago al especialista o empresa contratada para las gestiones normativas del proyecto.
- Contabilidad: S/. 2,000.00, representa el pago a la consultora en contabilidad contratada, que llevará las cuentas del proyecto
- Ventas: S/. 3,000.00. contempla el pago a la empresa contratada, que realizará la ejecución de ventas de las viviendas del proyecto.

CAPÍTULO VIII. PLAN FINANCIERO

En este ítem se describe el análisis económico y financiero del plan de negocio, a fin de evaluar su rentabilidad.

8.1. Aspectos económicos y financieros

8.1.1. Recursos e Inversiones

Para la construcción del condominio vacacional se contempla la inversión inicial de la adquisición de terreno, los gastos de administración y los gastos de ventas.

Los inversionistas financiarán el S/. 2,592,617.00 millones dentro de los 6 primeros meses del proyecto a la cual se le denominará en etapa pre constructiva, que van desde la compra del terreno hasta la licencia de habilitación urbana y licencia de construcción del condominio.

El resto de la inversión se financiará con los desembolsos bancarios de los clientes, según velocidad de ventas estimado, hasta la finalización del proyecto (mes 48).

Para llevar a cabo el desarrollo del plan de negocio se requiere de una inversión total de S/. 14,843,027.

8.1.2. Estructura de costos y gastos

Se encuentra compuesto por los siguientes aspectos:

Cuadro 35. Terreno

Ítem	m ²	S/. m ²	Total
Compra del terreno	10,000	136	1,360,000
Alcabala	3%		39,540
Gastos Notariales			700
Gastos Registrales			1,500
Gastos Legales			2,000
Total			1,403,740

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 36. Servicios de la constructora

Item	m ²	S/. m ²	Total
Costo habilitación urbana	10,000.00	145.00	1,450,000
Costo de construcción área techada vivienda	3,380.00	2,010.00	6,793,800

Costo construcción Club House	400.00	2,010.00	804,000
Costo construcción cancha y piscina	600.00	170.00	102,000
Costo de estacionamiento	650.00	330.00	214,500
Costo áreas verdes	1,420.00	102.00	144,840
Áreas extra (Para llegar a la hectárea)	550.00	20.00	11,000
Total sin IGV			9,520,140
Total con IGV			11,233,765

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 37. Permisos y licencias

Permisos, Lic.	666,000
----------------	---------

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 38. Gastos

	Sin IGV	Con IGV
Supervisión	10,000	11,800
Estudios y proyecto	141,362	166,807
Gastos municipales post operativos	20,800	
Gastos de Marketing y publicidad	5,000	5,900
Gastos de gestión, Adm. y técnicos	45,000	
IGV	10%	5,310

Fuente: Elaboración propia

8.1.3. Ventas estimadas

El proyecto constará de 26 viviendas vendibles. Según estudio de mercado, se estiman vender dos viviendas en dos meses, lo cual da un promedio de 0.67 viviendas mensuales, considerando que cada vivienda tendrá un precio de venta promedio de S/. 972,634.00 y un rango de 4 a 5 propietarios o familias por vivienda.

Considerando que la etapa pre-constructiva culmina en el mes 06 del proyecto, y una etapa de pre-venta del mes 07 al mes 10 en donde se estiman vender las primeras 4 viviendas.

Las ventas de las dos últimas viviendas se estiman vender los meses 41, 42 y 43 del proyecto, teniendo en cuenta que el proyecto se estima cerrar en el mes 48.

Como consideraciones adicionales tendremos que la comisión de las ventas será del 2%.

8.1.4. Estado de ganancias y perdidas

Cuadro 39. Estado de ganancias y pérdidas

1. INGRESOS		%	
1.1 Ingresos por ventas			
	Vivienda	23,898,406	100%
	TOTAL	23,898,406	100%
1.2 Ingresos Financiamiento		0	0%
TOTAL INGRESOS		23,898,406	100%
2. COSTOS Y GASTOS		%	
2.1 Costo de Ventas		-11,731,242	-49%
	<i>Terreno, alcabala y otros</i>	<i>-1,403,740</i>	<i>-6%</i>
	<i>Permisos y licencias</i>	<i>-666,000</i>	<i>-3%</i>
	<i>Estudios y proyecto</i>	<i>-141,362</i>	<i>-1%</i>
	<i>Costo de construcción</i>	<i>-9,520,140</i>	<i>-40%</i>
2.2 Gasto Administrativos		-2,115,000	-9%
2.3 Gastos municipales post operativos		-20,800	0%
2.4 Comisiones de Venta	-2.0%	-520,985	-2%
2.5 Gastos de Marketing y publicidad		-215,000	-1%
2.6 Supervisión de obra		-240,000	-1%
2.7 Gastos Financieros			0%
TOTAL COSTOS Y GASTOS		-14,843,027	-62%
3. UTILIDAD ANTES DE IMP.		9,055,379	38%
3.1 Impuestos Netos	29.5%	-2,671,337	-11%
4. UTILIDAD NETA		6,384,042	27%

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en el estado de ganancia y pérdidas no se presenta el impuesto general a las ventas, sólo el impuesto a la renta.

8.1.5. Tasa de descuento

Al no haber financiamiento bancario, sólo se determina el costo de oportunidad del capital (COK) para los inversionistas, definido como el rendimiento de la mejor alternativa de similar riesgo.

Por lo dicho, se estima el COK por el Modelo de CAPM y el capital Asset Pricing Model (CAPM) postula que el coste de oportunidad de los recursos propios es igual a la rentabilidad de los valores de riesgo cero, más el riesgo sistemático de la empresa (beta), multiplicado por la prima de riesgo de mercado. La ecuación para calcular el coste de recursos propios (K_s o K_e) es el siguiente:

$$K_e = r_{lr} + \beta_{desapalanado} * (r_m - r_{lr}) + riesgo_{país}$$

Además:

$$\beta_{desapalanado} = \frac{\beta_{apalancado}}{\left[1 + (1 - t_c) \frac{D}{E} \right]}$$

Donde:

- La tasa libre de riesgo (r_{lr}) se estima con el rendimiento promedio de los Bonos del tesoro. Ver cuadro A (Anexo 03).
 - Para nuestro proyecto usaremos el histórico de los últimos 50 años, resultando 7.10%
- El rendimiento del mercado (r_m) se estima con el rendimiento de las acciones (stocks). Ver cuadro A (Anexo 03).
 - Para nuestro proyecto usaremos el histórico de los últimos 50 años, resultando 11.10%
- El riesgo sistemático del sector (β) se estiman de las tablas de Damodaran para mercados emergentes. Ver cuadro B (Anexo 03).
 - Para nuestro proyecto tomaremos industria referencial la construcción de viviendas (Homebuilding), resultando 0.98%

- El nivel de apalancamiento (D/E) se estiman de las tablas de Damodaran. Ver cuadro C (Anexo 03).
 - Para nuestro proyecto tomaremos industria referencial la construcción de viviendas (Homebuilding), resultando 38.36%/61.64%
- El riesgo país se estima del cuadro 35 de la nota semanal nro. 33-2019, Ver cuadro D (Anexo 03).
 - Resultado de la consulta se obtiene 1.30%
- El impuesto en USA para el sector (tc) se obtiene de la página Web de la Internal Revenue Service de USA.
 - Resultado de la consulta se obtiene 35%

Aplicando las fórmulas del CAPM con los datos obtenidos para nuestro proyecto se obtiene:

- β desapalancado: 0.70%
- K_e o K_s : 11.99%

Se supone entonces que el costo de oportunidad para los inversionistas no debería ser menor al 11.99%, según la metodología del CAPM.

8.1.6. Flujo de Caja

En proyectos inmobiliarios se espera realizar las ventas en los primeros meses del proyecto a fin de recuperar la inversión lo antes posible. Por tanto, en los últimos meses se espera tener sólo gastos de administración y cierre de ventas (coordinaciones con abogados, constructora, supervisión, atención post venta) generándose valores negativos en los últimos meses del proyecto.

El análisis de viabilidad financiera del presente plan de negocios muestra resultados alentadores con un flujo de caja de cuatro años que arroja Valor Actual Neto (VAN) de S/. 2,038,203, valor positivo que determina que el proyecto es viable.

Asimismo, se obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 36.85%, que se encuentra por encima del Costo Promedio Ponderado de Capital (K_s) estimado en 11.99%. Por lo que el proyecto pagará la deuda y además dará más rentabilidad que la esperada por los inversionistas.

Cuadro 40. Flujo de caja del proyecto

	VAN	TIR mensual	TIR Anual
FINAN. /ACCION. (Ks)	2,038,203	2.65%	36.85%

Fuente: Elaboración propia

8.1.7. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio, se ha buscado encontrar el precio mínimo de venta que debería tener una unidad de vivienda de nuestro proyecto para obtener un VAN = 0 y un TIR = Ks.

Realizando la simulación, el precio de la vivienda debe ser S/. 5,693.78 por m² con lo que se obtendría el siguiente Flujo de Caja Libre:

Cuadro 41. Punto de equilibrio del proyecto

	VAN	TIR mensual	TIR Anual
FINAN. /ACCION. (Ks)	0	1.39%	18%

Fuente: Elaboración propia

8.1.8. Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos permitirá ver los cambios en el VAN con respecto a variaciones de las principales variables del proyecto. A continuación, se presentan las principales variables del proyecto:

- Precio de Venta
- Costo de Construcción
- Costo de terreno

A continuación, se muestran los gráficos con las variaciones antes mencionadas:

8.1.8.1. Variación de precio de venta de la vivienda

El precio de venta no es tan crítico, pues se aprecia que una disminución en más del 20% del precio promedio hace caer el VAN hasta cero; por lo cual si no se logra obtener un precio promedio mínimo de S/. 5,693.78 se debería considerar no emprender el negocio o en todo caso aumentar la velocidad de las ventas (ver Cuadro 42).

Cuadro 42. Sensibilidad al precio de venta

		VAN	TIR	UDI
%	S/. x m²	2,038,203	36.85%	26.71%
-25%	5,555	(171,099)	15.95%	13.35%
-15%	6,296	742,573	25.85%	19.60%

IO

-10%	6,666	1,199,409	30.05%	22.22%
-5%	7,036	1,629,751	33.66%	24.58%
0%	7,407	2,038,203	36.85%	26.71%
3%	7,629	2,283,274	38.66%	27.90%
5%	7,777	2,446,655	39.82%	28.65%
10%	8,147	2,852,777	42.61%	30.42%
15%	8,518	3,257,282	45.24%	32.04%
20%	8,888	3,661,271	47.73%	33.52%

Fuente: Elaboración propia

8.1.8.2. Variación de costo de la construcción

El precio del valor de construcción por m2 no es crítico pues se aprecia que un aumento de más del 50% recién hace caer el VAN por debajo de cero. Esto se debe a el precio de venta propuesto no es tan crítico (ver Cuadro 43).

Cuadro 43. Sensibilidad al valor de la construcción

		VAN	TIR	UDI
%	S/. x m2	2,038,203	36.85%	26.71%
-15%	1,708.50	2,405,466	39.53%	29.72%
-10%	1,809.00	2,284,665	38.67%	28.72%
-5%	1,909.50	2,161,725	37.77%	27.72%
-3%	1,949.70	2,112,316	37.40%	27.31%
0%	2,010.00	2,038,203	36.85%	26.71%
10%	2,211.00	1,791,159	34.95%	24.71%
20%	2,412.00	1,492,844	32.54%	22.70%
30%	2,613.00	1,182,725	29.90%	20.70%
50%	3,015.00	562,488	24.08%	16.69%
70%	3,417.00	(57,750)	17.32%	12.68%

Fuente: Elaboración propia

8.1.8.3. Variación de costo de terreno

El costo de compra por m2 del terreno no es crítico pues se aprecia que un aumento de más del 150% recién hace caer el VAN por debajo de cero. Esto se debe a los bajos costos promedios de terreno de la zona proyectada (ver Cuadro 44).

Cuadro 44. Sensibilidad al costo del terreno

		VAN	TIR	UDI
%	S/. x m2	2,038,203	36.85%	26.71%
-25%	102.00	2,335,118	41.67%	27.75%

V A R. T E R.	-20%	108.80	2,275,735	40.62%	27.54%
	-15%	115.60	2,216,352	39.62%	27.33%
	-10%	122.40	2,156,969	38.66%	27.13%
	0%	136.00	2,038,203	36.85%	26.71%
	30%	176.80	1,681,906	32.12%	25.47%
	50%	204.00	1,444,374	29.44%	24.65%
	100%	272.00	850,546	23.93%	22.58%
	150%	340.00	256,717	19.60%	20.51%
	200%	408.00	(337,112)	16.09%	18.45%

Fuente: Elaboración propia

8.1.9. Análisis de Riesgo

El riesgo de este negocio está dado por la falta de venta de las viviendas. No basta sólo con vender viviendas, sino que la venta se desarrolle a un ritmo de venta que haga mayor el valor presente del negocio y garantice la factibilidad del proyecto. Este proyecto tiene una característica en el producto que ofrece, el cual es el régimen de propiedad fraccionada, que no tiene similar en el mercado peruano, lo cual hace definitivamente que el nivel de riesgo sea mayor en el análisis del proyecto.

A continuación, plantearemos el escenario desfavorable del proyecto, en la cual la velocidad de ventas estimada se reduce a cero posterior a la venta de las primeras cuatro viviendas y empieza a recuperarse a partir 12 meses de construcción, esto quiere decir que del mes 0 hasta el mes 22 no ingresarán desembolsos bancarios provenientes de los créditos hipotecarios. El inversionista tendrá que aportar en estos primeros 22 meses la cantidad de 9,196,295.00 de soles, obteniendo los siguientes resultados financieros:

	VAN	TIR mensual	TIR Anual
FINAN. /ACCION. (Ks)	69,252	1.41%	18%

Resulta un VAN positivo, lo cual hace igual de factible el proyecto. Adicionalmente un TIR anual mayor al estimado en este tipo de proyectos, lo cual sigue siendo atractivo para el inversionista.

Esta prima de riesgo, en la situación extremadamente desfavorable, que tendría que cargar el inversionista podría reducirse o ser nula en la medida que el proyecto se vaya ejecutando y haciéndose conocido en el mercado.

CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La propiedad fraccionada resulta ser un producto inmobiliario nuevo y atractivo para un sector de la población con ingresos medios altos que no tienen los recursos económicos suficientes para acceder a una vivienda vacacional, sin tener que sobre endeudarse.
- El sistema brindara a los copropietarios la posibilidad de gozar de las bondades de una casa propia y los servicios de un hotel durante su permanencia.
- La propuesta de negocio se concibe como un prototipo que pueda ser sostenible en el tiempo pudiéndose reproducir en las diferentes regiones del país que cuenten con atractivos turísticos tanto en la costa, sierra y selva.
- El pago de una cuota anual por parte de los copropietarios, los liberan de las responsabilidades de mantenimiento, refacciones, pago de impuestos entre otros temas; los cuáles son realizadas por la administración, reservándose el uso, goce y disfrute del bien.
- A partir de la caracterización de factores del macroentorno, se infiere un escenario conservador para la inversión inmobiliaria. Respecto a la capacidad de compra de los usuarios finales, la tasa de interés interbancario se ha venido reduciendo de 4.4% a 2.8% entre el 2016 y 2018, cifras alentadoras para la oferta por parte del promotor inmobiliario.
- El producto ofertado en este plan de negocio es nuevo en el mercado peruano (sistema de adquisición de propiedad fraccional), esa particularidad sumada a la inexistencia de competidores directos (que ofrezcan el mismo producto) genera una oportunidad tanto para el usuario final como para el inversionista.
- En condiciones estimadas normales presenta un VAN de 2,038,203 de soles con una TIR de 36.85% anual. Y en la condición más desfavorable, considerando que todo el proyecto es financiado íntegramente por los inversionistas, presenta un VAN de 69,252.00 soles y un TIR anual de 18%.
- El proyecto presenta resultados muy atractivos para los inversionistas, lo cual hace

viable el proyecto hasta en el escenario financiero más desfavorable.

CAPÍTULO X. BIBLIOGRAFÍA

- ADI. 2019. Cómo reducir intereses de tus créditos hipotecarios. Recuperado de <http://adiperu.pe/noticias/?inframe=yes&iframe=true>
- BCRP. 2019. Estadísticas: BCRP. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>
- INEI. 2007. Censo Nacional de XI Población y VI Vivienda. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/>
- INEI. 2017. Censo Nacional de XII Población y VII Vivienda. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/>
- INEI. 2019. PBI de las actividades económicas. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/pbi-de-las-actividades-economicas-por-anos-9096/>
- Camara Peruana de la Construcción – CAPECO. 2018. El Mercado de Edificaciones Urbanas en Lima Metropolitana.
- IPSOS PERU (2018). Perfiles Socioeconómicos de Lima Metropolitana.
- Kotler, P & Armstrong, G. (2013). Fundamentos del Marketing. 11ª Edición, México: Pearson Educación de México.
- Arellano, R. S.F. Los estilos de vida. Lima: Arellano. Recuperado de: <https://www.arellano.pe/estilos-de-vida/>
- Arellano, Rolando. (2017). Latir: Mucho más que tener los estilos de vida latinoamericanos según actitudes, tendencias, intereses y recursos. Lima: Planeta.
- IRS. 2019. Taxpayer First Act. Recuperado de: <https://www.irs.gov/taxpayer-first-act>
- Damodaran, A. 2019. Damodaran Online. Recuperado de: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>
- Quispe, M. 2019. ¿Cuáles son las zonas más pedidas para alquiler y venta de casas de playa?: La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/economia/1390385-son-zonas-pedidas-alquiler-venta->

[casas-playa/](#)

- Red Inmobiliaria. 2019. Crecerá demanda de alquiler de casas de playa este 2019: Red Inmobiliaria. Recuperado de: <https://redmls.pe/blog/crecera-demanda-de-alquiler-de-casas-de-playa-este-2019/>
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar (2010). Comportamiento del Consumidor. 10ª Edición, México: Pearson Educación de México.
- Rosales, S. 2019. Venta de viviendas en Lima, Crecerá 8% este año por impulso de la vivienda social ADI. Lima: Diario Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/venta-viviendas-lima-crecera-8-ano-impulso-vivienda-social-adi-267796-noticia/>
- Trigos, M. 2019. Demanda por el alquiler de casas de playa en sur de Lima se calienta: Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/demanda-alquiler-casas-playa-sur-lima-calienta-260160-noticia/>
- Redacción Gestión. 2019. Casi 60 inmobiliarias desatan guerra de proyecto al sur de Lima y provocan escasez de terrenos. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/60-inmobiliarias-desatan-guerra-proyectos-sur-lima-provocan-escasez-terrenos-256955-noticia/>
- Ley N° 26856, del 8 de setiembre de 1997, “Declaran que las playas del litoral son bienes de uso público, inalienables e imprescriptibles y establecen zona de dominio restringido”. Recuperado de https://www.sbn.gob.pe/documentos_web/normas_playas/ley_26856.pdf
- Decreto Supremo N° 050-2006-EF, del 25 de abril del 2006, Reglamento de la Ley N° 26856. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/224122-050-2006-ef>

ANEXO 01

Anexo 1.1.

PERFILES SOCIOECONÓMICOS DE LIMA



Se estiman
2.8 millones
de hogares en Lima
Metropolitana



Distribución de hogares por NSE:



Tipo de hogar según su composición:

Principales menciones

- Nuclear con hijos (Pareja + hijos)

38%



- Ampliado (Nuclear + otros familiares o no familiares)

38%



Composición del hogar:

- Hogares por vivienda:



- Miembros del hogar en promedio:

3.8

NSE:



Finanzas del hogar:

- Ingreso bruto mensual promedio:

S/4,740



- Gasto mensual promedio:

S/3,410



Características de la vivienda:

55%

- Tiene una vivienda propia, totalmente pagada



71%



- Vive en una casa independiente

21%



- Vive en un departamento

- Las viviendas tienen en promedio:

3.7 Ambientes

2.4 Habitaciones

1.5 Baños



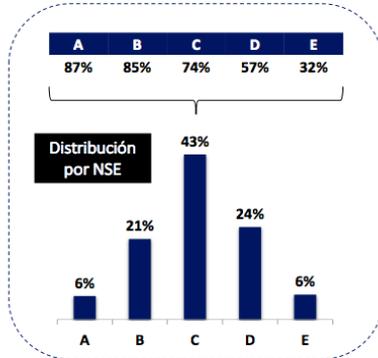
Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares 2017 / APEIM 2018

Fuente: Ipsos Perú – Encuesta a 594 hogares entre el 29 de noviembre y 18 de diciembre del 2018

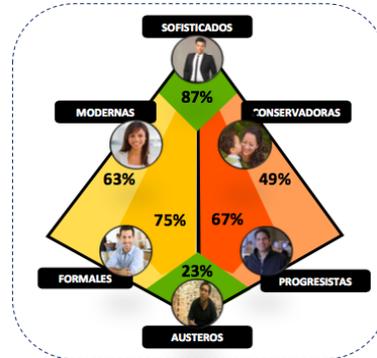
Cobertura: Lima Metropolitana

Penetración de uso internet por ...

Por NSE



Por EdV



Progresista ...



PROGRESISTAS

- Hombre maduro, posiblemente conviviente
- Trabaja de forma independiente o tiene un negocio
- Tiene secundaria completa o estudios técnicos
- Sus ingresos son variables
- Busca equilibrio entre tener una vivienda cómoda para su familia y que esté cerca a su trabajo
- Tendrá un rol activo en la decisión de compra del departamento

Formalistas ...

FORMALES

- Hombre joven, posiblemente casado o con planes de hacerlo
- Tiene estudios técnicos o superiores
- Trabaja en una oficina, con un horario
- Es hogareño, busca regresar pronto a casa
- Tiene salario fijo
- Busca vivir en un barrio aceptable
- Si está casado, posiblemente su esposa inicie la búsqueda de información de la vivienda



Conservadora ...

CONSERVADORA

- Mujer mayor, posiblemente casada o con planes de hacerlo
- Su principal pasatiempo es cuidar y jugar con sus hijos
- Puede tener estudios o no
- Se dedica principalmente a su hogar
- Decide sobre los ingresos de su pareja
- Le interesa vivir en zonas seguras (sin delincuencia), en pisos bajos, cerca de parques y colegios para sus hijos.



Principal atributo buscado

Tranquilidad

Tipo de zonas preferidas

Cerca al colegio

Tipo de acabados buscados

Buena cocina

Sofisticados ...



Principal atributo buscado

Exclusividad

Tipo de zonas preferidas

Modernas

Tipo de acabados buscados

Calidad

SOFISTICADOS (HOMBRES Y MUJERES)

- Hombres y mujeres jóvenes, posiblemente solteros o recientemente casados. Sin hijos o con solo uno.
- Tienen estudios superiores, altos cargos o tienen sus propios negocios. No tienen rutinas fijas.
- Tienen mucha vida social, les gusta salir y recibir a sus amigos y familiares en sus viviendas.
- Buscan que su vivienda sea "el lugar".
- Están muy familiarizados con conceptos de vivienda extranjeros.

Modernas ...



Principal atributo buscado

Comodidad

Tipo de zonas preferidas

En desarrollo

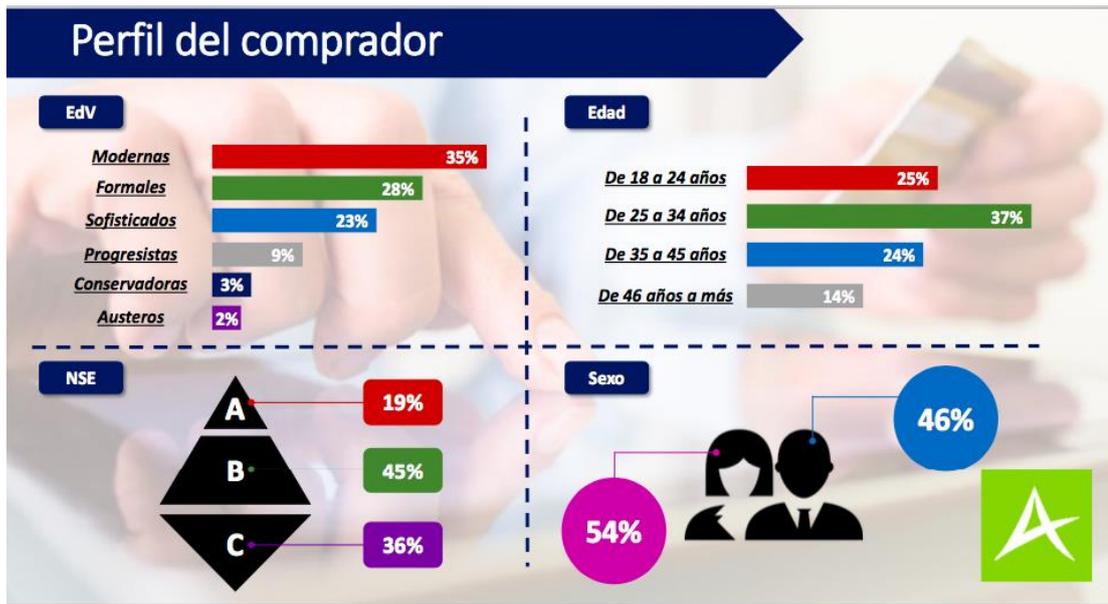
Tipo de acabados buscados

Bonito

MODERNAS

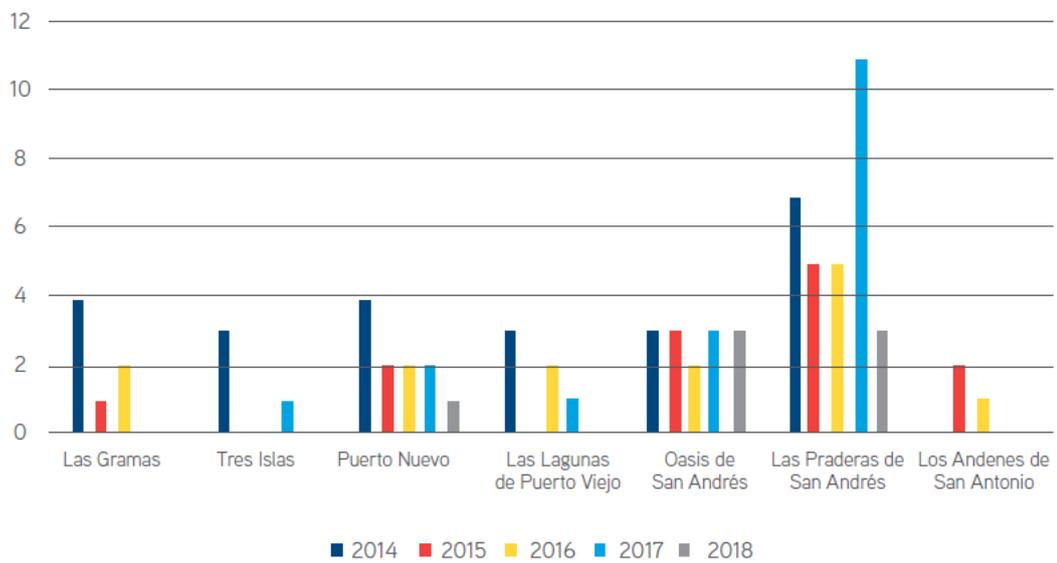
- Mujer con espíritu joven
- Combina el hogar con el trabajo y sus estudios
- Tiene estudios técnicos o superiores
- Trabaja en una oficina o tiene un negocio propio
- Tiene sus propios ingresos
- Decidirá en función a lo estético y conveniente. Pisos más altos y zonas céntricas.

Perfil del Comprador Inmobiliario



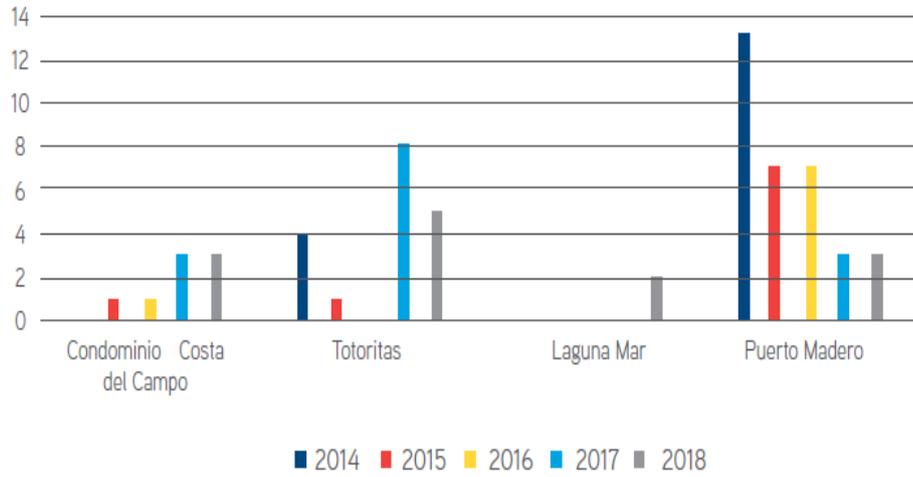
Anexo 1.2.

SAN ANTONIO



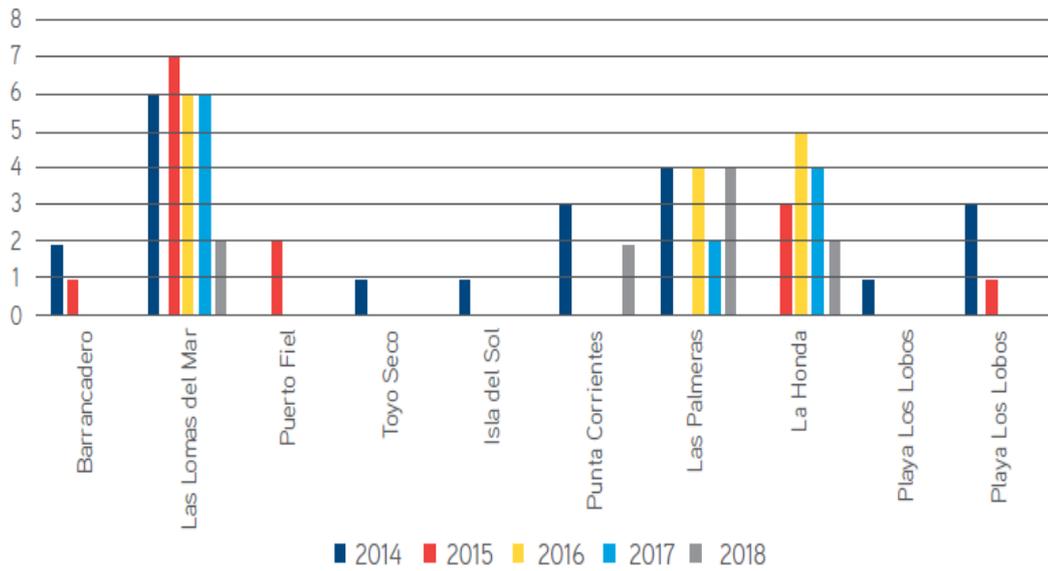
Fuente: Capeco, Elaboración Colliers Perú

MALA



Fuente: Capeco, Elaboración Colliers Perú

CERRO AZUL



Fuente: Capeco, Elaboración Colliers Peru

Anexo 1.3.

Arquitecto Fito Morey, colegiado con más 20 años de experiencia en el sector sobre todo el desarrollo de viviendas multifamiliares ha trabajado en empresas como Rodrigo Asociados, Caiza inmobiliaria. Desde hace seis años está trabajando en el diseño y construcción de viviendas vacacionales de playa y campo.

Muchas gracias, Fito por concedernos esta entrevista. Para empezar, nos gustaría saber como ves el mercado de segunda vivienda en el Perú.

FM: Gracias a ustedes, te puedo decir que hay productos que van en función al nivel de inversión que se mueve el mercado. El primero es la venta de Lotes, para segunda vivienda, vivienda vacacional o vivienda de renta, la cual tiene diferentes valores en función a su ubicación y a la prestación del club y al tamaño del lote, dependiendo de ello tu ticket va a variar dependiendo si estas funciones son mejores o peores. De este tipo, he realizado Huanchuy camino a Canta, Aucallama en Huaral, Calango en el sur por Mala, ahí se venden lotes de 300mts a 40,000 en promedio. Si está dentro de un country club, puedes disfrutar los beneficios del club con la compra del lote. Lo que realizan los clubs es una primera venta a precio promocional con el único objetivo de poder solventar las instalaciones prometidas en venta de esos lotes, como cancha de tenis, jardines y piscinas. Como son precios promocionales, se llega a un acuerdo para que en año y medio no puedan vender esa propiedad.

Se hace una preventa para levantar capital por a precio promocional con el objetivo de tener dinero para poder solventar las instalaciones como piscina parques áreas comunes y te pide como condición que después de un año y medio no la puedas vender.

Después de ese año la puedes vender al nuevo precio al nuevo precio que lo está ofreciendo hoy por ejemplo yo puedo comprar un lote a \$17,000 y después de año y medio lo puedo vender al nuevo precio que puede ser \$40000.

Los que compran lotes para reinversión no logran venderlo tan rápidamente, por ejemplo, en la zona de Calango hay muchos lotes en zonas emergentes. En este lugar venden entre 3 y 8 lotes a 8 lotes al mes

Consideras que hay un mercado importante para los para la segunda vivienda

FM: Sí claro por supuesto yo trabajo de eso sino me sería difícil.

¿Qué otro tipo de ventas de este tipo conoces?

FM: Otra Compra es la que se asocian y compran terrenos que nadie da mucho por ellos, un ejemplo un grupo de chicos invirtieron en la compra de un lote que está lejos y luego se dieron cuenta que tenían que invertir más dinero porque la accesibilidad no era buena y tuvieron que construir un puente que les costó \$1000000 y así hacer el lugar más atractivo Sin ese puente, hoy esos lotes no serían nada.

¿Crees que el mercado tiene más potencial?

FM: Yo creo que hay mercado, pero tienes que acondicionarlo crearlo. Otro ejemplo en Aucallama son 54 lotes, se hizo dos casas nada más ahí paramos de contar, es un condominio más de playa, pero la verdad es que el clima no ayude muchos casos en estos emprendimientos de segunda vivienda y a pesar de ello la gente lo sigue comprando. En Santa Rosa de Quives Country Club el Antiguo se hizo un club con 3 etapas con 150 lotes en total, y ya están vendiendo la segunda etapa en la primera etapa, realice 6 viviendas en casi dos años. Ahí se construyen productos son de \$80,000 a \$90000, por 100 metros cuadrados con piscina, 3 dormitorios todos con baño. Lo que tiene más difícil rotación son los de 300 metros cuadrados.

¿Por qué crees que se da este comportamiento?

FM: Yo te puedo contar que en este tipo de lote puedes construir como máximo 125 metros cuadrados. La ventaja es que puedes construir una casa con sala, comedor, tres dormitorios con baño, lavandería, jardines, terraza, adicional a ello un dormitorio principal, y dos más. Con 125 metros cuadrados tienes una vivienda de 6 dormitorios potenciales todas con baño todos con clóset todos con vistas a la calle todos con ventilación e iluminación natural.

Ahí puedes tener el sueño materializado en realidad, y eso es lo que termina impulsando en primera intención la venta de lote es lo primero que se tiene que se realiza y luego es el negocio la construcción de casas las inmobiliarias. Estos lotes se construyen y son de un rango menos exclusivo de vivienda de campo o playa. Pero la posibilidad de generar mayor volumen de construcción no ha estado en la misma dirección.

¿Y porque crees?

FM: Ahí hay un mercado potencial donde puedes ser diferente si hablas de alquiler y de reinversión. Compras algo en el cual no vas a ir las 52 semanas del año sino solamente algunas 6 y 8 y las demás semanas tiempo puedes alquilarlo.

¿Qué es lo más difícil?

FM: El tema del transporte es lo más complicado para llegar a las casas de campo si esto se optimiza creo que puede movilizar más el mercado.

¿Qué proyectos destacarías en segunda vivienda?

FM: La Quebrada o Quilmana que son terrenos más grandes 1000 metros cuadrados valen vale \$200000 en promedio, solo terreno se hacen casas más grandes de 200 a 300 metros cuadrados que en promedio que pueden valer en construcción entre \$300,000. Hablamos de una inversión total de medio millón de dólares más o menos. Otros son el fundo Chispazo Chico en Lurin o Poseidón en Pucusana son los lotes de mayor nivel mayor metraje, casi 2,000 metros. En el Poseidón puedes encontrar un de un terreno de 450 metros cuadrados a \$140000 pero en el cerro que es difícil de construir.

¿Cuántos lotes crees tú que se mueven al mes en estos lugares como Quilmana, Poseidón o La Quebrada?

FM: Tengo entendido que la venta la hacen 3 personas con una comisión de 2% por lote, pienso que la rotación es de 1 a 1 y medio por mes. La primera está totalmente vendida y tiene y tiene una tercera etapa de lotes de lujo.

El precio varía en función a la condición de la propiedad de estos lotes. Estos lotes no van a tener de independización inscrita en registros públicos van a tener un porcentaje de usos y derechos eso no te permite hipotecar porque forma parte del terreno matriz por eso creemos que esto puede valer menos porque ahora cada valen casi igual que los terrenos independizados ahorita estoy viendo una casa en Bujama que han tenido que dar mucho dinero para independizar.

Menorca es el que está haciendo la quebrada y no ha conseguido el retorno deseado, cuentan que quiere lotes más pequeños porque creen que son más rentables.

Has realizado construcciones en el Carmen en Chincha o en Paracas

FM: No he realizado. Pero tengo amigos arquitectos que lo han hecho. Sé que hay inmobiliarias nuevas que están abriendo en Paracas Y eso que pueden dinamizar el sector. Tengo un amigo que está realizando una idea con un helipuerto. Creo que la realización del tren cercanías puede agilizar el sector y le puede dar una esperanza al sector.

Algo más que quieras agregar.

FM: Parte de la esperanza de la segunda vivienda es que está viendo algo temporal, que en algún momento se convierte en permanente, sea porque la zona desarrolle o sea porque quienes compran por lo general quieren pasar su jubilación en estos lugares hay una esperanza de permanencia en esta vivienda temporal con la cual potencia la adquisición de estos lotes. Un cliente que quiera construir hoy tienes que venderlo como una oportunidad futuro negocios inmobiliarios este punto es el que puede tener buenas posibilidades de éxito.

Muchas gracias.

OLENKA ARAUJO

Licenciada en Comunicación Social, tiene más de 10 años en el negocio inmobiliario, ha trabajado en Líder Inversiones y Proyectos, Los Portales y hoy es la jefa comercial de La Jolla.

Buenos días, Olenka, muchas gracias por la entrevista, te quitaremos solo unos minutos. Para empezar, cuéntanos. Cómo crees que se está moviendo el mercado de segunda en el proyecto de la Jolla.

OA: El ritmo de venta varía, el cual se incrementa en un 300% en temporada de verano. Igual este año ha mejorado mucho la venta, no solo con la Jolla sino con todo el sector en general, referente años anteriores. Está mejor que el 2015. 2016, 2017 se paró mucho en esos años. También porque hemos sacado departamentos en formatos más pequeños que son departamentos de lujos antes eran de 232 metros cuadrados Ahorita tenemos ticket de venta de 170 metros cuadrados Porque también se hizo un cambio en la

publicidad. se cambió la página web Facebook, se trajo Ana María Copello como imagen del condominio, se han hecho varios cambios que han florecido y otro tema que es básico quién te califica quién te para la aprobación, este año hemos sacado un producto que con una cooperativa que tiene un formato de aprobación mucho más ágil tiene una tasa más alta pero no es tan duro como un banco. El banco te frena mucho el nivel de compra alguien que quiere comprar, el banco pide muchos requisitos frena que se pueda concretar una venta. Cuando compras una segunda vivienda el banco te pida más de 20 o 30% de inicial, mucha gente lo compra en familia con los hijos y lo que yo tengo se van con la cooperativa porque la cooperativa pide menos requisitos.

¿Cuál es el precio por metro cuadrado?

OA: \$1800 precio por metro cuadrado.

¿Cuál es el costo del mantenimiento?

OA: En promedio sólo de 1000 soles mensuales que incluye el mantenimiento del condominio que tiene muchas áreas verdes que es lo que que es lo que encarece bastante el tema de mantenimiento, además La Jolla tiene una Laguna que es lo que se requiere un mantenimiento especial.

Sabemos que es un poco alto, porque es como comprarte un departamento de Miraflores pero La Jolla, es un formato único en su categoría, vas a encontrar bastante oferta en playa por tenerla pero La Jolla va tener la laguna, además todo el condominio está diseñado para que todos los departamentos tengan las vistas al mar. El diseño del condominio La Jolla, te ofrece bastante privacidad. La junta calificadora que aprueba es muy estricta. Tenemos restricción de venderle ciertos perfiles valora mucho la exclusividad no es una compra que no sólo por tener acceso económico lo puedas comprar, debes tener cierto perfil para hacerlo.

¿Quiénes conforman la junta calificadora?

OA: El dueño y 2 personas más que el presidente y el secretario del condominio, solo se vende familias, no es para chicos, no es para personas solteras no califica solamente para personas se mantiene un perfil familiar se evitan personas jóvenes.

¿Cuál es el perfil del comprador de La Jolla?

OA: La Jolla tiene 3 productos distintos en el mismo condómino, tenemos los abuelos con los hijos que hacen la compra o los papás. Los abuelos un perfil de 55 años a más buscan algo más grande, a partir de 45 años en adelante con preguntas de freno cuando son cuando son departamentos preventa de 170 metros cuadrados el ticket promedio está en \$350000. Son familias, que por lo general son gerentes generales, gerentes financieros, gerentes comerciales de empresas top, influencia mucho la compra los hijos que son adolescentes Por eso hacemos Campaña en Instagram, hijos que están en el colegio que buscan espacios para el verano influye mucho en la decisión de compra de los padres que son familia que terminó de pagar sus casas en Lima que están consolidadas, pero están dispuestos a comprar una casa de playa. Los departamentos que tengo en una entrega inmediata que están en \$450000 ya son familias compuesto compuesta por hijo que ya están en la universidad o que acaban de terminar la universidad familia de otra edad en otra etapa. Hijos que se están insertando en el mundo laboral y aportan en la compra y en las decisiones y aportan.

Cómo ves el desarrollo de otros proyectos

OA: En el sur chico, El Desarrolladora de Puerto Viejo, sé que ha tenido flujo de 8 unidades por mes, pero el ticket promedio de venta es de 250mil dólares, de 170mts. Es un A o B+, los que te compran en Asia son A+-

Muchas gracias.

EJECUTIVOS DE CREDITOS BANCARIOS

Se entrevista a dos funcionarias de créditos hipotecarios para conversar, como observan que se está desarrollando los créditos hipotecarios grupales en el mercado bancario

Maria del Pilar Taramona - Funcionaria Premium del Scotiabank

Según lo conversado con la funcionaria, nos comentó que el crédito tiene poca movilidad en el mercado hipotecario por la poca difusión del producto.

Sin embargo, ha logrado colocar un crédito hipotecario familiar en un grupo de personas compuesta por varios hermanos que deseaban comprar una propiedad en la playa porque la facilidad del mencionado crédito es permitir sumar los ingresos de varias personas para calificar a la compra de dicha propiedad debido a su elevado costo.

También, nos mencionó las ventajas del crédito hipotecario familiar es:

- Los solicitantes obtendrán un crédito único porque la calificación es todo el grupo familiar que puede estar compuesto por padres, hermanos, primos, pareja y amigos.
- El seguro de desgravamen es mancomunado por todo el crédito.
- La propiedad estará a nombre de las personas participantes de la hipoteca.
- Puedes comprar cualquier inmueble en un plazo máximo de 300 meses.

Natali Milla - Funcionaria de Créditos Hipotecarios del Banco de Crédito.

En dialogo con la funcionaria, nos explicó que el crédito tiene aproximadamente tres años en el mercado bancario y en su caso, tampoco observa mucha movilidad de dicho crédito en el mercado. Aunque, nos comenta que el interés de los usuarios es alto porque permite adquirir una vivienda entre dos o mas personas que pueden ser familiares o amigos dándole una mayor apertura a los nuevos tipos de familia.

También, nos mencionó las ventajas del crédito hipotecario familiar es:

- Los solicitantes obtendrán un crédito individual porque la calificación es por persona.
- El seguro de desgravamen es individualizado por cada crédito.
- La deuda no es solidaria, cada persona es responsable de su deuda y del porcentaje de la propiedad que le corresponde.
- Puedes comprar cualquier tipo de propiedad en un plazo de 5 a 25 años.

Anexo 1.4. Formato Encuesta

Se realizaron 429 encuestas en persona y 249 a través de la herramienta de encuesta virtual de Google Forms, en ambas se diseñó el instrumento el cual se muestra a continuación.

Gustos y preferencias

Teniendo en cuenta la caracterización realizada en la definición de mercado en la cual se ubicó el segmento de población con estilos de vida para este tipo de mercado sofisticado y moderno que representan el público objetivo se identificó lo siguiente:

- Personas de carácter activo, creativos y trabajadores
- Nivel de educación alto
- Bien Informados y exigentes.
- Líderes en sus trabajos
- Influye mucho la familia

Factores de compra

- Ambiente
- Familia
- Lugar

Metodología

a. Tipo de estudio

Se utilizará un método de estudio descriptivo por qué este se basa en métodos y procedimientos para recolectar datos que describen las características actuales de una población objetiva definida. Además, se utilizará un tipo de estudio exploratorio debido a que se estudia la posibilidad de crear un nuevo modelo de negocio en la ciudad de Lima, en donde se utilizan fuentes secundarias como son estadísticas y diferentes bases de datos que permitan precisar y aclarar conceptos que garanticen la seriedad de la investigación.

b. Unidad de trabajo y técnicas y fuentes para la recolección de la información

- Fuentes primarias: Hombres y mujeres NSE B, en edades entre 36 y 55 años.

- Fuentes secundarias: Internet, revistas, prensa y libros.
- Técnica: Encuesta
- Instrumento: Guía de preguntas cuestionario.

ENCUESTA PROPIEDAD FRACCIONADA

Estamos realizando un estudio referido al modelo de propiedad fraccionada en distrito de Paracas en la provincia de Ica. Esta encuesta le tomará solo 5 minutos. La finalidad es con fines académicos y será tratada confidencialmente. Gracias por su participación.

- Género
 - Femenino
 - Masculino
- ¿En qué distrito reside? _____
- Estado Civil
 - Soltero
 - Casado
 - Divorciado
 - Conviviente
 - Viudo
- ¿En qué rango de edad se encuentra Usted?
 - De 26 a 35
 - De 36 a 44
 - De 45 a 55
 - De 56 a más
- ¿Cuál es su nivel aproximado de ingreso familiar mensual (inclusive si es soltero)?
 - \$1,000 a \$2,500 dólares
 - \$2,501 a \$4,000 dólares
 - \$4,001 a \$6,000 dólares
 - Más de \$6,000 dólares
- ¿Es socio de un club de esparcimiento?:
 - Si
 - No
- ¿Le gustaría ser socio de un club de esparcimiento? (*** responda, solo si la pregunta anterior fue negativa.**)
 - Si
 - No
 - Tal vez

8. Por lo general ¿Cuántas veces al año vacaciona?
- Una vez al año.
 - Dos veces al año.
 - Tres veces al año.
 - Más de tres veces.
9. ¿Cuál es el tiempo aproximado de cada vacación?
- Menos de una semana
 - Una semana
 - Quince días
 - Más de quince días.
10. ¿Cuál es su gasto promedio total, cuando vacaciona?
-
11. ¿Con quién o quienes suele vacacionar?
- Solo
 - En pareja
 - En familia
 - Con amigos
 - Otros (especifique)
12. De los siguientes destinos ¿cuál es su preferido?:
- Playa
 - Campo
 - Montaña
 - Otros (especifique) _____

Evaluación de la propuesta

El proyecto ofrece un condominio de lujo para uso vacacional en el distrito de Paracas-Ica, bajo el sistema de **propiedad fraccionada**. Este sistema permite que varias personas puedan adquirir acciones de un inmueble y disfrutar del mismo varias veces al año. Esta modalidad le da la oportunidad de disfrutar de:

- Un inmueble de lujo por un 15% - 20% de su valor de venta.
- Vender su participación en el momento que desee.
- Posibilidad de alquiler a terceros.
- El lugar contará con administrador especializado que se encargará del mantenimiento del condominio.

13. ¿Qué le parece el sistema de propiedad fraccionada?
- Nada interesante
 - Poco interesante
 - Interesante
 - Muy Interesante

14. ¿Cuán probable es que Usted adquiere este sistema?
- Nada probable
 - Poco Probable
 - Probable
 - Muy Probable

Si la respuesta en la pregunta anterior fue Probable Muy probable, pasar a las siguientes preguntas, de lo contrario explicar el motivo por el cual no utilizaría el servicio y finalizar la encuesta.

15. Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es menos importante y 5 el más importante. ¿Cuál de los siguientes atributos prefiere usted en este sistema?

	1	2	3	4	5
Seguridad con cámaras					
Diseño del condominio					
Diseño de la vivienda					
Ubicación					

16. ¿Cuál sería la vivienda mínima que prefiere para vacacionar?
- Casa de 1 piso y 3 dormitorios
 - Casa de 2 pisos y 4 dormitorios
 - Casa de tres pisos, 4 dormitorios y cuarto de servicio.
 - Casa de tres pisos, 4 dormitorios, cuarto de servicio y terraza

17. Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es menos importante y 5 el más importante.Cuál de las siguientes características no podría faltar en la propiedad:

	1	2	3	4	5
Piscinas					
Canchas (fulbito, tenis, frontón)					
Mini Market					
Restaurante/ Lounge-Bar					
Gimnasio					
Caballerizas					

18. Teniendo en cuenta que podrá utilizar la propiedad 60 días al año y que compartirá la misma con 5 propietarios más ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este sistema?

	\$40,000-50,000	\$51,000-\$65,000	Más de \$65,000
Casa de 1 piso y 3 dormitorios			
Casa de 2 pisos de 4 dormitorios			

Casa 2 pisos,4 dormitorios y cuarto de servicio.			
Casa de 3 pisos, 4 dormitorios, cuarto de servicio y terraza.			

19. En general ¿qué debería incluirse en este servicio para que usted lo sienta más atractivo?

ANEXO 02

REGLAMENTO

**CONDominio VACACIONAL
BAJO EL RÉGIMEN DE
PROPIEDAD FRACCIONADA**

PARACAS – PISCO - ICA

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES Y DEFINICIONES

ARTÍCULO 1.- El presente Reglamento se elabora en conformidad con lo que se establece en el contrato suscrito entre el propietario fraccional de su **Unidad Inmobiliaria** (UI) y las reglas del Fraccionamiento Condómino de Propiedad Fraccionada.

ARTÍCULO 2.- Para los efectos consecuentes se entiende y define como:

- a) **ADMINISTRADOR.** - Persona física o jurídica encargada de la administración de la Propiedad Fraccional y la operación diaria de la UI afecta a ella.
- b) **CALENDARIO DE USO.** - Cronograma que establece los periodos expresados en semanas durante los cuales el Propietario Fraccional ejerce la titularidad de su parte alícuota de la Propiedad Fraccional sobre la UI.
- c) **CORREO ELECTRÓNICO DE RESERVACIONES Y SERVICIOS.**- Correo de atención a Propietario Fraccional manejada por el Administrador de la Propiedad Fraccional, denominada Correo Electrónico de Reservaciones y Servicios (CER) mediante el cual los Propietarios Fraccionales harán sus reservaciones para el uso de las semanas que les corresponden, para recibir información, hacer solicitud de provisiones o personal especial para servicios opcionales, aclaraciones sobre consumos, pagos y cargos derivados de la estancia y otras. La atención puede ser vía email o por conducto del personal de oficina durante la estancia del Propietario Fraccional.
- d) **ASAMBLEA.** - Órgano supremo de la Copropiedad.
- e) **JUNTA DE PROPIETARIOS FRACCIONALES.** - Órgano colegiado nombrado por la Asamblea de copropietarios, con facultades de representación y encargado de vigilar la actuación del Administrador de la copropiedad sobre el desempeño de su encomienda, como la aplicación y el cumplimiento del Reglamento Interno de la copropiedad y de las disposiciones de su escritura constitutiva.
- f) **CONTRATO DE COMPRAVENTA.** - Acuerdo de voluntades celebrado por el adquirente y la vendedora, mediante el cual el primero compra y el segundo

vende una acción de dominio de la copropiedad, en los términos y condiciones establecidos en el mismo.

g) **ESCRITURA CONSTITUTIVA DEL SISTEMA DE COPROPIEDAD.**- Instrumento jurídico que contiene la Constitución del Sistema de Copropiedad, otorgado ante Notario Público e inscrito en el Registro Público de la Propiedad al cual se afectó un bien inmueble o departamento al que se denomina UI y los bienes muebles descritos en el inventario, formalizada en escritura pública por el constituyente del sistema, para que cada uno de los adquirentes o propietarios fraccionales de las fracciones en que se dividan los citados bienes, los usen, gocen, aprovechen y disfruten de manera exclusiva, con las limitaciones que impone este Reglamento y de conformidad con el Calendario de Uso.

h) **ESCRITURA DE INDIVIDUALIZACIÓN.** - Formalización ante Notario Público del Contrato de Compraventa, que se inscribe en el Registro Público de la Propiedad, para que el derecho real adquirido surta efectos contra terceros.

i) **INVENTARIO.** - Es el documento que describe los muebles y mobiliario, equipo, objetos de uso diario o decorativos y demás muebles afectos a la UI.

j) **INVITADO.** - Acompañante(s) de un Propietario Fraccional quien con carta de autorización ocupe un departamento en el período que le corresponde al propietario.

k) **PROPIETARIO FRACCIONAL.** - Persona que adquiere, a título de dueño, el dominio pleno de una parte alícuota de una UI, con las limitaciones que impondrá la constitución de Propiedad Fraccional, su escritura de individualización, su contrato de compraventa y este Reglamento

l) **PARTE ALÍCUOTA.** - Cada una de las partes que integran una UI, expresada en porcentajes correspondientes a una semana de viernes a viernes (salvo pacto en contrario), respecto de la cual se ejercen todas las facultades de dueño para disponer, transmitir, intercambiar y gravarla; sujeta a al Calendario de Uso en cuanto a sus derechos de uso, goce, aprovechamiento y disfrute exclusivo, absoluto cíclico y perpetuo.

m) **REGLAMENTO.** - Conjunto de normas y disposiciones contenidas en el presente documento que regulan los derechos de uso cíclico y perpetuo; el

aprovechamiento, disfrute, disposición y transmisión absoluta y exclusiva de la UI de conformidad con el calendario de uso. El Reglamento determina la manera de disponer, usar y disfrutar las Semanas de Uso que corresponden a cada Propietario Fraccional, conforme al Calendario de Uso.

n) UI. - Bien inmueble, esencia y objeto de la Propiedad Fraccional, que se describirá en la escritura constitutiva, en el contrato de compraventa de la Propiedad Fraccional y en la escritura individualización de la parte alícuota. Incluye el inventario de los bienes muebles.

ARTÍCULO 3.- Están obligados al cumplimiento de este Reglamento las personas que a continuación se detallan:

- a) Las personas físicas o jurídicas, que adquieran la calidad de Propietario Fraccional.
- b) Las personas que bajo cualquier título ocupen, usen, dispongan o tengan que ver con la UI sujeta a la Propiedad Fraccional.
- c) El Administrador.

CAPÍTULO II DE LA PROPIEDAD FRACCIONAL

ARTÍCULO 4.- La Propiedad Fraccional se expresa en un porcentaje de la UI y los bienes muebles descritos en el inventario colocados en ella, que se usará de conformidad con el Calendario de Uso a que se refiere este Reglamento.

ARTÍCULO 5.- Cada parte alícuota en la Propiedad Fraccional es un derecho pleno separado y distinto de las demás y por su propia naturaleza, este derecho real, es a perpetuidad, siguiendo para estos efectos, las normas del capítulo de la propiedad del Código Civil del Perú.

ARTÍCULO 6.- Una vez cumplidas todas las obligaciones con el desarrollador, los Propietarios Fraccionales adquieren el dominio pleno de su parte alícuota de la UI únicamente por el período determinado en el Calendario de Uso,

consistente en una semana predeterminada al año de viernes a viernes (salvo pacto en contrario), de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 28 (veintiocho) de este Reglamento.

ARTÍCULO 7.- Los Propietarios Fraccionales no tienen derecho del tanto, ni acción para pedir la división de los bienes, ni acción para demandar la venta de los mismos.

ARTÍCULO 8.- Una parte alícuota o acción de dominio puede ser transmitida, dada en arriendo o gravada por cualquier título permitido por la Ley; no obstante, cualquiera de estos instrumentos, se sujetará a lo estipulado en el presente Reglamento.

Cada Propietario Fraccional puede arrendar su semana por sí, o por terceros. En el caso que el Propietario Fraccional solicite por escrito al Administrador que ofrezca en arrendamiento su semana, éste último retendrá el 35% sobre el ingreso neto de la renta si se llegara a colocar para cubrir gastos de comercialización. En ningún caso el Administrador tiene obligación de rentar la semana y por ningún motivo se exenta al Propietario Fraccional del pago de su cuota anual de mantenimiento.

ARTÍCULO 9.- Cada Propietario Fraccional en ejercicio de sus derechos, puede autorizar a sus familiares, invitados y/o arrendatarios a utilizar, ocupar y disponer de la UI durante su Semana de Uso exclusivo asignada a su parte alícuota, con propósitos turístico-residenciales, únicamente por el período determinado en el Calendario de Uso que aparece en el Artículo 28 de este Reglamento.

ARTÍCULO 10.- En ninguna circunstancia se permitirá el uso de la UI para fines distintos a los residenciales. Por lo tanto, ésta no puede ser utilizada para infringir cualquier Ley de usos y destinos, o un decreto municipal, o cualquiera otra regulación pública aplicable o de la Ley de la materia. En caso de que el Administrador detecte que se altere el principio anterior, exigirá la desocupación inmediata del bien usado en contravención al uso y si es

necesario recurrirá a las autoridades correspondientes, puesto que se estarían infringiendo el Reglamento, normas municipales u otras de diversa autoridad.

ARTÍCULO 11.- Todos los Propietarios Fraccionales deberán observar los buenos modales y las normas de cortesía usuales con los demás ocupantes del su condominio del que forma parte la UI afecta a la Propiedad Fraccional y con el personal que en ellos labora. Igualmente, a todos los citados aplica la obligación de reportar situaciones que a su juicio puedan derivar en daños a las personas, a las propiedades colectivas o individuales o al orden público.

ARTÍCULO 12.- Los Propietarios Fraccionales mantendrán el uso y disfrute de la Propiedad Fraccional en armonía respecto de la UI y los bienes descritos en el inventario; y las áreas comunes del condominio, estando obligados a ocupar la UI con un número no mayor a dos adultos y un menor de diez años de edad por dormitorio.

ARTÍCULO 13.- Los Propietario Fraccionales y cualquier tercero que mantenga la propiedad y/o posesión de alguna parte alícuota o acción de dominio de la UI, se obligan a seguir las normas que de manera enunciativa más no limitativa se indican enseguida:

- a) Tomar medidas de seguridad para evitar robos o siniestros, incluyendo el uso de la caja fuerte para la guarda de objetos de mayor valor, sin responsabilidad para el Administrador; así mismo el uso de la piscina por menores de 10 años queda bajo la responsabilidad exclusiva de quien ejerza la guardia y custodia del menor;
- b) Tomar medidas necesarias para evitar derrames de agua que perjudiquen un departamento y a los inmuebles vecinos;
- c) Se abstendrán de conectar extensiones u otros aditamentos que puedan sobrecargar líneas eléctricas, para evitar incendios y/o cortocircuitos, salvo y bajo su responsabilidad, podrán conectar cargadores de teléfonos celulares, computadoras, juegos electrónicos y similares de bajo consumo de energía;

- d) Respetar el derecho de los vecinos a la paz y a la tranquilidad, cuidando siempre la jurídica y las buenas costumbres;
- e) Colocar mesas, sillas y otros objetos distintos a los dispuestos al efecto en pasillos, patios, senderos peatonales y en general áreas comunes, ni colgar ropa o toallas en barandales o terrazas;
- f) Evitar molestar a vecinos, con cualquier clase de sonido, ruido o bullicios y en su caso comprometerse a suspender estas conductas ante la queja de cualquiera de sus vecinos;
- g) Hacer uso de radios, T.V. y demás aparatos de sonido con bajos volúmenes, vigilando siempre no molestar a los vecinos;
- h) Permitir el acceso diario al departamento del personal de limpieza y al de mantenimiento cuando sea necesario;
- i) No perturbar el uso del departamento al Propietario Fraccional que le corresponde;
- j) Coadyuvar al buen estado físico y material de la UI y las áreas comunes;
- k) Comunicar al Administrador todo daño que observe o sufra la UI o los bienes afectos a ella por escrito;
- l) Las demás que se desprendan del contrato y reconocimiento de compraventa de una fracción, el presente Reglamento, la escritura constitutiva de la Propiedad Fraccional, y demás normas aplicables.

ARTÍCULO 14.- Por regla general, está prohibido llevar mascotas al interior de la UI. El Administrador deberá, por la violación a este artículo, exigir la desocupación de esta inmediatamente. Las personas con capacidades especiales pueden utilizar sus mascotas debidamente entrenadas y certificadas para el auxilio del discapacitado. El Administrador en cada caso evaluará y autorizará el acceso a mascotas debiendo éstas quedar en custodia del vigilante, sin responsabilidad del Administrador, pagando la cuota de recuperación por dicho servicio.

ARTÍCULO 15.- Los Propietarios Fraccionales tienen prohibido arrojar o depositar la basura en áreas comunes, jardines, pasajes y en general en cualquier área común o en las vialidades del Condominio. Los receptáculos

para basura serán mantenidos en las áreas señaladas por el condominio. La basura del interior de la UI será recogida una vez al día, pero los encargados de ello podrán pasar por desechos eventuales a solicitud expresa de los interesados.

ARTÍCULO 16.- Conservación de Instalaciones, Decorados y Diseños. - Los Propietarios Fraccionales en aprovechamiento de sus Semanas de Uso, o los usuarios que bajo cualquier título usen la UI no podrán, en ninguna circunstancia, ni interior, ni exteriormente, alterar las instalaciones, el mobiliario, equipamiento, decoración o naturaleza de cualesquiera de los bienes a su cargo conforme al Inventario firmado, ni siquiera meros cambios de lugar dentro de la UI. Tampoco podrán llevarse consigo los bienes inventariados, ni siquiera con pretexto de pagarlos, ya que la sanción por ello será del doble de su costo de reposición, sin perjuicio en su caso, según las circunstancias, de presentar las denuncias penales correspondientes.

El Propietario Fraccional únicamente puede sugerir cambios de mobiliario al Administrador, con el fin de que canalice las sugerencias a los demás propietarios de la UI, se presupueste y se resuelva la inquietud por mayoría de votos.

Para el caso de daños, fracturas o rompimientos que en su caso sucedan y en la medida en que no sea indemnizado en virtud de cualquier seguro contratado por el Administrador, deberán pagarse al costo de reposición. En su caso cubrirá el deducible.

ARTÍCULO 17.- Un Propietario Fraccional no puede alterar o decorar el interior de la UI o de cualquier parte de ésta sin el acuerdo tomado con el Administrador. En ningún caso y en ninguna circunstancia podrán los Propietario Fraccionales alterar el exterior de la UI o de cualquiera de sus partes comunes ni modificar sus instalaciones eléctricas o sanitarias.

ARTÍCULO 18.- Daños y su Cobertura.- Cualquier daño o menoscabo en la UI, en sus instalaciones, amueblado o mobiliario, aparatos o enseres, señalando enunciativamente: pérdida, desperfecto, descompostura, rotura,

quemadura, raspadura, ralladura, grafiti, manchas o cualquier otro evento que altere la UI, el mobiliario, su equipamiento, sus instalaciones, será pagado por el Propietario Fraccional al que le corresponde el uso de la semana dentro de la cual se produjo, incluso si se originó por el usuario autorizado; excepto el caso en el que el daño lo originó un tercero al que se le asignó esa semana por el Administrador en el ejercicio de la facultad de asignar semanas no reservadas, supuesto éste en que el daño será pagado por quien lo originó y en último caso se cubrirá con el seguro contratado por el Administrador. La cuantificación se hará en los términos del siguiente artículo.

ARTÍCULO 19.- En caso de daños, el Administrador los comprobará, cuantificará procediendo a repararlos y cobrará su importe a quien los causó. Cuando se trate de objetos muebles, la cuantificación se hará conforme con la relación de precios indicada en el listado vigente al momento de darse dicho evento, el cual se halla a disposición del Propietario Fraccional u ocupante de la UI y que en ningún caso serán inferiores al valor de su reposición.

ARTÍCULO 20.- La renovación del bien mueble (entendida como reposición) deberá ser por otro bien nuevo, de igual o superior calidad. Lo mismo aplica para arreglos a la construcción y al mobiliario o equipamiento fijo. La reposición o reparación de muebles se ejecutará a través del Administrador, así como las obras materiales para rehabilitar el departamento y sus instalaciones se harán por conducto del Administrador y el pago de las mismas será con cargo a quién hubiere causado los daños, o al fondo de reserva, según sea el caso.

ARTÍCULO 21.- Venta de partes alícuotas de la Propiedad Fraccional. - Las personas interesadas en vender sus partes alícuotas de la Propiedad Fraccional podrán hacerlo por conducto del Administrador o de manera directa, siempre y cuando hayan cumplido la integridad de sus obligaciones monetarias con el desarrollador y el Administrador. No se podrán colocar letreros de “Se Vende” o similar, dentro Fraccionamiento ni en la fachada exterior, o en el interior, o en las ventanas de la UI.

En el caso de que no se haya escriturado la Propiedad Fraccional, el Administrador deberá ser notificado por escrito y cobrará 5% del precio de transacción de reventa.

ARTÍCULO 22.- El Propietario Fraccional adquiere a perpetuidad el dominio pleno de la parte alícuota o acción de dominio de una UI respecto de la que ejerce todas las facultades de dueño para disponer, transmitir, arrendar, intercambiar y gravar; sujeto a un calendario que regula los derechos de uso, goce, aprovechamiento y disfrute absoluto, exclusivo, cíclico y perpetuo únicamente por el período determinado en el Calendario de Uso que aparece en el Artículo 28 de este Reglamento y su contrato de compraventa.

ARTÍCULO 23.- En la hipótesis de que un Propietario Fraccional adquiriera más de una parte alícuota o acción de dominio, no se entenderá que se acumulan entre sí, y, en este caso, el Propietario Fraccional estará obligado a cubrir las cuotas que correspondan a cada una de ellas.

CAPÍTULO III

DEL CALENDARIO DE USO

ARTÍCULO 24.- El Propietario Fraccional es titular de una parte alícuota de una UI a la cual se otorga el uso exclusivo y absoluto de la fracción que le corresponde para el uso y disfrute de una semana que se indica en el calendario de uso que aparece en el artículo 28 siguiente.

ARTÍCULO 25.- La fracción adquirida es determinada, inamovible y se consigna en el contrato de compraventa de cada Propietario Fraccional. No obstante, con el fin de maximizar la flexibilidad y disponibilidad, el Propietario Fraccional cede al Administrador el derecho de uso de su UI por lo que puede solicitar hasta con 8 meses de antelación y sujeto a disponibilidad una semana distinta.

El Administrador tiene completa discreción para designar la UI disponible sin que el Propietario Fraccional pueda exigir un nivel o vista en específico. El Propietario Fraccional tiene derecho a usar y disfrutar de una UI con características similares a la parte alícuota que adquirió.

ARTÍCULO 26.- El Calendario de Uso se estructura con base en las 52 semanas, las que equivalen al 100% del uso anual de la UI, correspondiendo a cada FRACCION el 1.923077%, del derecho que amparen. Cada semana consta de siete días y siete noches, esto es, los días se toman de momento a momento. El primer día y el último de cada semana se consideran de 24 horas completas, aunque no lo sean.

ARTÍCULO 27.- La Clasificación, Distribución, elección y notificación de las Semanas escogidas: Las Semanas se clasifican en: I) Vip, II). - Special III). - Free.

I.- SEMANAS VIP

Son cuatro: Semana Santa, Pascua, Navidad y Año Nuevo. A cada propietario fraccional adquirente se le asegurará que su semana esté preasignada. Los Propietarios Fraccionales pueden intercambiar el uso anual de su semana por una semana Special, o dos semanas Free, sujeto a disponibilidad.

II.- SEMANAS SPECIAL

Abarcan la temporada de vacaciones de verano e invierno: Además las Semanas Special suelen coincidir con fechas de festejos nacionales oficiales, comerciales, recreativos y turísticos que incrementan la afluencia turística. Las fechas de dichos eventos pueden variar sin previo aviso, por lo que el Propietario Fraccional puede solicitar desde 8 meses antes una semana distinta a la adquirida, sujeto a disponibilidad. Los Propietarios Fraccionales pueden intercambiar el uso anual de su semana por una semana Free, sujeto a disponibilidad.

III.- SEMANAS FREE

El copropietario puede elegir con toda libertad cuál de las 27 semanas más tranquilas del año le gusta para disfrutar de su UI. Los Propietarios Fraccionales pueden reservar su semana con un mínimo de 60 días y máximo

8 meses de antelación a su uso, conforme a las reglas enumeradas en el presente documento.

El Administrador se reserva 4 semanas al año que son propiedad del desarrollador, las cuales están exentas del pago de cuotas de mantenimiento de cualquier clase, excepto en los casos en que su propietario disponga de ellas ya sea porque las venda, rente, preste o use directamente, pudiendo utilizarse para llevar a cabo labores de mantenimiento en el inmueble afecto a la propiedad fraccional o para garantizar y administrar la disponibilidad de las UIs a todos los propietarios fraccionales.

En el supuesto de venta de alguna o varias de esas semanas restantes el adquirente o adquirentes queda(n) obligado(s) al pago de las cuotas ordinarias y extraordinarias que le correspondan.

Procedimiento de elección de las semanas:

- a) Cada Propietario Fraccional puede realizar su reservación con 8 meses de anticipación y tiene como fecha límite para el requerimiento de uso de su UI 60 días antes de la fecha requerida. El Administrador confirmará su elección dentro de las 72 horas de recibida la solicitud.
- b) El Propietario Fraccional que no seleccione en tiempo, quedará sujeto a la disponibilidad restante.

ARTÍCULO 28.- Ningún Propietario Fraccional podrá disponer de mayor tiempo al que le corresponde. En el caso de que un Propietario Fraccional quiera extender su estadía, sujeto a disponibilidad, el Administrador aplicará la tarifa rack a la clase de Semana adquirida. En caso de que el Propietario Fraccional no solicite reservar una semana distinta a la adquirida, el Administrador presumirá que efectivamente llega en la semana estipulada en su contrato respectivo.

ARTÍCULO 29.- Todos los Propietarios Fraccionales deberán respetar y cumplir rigurosamente con lo dispuesto en el Calendario de Uso. Los Propietarios Fraccionales están obligados a pagar sus cuotas ordinarias y extraordinarias en los términos que se indican en este Reglamento escojan o no la semana que les corresponda e incluso si habiéndolo hecho no la usa.

En caso de que Propietario Fracciona no cubra sus cuotas al momento de solicitar su reservación o deje de pagar cualquiera de sus obligaciones frente al Desarrollador; perderá a favor del Administrador su derecho al uso de la semana que le corresponde, quedando el Administrador expresamente facultado a ofrecer y en su caso dar en arrendamiento dicha semana.

ARTÍCULO 30.- En ningún caso las semanas no usadas son acumulables de un año a otro, salvo pacto en contrario y sujeto a disponibilidad.

ARTÍCULO 31.- El Calendario de Uso y este Reglamento permanecerán inalterables salvo acuerdo con el Administrador, quien se reserva el derecho de modificarlos de momento a momento, según las circunstancias.

CAPÍTULO IV

OCUPACIÓN, DESOCUPACIÓN Y USO DE LA UI

ARTÍCULO 32.- El Propietario Fraccional al hacer uso de cada semana que le corresponde firmará la Ficha de Ingreso a la UI, el inventario, y abrirá un voucher de tarjeta de crédito o en su defecto, depositará en efectivo el equivalente a una cuota anual de tranquilidad, para garantizar total o parcialmente los conceptos a que se refiere este artículo y demás consumos y servicios que solicite.

El uso de la UI se entiende conferido de acuerdo a los derechos que ampara su contrato de adquisición, considerando para ello la “Clase de Fracción” que se adquiere, esto es que la clasificación de las fracciones determina el número de dormitorios de la UI de las que se podrá hacer uso. En el caso de que la fracción adquirida sea en la clase “Lock Off”, se referirá al uso de un solo dormitorio y aplicará dicha clase “Lock Off”, en el sentido de que el resto de los dormitorios de la UI permanecerán cerradas y bloqueadas bajo llave, no teniendo el Propietario Fraccional ningún derecho sobre tales espacios.

ARTÍCULO 33.- Ocupación, Desocupación, Revisión de Inventario y Liquidación. - La Ocupación o ingreso a la UI es los días viernes a las 16 (dieciseises) horas y la desocupación es a más tardar a las 12:00 (doce) horas del día viernes de la semana siguiente, salvo pacto en contrario. Previa autorización del Administrador por escrito y sujeto a disponibilidad, el Propietario Fraccional podrá llegar antes de la hora establecida o salir después de la misma.

Los propietarios fraccionales también cuentan con la opción de dividir su derecho de uso en segmentos de 2, 3, 4, y 5 días, siempre que vayan al corriente en el pago de cuotas y de todas sus obligaciones monetarias con el desarrollador, sujeto a disponibilidad, salvo en fechas de celebraciones nacionales o fines de semana que por su afluencia turística no lo permitan.

ARTÍCULO 34.- Al desocupar la UI deberá de firmar la ficha de salida de la UI conjuntamente con el inventario que incluirá las observaciones a que se refiere el art. 40 de este reglamento; así como entregar la llave de su UI y cubrir cualquier adeudo. El Propietario Fraccional hará constar todas las quejas e inconformidades en una encuesta de servicio, que servirá para evaluar la calidad del servicio del Administrador.

ARTÍCULO 35.- La desocupación de la UI deberá ser por entero, lo que implica no dejar ningún objeto ajeno al Inventario, salvo aquellos que serán guardados para su comodidad en un baúl organizador y se entregarán a su regreso. El Propietario tendrá acceso a un baúl con espacio mayor, previo pacto y pago del precio establecido por el Administrador en la fecha de la solicitud.

ARTÍCULO 36.- Los Propietarios Fraccionales podrán guardar regularmente equipaje u objetos personales en los lugares asignados para ello. El Administrador proporcionará un baúl organizador con el fin de que los Propietarios Fraccionales puedan guardar algunas fotos, decoraciones o juguetes de playa a su elección. Para su comodidad, y previo sello del baúl, el Administrador depositará el baúl en una bodega hasta su próxima estancia.

ARTÍCULO 37.- Se prohíbe dejar vehículos terrestres o marinos, en los cajones de estacionamiento al desocupar la vivienda, trátase de automóviles, camionetas, recreacionales, botes, tráileres, motos y similares. En caso de que ello ocurra se enviarán al depósito de las autoridades de tránsito a disposición de quien los dejó, previo el pago de los cargos que haga la autoridad.

No obstante, lo anterior el Propietario Fraccional puede pactar con el Administrador una cuota por depósito de vehículo de 15 dólares diarios por unidad.

El Administrador y el Desarrollador no se harán responsables de ningún robo o accidente de los vehículos en el estacionamiento.

ARTÍCULO 38.- Al desocuparse la UI deberán cubrirse en su totalidad los gastos por concepto de consumos, llamadas locales y de larga distancia, servicios opcionales y demás cargos que le correspondan, incluidos los daños, perjuicios y sanciones a las que el Propietario Fraccional o el usuario autorizado en turno se hubiere hecho acreedor.

ARTÍCULO 39.- Inventario. - Es el documento en el que se incluirán tanto al ingreso como a la salida de la UI las anotaciones del estado que guarde dicho inventario y las observaciones que se deban hacer. Además de las observaciones a los bienes muebles se anotarán las que correspondan al propio inmueble y a las áreas comunes del condominio del que forma parte la UI si las hubiere. El Propietario Fraccional o el usuario pagaran el costo de los desperfectos, daños y perjuicios que originaron. El Propietario Fraccional es responsable solidario con cualquier usuario autorizado que haya utilizado la UI durante las semanas que le corresponden al primero.

ARTÍCULO 40.- El Inventario será objeto de supervisión constante por parte del Administrador a efecto de que se mantenga en óptimas condiciones, dado que se trata de un inmueble y de bienes muebles que, por su uso constante

están sujetos a un desgaste paulatino o a sufrir daños, intencionados o no, causados por sus ocupantes.

ARTÍCULO 41.- Existirá imposibilidad de Uso, en los supuestos siguientes:

a) Por caso fortuito o fuerza mayor, en esta hipótesis el Propietario Fraccional asume los perjuicios que afecten sus derechos de propiedad y de uso, sin responsabilidad u obligación alguna para el Administrador.

b) Por descomposturas o daños ocasionados por el Propietario Fraccional que lo usó previamente en este caso el Administrador asignará otro alojamiento por el tiempo que dure la imposibilidad únicamente durante los días que le corresponde usar la UI de acuerdo con el Calendario de Uso, sustancialmente similar a cambio de la UI inhabilitada o pagará los costos de alojamiento, todo lo cual con cargo al Propietario Fraccional al que le corresponde la semana en que se originó el daño, quien además de resarcir los daños y perjuicios ocasionados, se hará acreedor a las sanciones que al efecto impone este Reglamento.

c) Por descomposturas y daños que sobrevengan por el uso normal y moderado, el Administrador asignará otro alojamiento sustancialmente similar o en su defecto pagará la cuota de un alojamiento con cargo al fondo de reserva.

d) Cuando sea por descomposturas o daños ocasionados por el Propietario Fraccional en turno de usarla, el Administrador, sin su responsabilidad, procurará asignarle otro alojamiento sustancialmente similar a cambio de la UI inhabilitada con cargo al propio Propietario Fraccional, sin perjuicio de la obligación de dicho Propietario Fraccional de cubrir tanto los daños causados como los perjuicios que con sus acciones ocasione a los demás Propietarios Fraccionales, y se hará acreedor a las sanciones que al efecto imponga este Reglamento.

e) Cuando el Propietario Fraccional o su autorizado al que correspondió previamente el uso de la UI no la haya desocupado en el tiempo en que está obligado, el Administrador con cargo al Propietario Fraccional infractor, a cambio de la UI inhabilitada, asignará al Propietario Fraccional afectado otro alojamiento sustancialmente similar al propio por el tiempo que dure la

imposibilidad únicamente durante los días que le corresponde usar la UI de acuerdo con el Calendario de Uso, o pagará los costos de alojamiento, todo ello, con cargo al Propietario Fraccional infractor quien además de cubrir estos costos se hará acreedor a las sanciones que al efecto impone este Reglamento.

f) Por causa del Administrador, cuando cometa error al duplicar la asignación del tiempo de uso correspondiente, caso en el cual, el Administrador asignará al Propietario Fraccional afectado sin ningún costo para este último, otro alojamiento substancialmente similar, o pagará los costos de alojamiento durante el tiempo en que dure la imposibilidad únicamente durante los días que le corresponde usar la UI de acuerdo con el Calendario de Uso a cuyo término el Propietario Fraccional regresará a la UI a concluir el período de uso que le corresponde.

ARTÍCULO 42.- Si el Propietario fraccional que reservó oportunamente el uso de su semana da aviso de su llegada para uno o varios días posteriores al día que le corresponde el ingreso dentro de esa semana reservada, el Administrador estará atento a recibirlo en la nueva fecha, previo aviso por escrito del Propietario Fraccional, siempre y cuando sea dentro de la semana que le corresponde y el Propietario Fraccional usará la UI durante los días que resten a la semana reservada, debiendo el Propietario Fraccional desocupar el día y hora que finaliza la referida semana.

CAPÍTULO V

DE LOS SERVICIOS Y CONSUMOS

ARTÍCULO 43.- Servicios a la UI. - Los departamentos tendrán los siguientes servicios:

A. Servicio doméstico: Aseo diario de la UI por camaristas al servicio de la Administración, sin cargo extra. El servicio doméstico incluye el aseo de los útiles de comedor y cocina (vajilla, cristalería, cubertería y demás accesorios similares), una vez al día.

B. Servicios Opcionales: Son aquellos provistos por el Administrador a requerimiento del Propietario

Fraccional o Usuario por la temporalidad solicitada y a su cargo. Estos servicios pueden ser, entre otros:

C. Cocinera o Chef: Persona contratada a pedido, con cuota adicional a cargo del Propietario Fraccional, para que, en la semana correspondiente, la tenga a su servicio para dedicarse exclusivamente a preparar alimentos y bebidas en horarios convencionales, con aviso previo al Administrador. En todos los casos los pagos de servicios serán con base en las tarifas vigentes dadas a conocer al momento de contratar el servicio y cubiertas en la oficina del Administrador.

D. Niñeras o enfermeras: Personal para atención exclusiva de niños las primeras y de personas enfermas o discapacitadas las segundas. Podrán estar a disposición del Propietario Fraccional en turnos como en el caso anterior y será por los días que se contrate, pudiendo haber ajustes convencionales de horarios e igualmente los pagos se harán al Administrador de acuerdo a las tarifas vigentes al momento de contratarse el servicio.

E. Chofer: Conductor de vehículo, contratado por horas o días determinados, para conducir unidades de vehículo del Propietario fraccional, a su cargo y conforme a las tarifas vigentes al momento de contratarse el servicio.

F. Otro personal: Sería definido por el solicitante, a reserva de que pueda conseguirlo el Administrador, con los cargos que previamente se concierten de manera directa y bajo responsabilidad del propio solicitante.

ARTÍCULO 44.- Los cargos conforme a las tarifas vigentes al momento de contratar el servicio incluirán IGV y los impuestos estatales que se generen al efecto.

ARTÍCULO 45.- En todos los casos, la solicitud de personal especial deberá hacerse con 8 (ocho) días de anticipación, excepto en casos de emergencia.

ARTÍCULO 46.- Servicio de Provisiones. - El Administrador comprará, a solicitud anticipada por escrito y a costo del Propietario Fraccional, alimentos,

bebidas y otros Artículos de uso inmediato previos a su llegada, colocados o empaquetados según prefiera. El Administrador atenderá otros pedidos similares durante su estancia. Habrá un cargo por servicio de acuerdo a la tarifa vigente al momento de contratar.

ARTÍCULO 47.- Servicio de Conserje. - Son servicios a cargo del Administrador, gratuitos u onerosos según el caso, dispuestos para facilitar la estancia de los Propietarios Fraccionales, sus familiares e invitados; así como la de aquellos cualquier usuario autorizado.

ARTÍCULO 48.- Fondo de Caja para Servicios a los Propietarios Fraccionales. - Los Propietarios fraccionales podrán mantener con el Administrador un fondo fijo de caja revolviente que determinará cada Propietario fraccional para que se cubran determinados gastos, como el de vituallas, llamadas de larga distancia y otros servicios opcionales solicitados por ellos.

ARTÍCULO 49.- Cada vez que se afecte el fondo, la suma gastada deberá ser repuesta a fin de que siempre se esté en aptitud de contar con los servicios, de tal manera que no se genere negativa del servicio por falta de fondo suficiente.

CAPÍTULO VI DE LAS ASAMBLEAS

ARTÍCULO 50.- Asambleas de Propietarios fraccionales. - La Asamblea de Propietarios fraccionales es el Órgano Supremo en el Régimen de Propiedad Fraccional.

ARTÍCULO 51.- Cada Propietario fraccional tiene el derecho de que la Asamblea lo escuche y vote los planteamientos que proponga, siempre y cuando estén directamente relacionados con el punto de la Orden del Día que se esté desahogando.

ARTÍCULO 52.- Las Asambleas podrán ser Ordinarias o Extraordinarias.

ARTÍCULO 53.- Las Asambleas Ordinarias serán convocadas y celebradas solamente si se presenta alguna de las siguientes situaciones:

- a) Si no se respeta el destino y las características del Sistema de Copropiedad definido en su escritura constitutiva.
- b) Cuando a juicio de la Junta de Propietarios Fraccionales no se mantenga el nivel de operación, mantenimiento y administración de la UI de acuerdo con lo pactado en el contrato o se viole este Reglamento Interno del sistema de Copropiedad por el Administrador.
- c) Si se incrementan sin fundamento las cuotas de mantenimiento, por encima de lo establecido.
- d) Para que los Propietarios fraccionales decreten una nueva cuota ordinaria mayor a la que resulte al aumentar la inflación a la que se esté pagando.
- e) En caso de quiebra, suspensión de pagos o concurso del Administrador.
- f) Cuando no se contraten o cuando no se conserven vigentes los seguros por causas imputables al Administrador.
- g) Cuando por cualquier causa imputable al Administrador la Copropiedad se clausure por cualquier autoridad competente, que dé como consecuencia que permanezca inhabilitada por más de cinco días.
- h) Cuando venza el contrato de administración, de operación o de prestación de servicio con el Administrador y no proceda su renovación.
- i) Cuando el Administrador presente la renuncia a su cargo.
- j) Cuando sea necesario, conforme al presente Reglamento, nombrar a las personas que deban integrar la Junta de Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 54.- Las Asambleas se desarrollarán siguiendo rigurosamente los puntos, inscritos en la Orden del Día la cual, necesariamente, se insertará en la convocatoria.

ARTÍCULO 55.- Cualquier asunto tratado en la Asamblea y que no esté comprendido en el orden del día, no tendrá fuerza legal alguna, por tanto, no obliga a su cumplimiento salvo el caso de que haya estado representado el 100% (cien por ciento) de los Propietarios fraccionales en la Asamblea.

ARTÍCULO 56.- Asambleas Extraordinarias. - La Asamblea Extraordinaria se reunirá en cualquier tiempo, cuando se requiera su decisión en alguno de los casos siguientes:

- a) Para modificar el Reglamento de la Propiedad fraccional se requiere un quórum de asistencia del 75% (noventa por ciento) de los Propietarios fraccionales y votación unánime de éstos.
- b) Para realizar obras voluntarias o de mejoramiento, se requiere un quórum de asistencia del 75% (setenta y cinco por ciento) de los Propietarios fraccionales y voto unánime de éstos.
- c) Para tratar cualquier asunto no reservado a la Asamblea Ordinaria se requiere un quórum de asistencia del 75% (setenta y cinco por ciento) de los Propietarios fraccionales y voto unánime de éstos.
- d) Para disponer del Fondo de Reserva se requiere de un quórum de asistencia del 75% (setenta y cinco por ciento) de los Propietarios fraccionales, y votación unánime de éstos.
- e) Para resolver sobre aquellos gastos inesperados de emergencia que requiera la UI se requiere un quórum de asistencia del 50% (cincuenta por ciento) de los Propietarios fraccionales y voto unánime de éstos.
- f) Para decretar la reposición del Fondo de Reserva se requiere un quórum de asistencia del 75% (setenta y cinco) por ciento de los Propietarios fraccionales y voto unánime de éstos.

ARTÍCULO 57.- Convocatoria a las Asambleas. - Las Asambleas tanto Ordinarias como Extraordinarias pueden ser convocadas por:

- a. El Administrador.
- b. Presidente de la Junta de Propietarios Fraccionales.
- c. Cuando así lo soliciten al Administrador al menos 45% (cuarenta y cinco por ciento) de los Propietarios fraccionales con derecho a voto.

ARTÍCULO 58.- La convocatoria incluirá:

- a. Clase de Asamblea.
- b. Hora, día y lugar en el que se celebrará la Asamblea.
- c. La Orden del Día.
- d. La firma del o de los convocantes.

ARTÍCULO 59.- Las Convocatorias, para las Asambleas Ordinarias se harán con quince días naturales de anticipación a la fecha de su celebración.

ARTÍCULO 60.- El Administrador verificará bajo su estricta responsabilidad que los Propietarios fraccionales hayan sido notificados, mediante correo electrónico. El Administrador deberá enviar por email las convocatorias con la fecha de emisión de éstas, a fin de que los Propietarios fraccionales se notifiquen de ellas. Las Asambleas y los acuerdos tomados en ella que se hayan celebrado contraviniendo esta disposición serán nulas, pudiendo los afectados acudir ante la autoridad competente para solicitar la anulación y convocar a nueva Asamblea.

ARTÍCULO 61.- Lugar para celebrar la Asamblea. - Las Asambleas se celebrarán en cualquier lugar designado por el Administrador dentro del Condominio del cual forma parte el bien afecto al Sistema de Copropiedad, debido a que el bien afecto a la Copropiedad puede estar en uso por el Propietario fraccional al que le corresponda según el Calendario de Uso el día de la Asamblea. Son nulas de pleno derecho las Asambleas celebradas en lugar distinto al mencionado.

ARTÍCULO 62.- Del quórum para validar las Asambleas Ordinarias o Extraordinarias.

ORDINARIAS. - Habrá quórum para la celebración de la Asamblea Ordinaria en primera convocatoria, con la asistencia del 55% (cincuenta y cinco por ciento) de los Propietarios fraccionales con derecho a voto; en segunda convocatoria el quórum se integrará con quienes asistan. La segunda convocatoria se celebrará 30 (treinta) minutos después de la primera.

EXTRAORDINARIAS. - Habrá quórum para la celebración de la Asamblea extraordinaria en primera convocatoria con la asistencia del ochenta por ciento de los Propietarios fraccionales con derecho a voto; en segunda convocatoria la Asamblea extraordinaria se celebrará con la asistencia de los Propietarios fraccionales que representen el porcentaje requerido para tomar las resoluciones que se indican en el artículo anterior. La segunda convocatoria se celebrará 30 (treinta) minutos después de la primera.

ARTÍCULO 63.- De la votación y las resoluciones de las Asambleas. - La votación será personal, nominal y directa. Cada parte alícuota o fracción representa un voto, de manera que cada Propietario fraccional tendrá un voto por cada parte alícuota o acción de dominio que sea de su propiedad, siempre que esté al corriente de todas sus obligaciones frente al administrador. Las resoluciones en las Asambleas se tomarán por mayoría simple de los votos con excepción de aquellos casos en que este Reglamento prescribe una mayoría especial. Las resoluciones de las Asambleas de Propietarios fraccionales son de cumplimiento obligatorio para los propios Propietarios fraccionales, ausentes o disidentes; y para los terceros que de alguna manera tengan que ver con el inmueble afecto al régimen de propiedad fraccional.

ARTÍCULO 64.- Del desarrollo de la Asamblea. - Las Asambleas serán presididas por el presidente de la Junta de Propietarios o en su ausencia por quien con tal carácter designen los asistentes a ellas, tomándose la votación por mayoría de votos de los asistentes a la misma, salvo en los casos en que el presente Reglamento señale una mayoría especial o unanimidad en la votación.

El Administrador fungirá como secretario si es persona física y en caso de que sea persona jurídica, será su Representante Legal. Lo mismo se observará en el caso de Asambleas convocadas por los Propietarios Fraccionales que sean persona jurídica.

ARTÍCULO 65.- El Presidente de la Asamblea, designará de entre los concurrentes, una persona que actuará como auxiliar que pasará lista de

asistencia a fin de constatar la existencia del quórum legal. En el supuesto de que se reúna el quórum de Ley para que se celebre la Asamblea, el presidente la declarará legalmente instalada y procederá a desahogar los puntos de la Orden del Día.

ARTÍCULO 66.- El acta de la Asamblea será autorizada, con la fe del propio secretario o de un Notario Público, en caso de que hubiera asistido, por el Presidente de la Asamblea o por quienes los sustituyan y por el secretario. En todo caso, si lo desean los Propietarios Fraccionales, o sus Apoderados, tienen el derecho de firmar el acta de la Asamblea en unión de las personas arriba mencionadas.

ARTÍCULO 67.- El Administrador de cada Acta de Asamblea conservará como apéndice de la misma, todos los documentos relativos a ella, citándose de manera enunciativa entre otros, la convocatoria, las actas de las notificaciones efectuadas a los Propietarios Fraccionales, la lista de Asistencia, la certificación de quórum del auxiliar, las cartas poderes, en su caso, los documentos que comprueben el debido cumplimiento al ejercicio presupuestal del presupuesto de ingresos y egresos y los resultados de las revisiones de la Junta de Propietarios Fraccionales o de un contador, etc.

ARTÍCULO 68.- De la representación para asistir a la Asamblea. - Los Propietarios Fraccionales asistirán personalmente o podrán dar poder suscrito en escrito privado simple ante dos testigos.

ARTÍCULO 69.- De las facultades de la Asamblea. - La Asamblea tiene las siguientes facultades y obligaciones:

- 1) Examinar, rechazar, modificar o en su caso aprobar:
 - a) Los informes del Administrador y del Presidente de la Junta de Propietarios Fraccionales.
 - b) El presupuesto de egresos y la propuesta para el Fondo de Reserva que presentará para este propósito el Administrador, cuando la Asamblea haya sido convocada para ello.

- c) Establecer las cuotas ordinarias o extraordinarias que aportarán los Propietarios Fraccionales de acuerdo a su parte alícuota, cuando la Asamblea haya sido convocada para ello, sin perjuicio de la actualización anual de las cuotas ordinarias previstas en este Reglamento.
- d) Instruir al Administrador y al Presidente de la junta de Propietarios Fraccionales para el debido cumplimiento de las disposiciones de este Reglamento.
- e) Adoptará las medidas conducentes sobre los asuntos de interés común, aun cuando ya se encuentren comprendidas dentro de las funciones del Administrador y del Presidente de la junta de Propietarios Fraccionales.
- f) Modificar la Escritura Constitutiva y el Reglamento Interno del Sistema de Copropiedad y en su caso el Calendario de Uso en los términos del inciso “a.” del Artículo 58 (cincuenta y ocho) anterior.
- g) En general resolver sobre cualquier asunto que sea de la incumbencia de la Copropiedad.
- h) Imponer sanciones en los términos de este Reglamento a quienes se hagan acreedores a las mismas, sin menoscabo de las facultades que para ello tiene el Administrador.
- i) Nombrar al Presidente de la junta de Propietarios Fraccionales, que se integrará por un presidente, un Secretario y un Vocal. Estos cargos son personales y directos, no son delegables y por tanto no se admitirá la representación por poderes ya sea públicos y privados.

ARTÍCULO 70.- La asamblea de Propietarios Fraccionales tendrá además de las facultades señaladas en el artículo anterior todas aquellas otras que le otorgan la Escritura Constitutiva de la Copropiedad y este Reglamento.

CAPÍTULO VII

DE LA JUNTA DE PROPIETARIOS FRACCIONALES

ARTÍCULO 71.- De La Junta de Propietarios Fraccionales. - La Junta de Propietarios Fraccionales se reunirá en cualquier lugar del Condominio para

recibir del Administrador la rendición de cuentas sobre el desempeño de su encomienda.

ARTÍCULO 72.- La Junta de Propietarios Fraccionales sesionará con la asistencia de dos de sus tres miembros.

ARTÍCULO 73.- Las resoluciones la Junta de Propietarios Fraccionales se toman por unanimidad votos de los asistentes.

ARTÍCULO 74.- El Presidente de la Junta de Propietarios Fraccionales tiene la representación del mismo y acude en representación de la Copropiedad a las Asambleas del Condominio del que forma parte.

CAPÍTULO VIII DEL ADMINISTRADOR

ARTÍCULO 75.- Las UI sujetas al régimen de Propiedad Fraccional en contarán con un Administrador.

ARTÍCULO 76.- El Administrador podrá ser persona física o jurídica. En este último caso el representante legal de la misma deberá de acreditar que tiene las facultades suficientes para asumir el cargo.

ARTÍCULO 77.- El Administrador podrá tener bajo su responsabilidad y preferentemente, tendrá la administración de otros inmuebles afectos o no a la Propiedad Fraccional.

ARTÍCULO 78.- Las funciones y obligaciones del Administrador serán:
a) Llevar la representación legal de la Propiedad Fraccional para pleitos y cobranzas, actos de administración y asuntos laborales a efecto de que deslinde a la Propiedad Fraccional de cualquier responsabilidad.

- b) Gestionar y mantener las licencias y permisos municipales que llegaren a ser exigibles.
- c) Cubrir oportunamente los impuestos, aprovechamientos, impuestos prediales, cuotas de agua, gasto útil por consumo de energía eléctrica, (excluido el abuso o gasto voluntario), telefonía, Internet, televisión por cable o similar, primas por seguros, pago de cuotas al Fraccionamiento y en general, los derechos, que la Propiedad Fraccional ocasionare.
- d) Dar el mantenimiento preventivo y correctivo que requiera la UI y áreas comunes a su cargo. e. Imponer las sanciones a violaciones de este Reglamento.
- e) Verificar y atender la operatividad, mantenimiento de instalaciones, servicios generales y conservación de la Propiedad Fraccional.
- f) Cobrar las cuotas y extender los estados de cuenta y los requerimientos de pago por cuotas, recargos y demás responsabilidades económicas que a cada uno de los Propietarios Fraccionales corresponda, extendiendo los recibos que amparen los pagos efectuados por y a cargo de los Propietarios Fraccionales.
- g) Llevar los libros y documentación que soporten los gastos efectuados, los que deberán tener una actualización no mayor de quince días hábiles; cuando así lo estime necesario podrán llevarse los libros de registros auxiliares que se requieran; también podrán utilizarse para llevar los registros auxiliares sistemas de cómputo.
- h) Deberá de conservar los comprobantes originales de los gastos efectuados.
- i) Cargar a la partida del presupuesto de egresos que le corresponda cualquier pago por el efectuado.
- j) Mandar practicar, cuando corresponda, un avalúo comercial sobre la UI, con perito valuador, a fin de contar con un parámetro que muestre de manera tangible y sustentable el grado de plusvalía de la Propiedad Fraccional.
- k) Las demás que le confiera este Reglamento o cualquier otro ordenamiento que le sea aplicable, y la escritura constitutiva de la Propiedad fraccional.

ARTÍCULO 79.- Cuando se designe un nuevo Administrador, el saliente deberá entregar en un término que no exceda de 15 (quince) días naturales

al día de la designación, todos los documentos incluyendo los estados de cuenta, valores, muebles, inmuebles y demás bienes que tuviera bajo su resguardo y responsabilidad, sin que dicho plazo pueda ampliarse sino por causa justificada que acredite tal demora.

ARTÍCULO 80.- El Administrador no podrá hacer reparaciones mayores emergentes cargadas a las partidas de cuotas extraordinarias, que excedan de \$10,000.00 (diez mil dólares 00/100), a menos de contar con aprobación de la mayoría de los Propietarios Fraccionales de la UI, avisados por correo electrónico.

ARTÍCULO 81.- El Administrador tiene la obligación de tener un representante debidamente facultado con domicilio en el desarrollo inmobiliario del que forma parte la unidad afecta a la Propiedad Fraccional, mismo que gozará de un poder general para pleitos y cobranzas y actos de administración otorgado en escritura pública, a efecto de responder de todas sus obligaciones.

ARTÍCULO 82.- El Administrador pondrá todo su empeño y diligencia en prestar el mejor servicio más allá de toda expectativa del Propietario Fraccional, para elevar los valores patrimoniales de la UI afecta a la Propiedad Fraccional.

ARTÍCULO 83.- El Administrador es el único responsable de la eficiencia y calidad de la prestación de los servicios, frente a las autoridades y a los Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 84.- Otras funciones y obligaciones del Administrador:

1. Coordinar la entrada y salida oportunas de los Propietarios Fraccionales durante sus Semanas de Uso.
2. Hacer el aseo diario de la UI.
3. Atender el servicio del Correo Electrónico de Reservaciones (CER)
4. Atender la Oficina de conserje a su cargo, cuidando que se presten los servicios listados con óptima calidad.

5. Llevar un Libro de Registro en el que inscribirá y mantendrá control sobre:
- a) La ubicación de la Unidad de Residencial Vacacional.
 - b) Los nombres de los Propietarios Fraccionales.
 - c) La parte alícuota o acción de dominio adquirida.
 - d) Las semanas de uso que corresponden al Propietario fraccional que se desprenden del Calendario de Uso a que se refiere este Reglamento.
 - e) Teléfonos y correo electrónico de cada Propietario Fraccional.
 - f) Los estados de cuenta de cada propietario fraccional con el Vendedor y con el Administrador.

ARTÍCULO 85.- Las inscripciones a que se refiere el Artículo anterior serán definitivas o provisionales, de acuerdo con los siguientes criterios:

- a. Inscripción Definitiva. - La del Propietario Fraccional que haya pagado la totalidad del precio de su parte alícuota.
- b. Inscripción Provisional. - Las compras a plazos pendientes de pago que se hayan realizado en favor de los Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 86.- Las inscripciones definitivas o provisionales se suspenderán por falta de pago con 30 (treinta) días de retraso, de cuotas de tranquilidad ya sean ordinarias o extraordinarias o como sanción por violaciones graves al Reglamento de la Propiedad Fraccional y en el caso de las provisionales, éstas se suspenderán por falta de pago de dos abonos al saldo insoluto del precio de la compraventa de partes alícuotas.

ARTÍCULO 87.- Toda queja o reclamación que surja en el uso y/o disposición de una semana o por cualquier otro motivo, deberá presentarse ante el Administrador por escrito vía correo electrónico, o en las propias oficinas del Administrador, llenando la forma numerada correspondiente, de la cual el Administrador deberá responder y resolver lo que corresponda a la brevedad posible.

ARTÍCULO 88.- El Administrador, deberá contar con un Libro de Registro de Quejas y Sugerencias que estará a disposición de los Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 89.- El Administrador, estará obligado a conservar el Libro de Registro a que se refiere el Artículo anterior por un período de tres años, quedando obligado a mostrarlo a cualquier inspector de autoridad oficial competente que lo solicite.

ARTÍCULO 90.- El Administrador tiene las siguientes obligaciones y facultades:

- a) Llevará un registro cronológico de las cartas, comunicaciones y demás documentos que les cursen los Propietarios Fraccionales o terceros.
- b) Los libros que estén a cargo de cada uno y demás documentos estarán en todo tiempo a disposición de los Propietarios para su consulta. La expedición de copias deberá de ser a costa del solicitante.
- c) Desempeñará las demás funciones y cumplirá con las obligaciones inherentes a su cargo; vigilará la debida observancia de la Ley de la Materia y de este Reglamento.
- d) Conservar todos los documentos y comprobantes de los gastos efectuados, pudiendo utilizar para llevar los registros auxiliares sistemas de cómputo.
- e) Cobrar las cuotas y extender los recibos que amparen los pagos a cargo de los Propietarios Fraccionales.
- f) Auxiliar y en su caso hacer que se auxilie a los comités específicos que llegaren a formarse para la realización de un fin determinado.

ARTÍCULO 91.- Cada año, dentro del primer trimestre, el Administrador mandará por correo electrónico a cada uno de los Propietarios Fraccionales una carpeta que contenga la siguiente información:

- a) El informe general sobre la Propiedad Fraccional, tanto en bienes y servicios como el origen y aplicación de recursos.
- b) El presupuesto de ingresos y de egresos para ejercer en el año de que se trate.

c) La cuota de tranquilidad a pagar para el nuevo ejercicio, que será la cantidad que resulte al aumentar a la cuota del año que termina el mismo porcentaje en que aumentó la inflación.

Los Propietarios Fraccionales gozarán de 30 (treinta) días naturales para hacer observaciones al informe y al presupuesto, en el entendido que de no hacerlos se tendrán por aprobados.

ARTÍCULO 92.- En el caso de que el Administrador sea persona jurídica los poderes se otorgarán a la persona jurídica y será ejercitado por el representante legal de la dicha persona jurídica.

ARTÍCULO 93.- De la renuncia o remoción del Administrador. - Mientras el Administrador no renuncie o no sea removido de su cargo, queda obligado a continuar al frente de la operación, administración y mantenimiento de la Propiedad Fraccional. El incumplimiento de esta obligación lo obliga a responder de los daños y perjuicios que cause a los Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 94.- El Administrador que no desee continuar con la operación, administración y mantenimiento de la Propiedad Fraccional, deberá presentar su renuncia con 60 (sesenta) días naturales de anticipación a su separación del cargo para que los Propietarios Fraccionales estén en posibilidad de nombrar provisionalmente al sustituto.

ARTÍCULO 95.- El Administrador renunciante deberá entregar a su sustituto las cuotas, fondos, contabilidad y todos los documentos directa o indirectamente relacionados en su gestión.

ARTÍCULO 96.- Son causas de la remoción del Administrador, las siguientes:
a) Cuando se lleven a cabo modificaciones que afecten a la Propiedad fraccional en cuanto a su destino, porcentaje de densidad habitacional, excepto las modificaciones aprobadas por los Propietarios Fraccionales en los términos de este reglamento.

- b) Cuando existan faltas graves y continuas en el cumplimiento de las reservaciones o no se compense al Propietario Fraccional con otro alojamiento.
- c) Cuando por causas imputables a éstos no puedan utilizar los Propietarios Fraccionales la UI en las semanas de uso que les corresponden.
- d) Si se incrementan sin fundamento las cuotas de mantenimiento, por encima de lo establecido claramente en este Reglamento.
- e) En caso de que incurran en quiebra, suspensión de pagos o concurso.
- f) Cuando no se contraten o cuando no se conserven vigentes los seguros por causas imputables al Administrador.
- g) Cuando por cualquier causa imputable al Administrador la UI afecta a Propiedad Fraccional se clausure por cualquier autoridad competente, que dé como consecuencia que la UI permanezca cerrada por más de 5 (cinco) días.
- h) Cuando venza el contrato de administración y no proceda su renovación.
- i) Cuando el Administrador viole las disposiciones de este Reglamento o incumplan las obligaciones contraídas en su respectivo contrato.

CAPITULO IX

DE LAS CUOTAS ORDINARIAS Y EXTRAORDINARIAS DE TRANQUILIDAD Y SANCIONES

ARTÍCULO 97.- Cuotas Ordinarias de tranquilidad. - Las cuotas ordinarias son las que se fijaron en el contrato de compraventa y aumentan cada año en el mismo porcentaje que la inflación.

Dicha cuota cubre los gastos de lo siguiente en forma enunciativa más no limitativa: administración, operación, mantenimiento preventivo y correctivo del departamento, del mobiliario y equipo como servicio de aseo, útiles, lavandería de blancos, primas de seguros, agua potable, gasto útil por consumo de energía eléctrica, (excluido el abuso o gasto voluntario) , impuestos prediales, gastos sindicales, servicio telefónico de carácter local, Página Web, Internet, primas por seguros, y en general derechos que la UI genere, entre otros. Los honorarios del Administrador se liberarán sólo en

el caso de que haya flujo de efectivo suficiente, teniendo siempre como prioridad los gastos e inversiones propias de la UI, al grado de que el Administrador se compromete a cubrir los déficits de flujo que se pudieren originar ya que el Desarrollador desde el momento de suscribir este contrato queda eximido del pago de cuotas por la parte alícuota aportada.

ARTÍCULO 98.- Los ingresos por intereses y sanciones se aplicarán al gasto corriente manejado por el Administrador.

ARTÍCULO 99.- La cuota ordinaria de tranquilidad también incluye la parte proporcional de las cuotas ordinarias condominales

ARTÍCULO 100.- En los gastos de administración quedan incluidos, el pago de los honorarios del Administrador, los salarios de los trabajadores de administración a su cargo y vigilancia, las primas de los seguros de destrucción o pérdida total o parcial del Desarrollo y de los bienes muebles y del de responsabilidad civil, así como la parte proporcional de las cuotas ordinarias condominales y los impuestos, derechos y contribuciones.

ARTÍCULO 101.- Los gastos de mantenimiento, son tanto los honorarios de los contratistas del mantenimiento preventivo y correctivo, como de las obras materiales necesarias e indispensables para conservar en estado de uso la UI, los bienes muebles que en ella se encuentren, así como sus instalaciones. Dentro de éstos se incluyen los correspondientes a las actividades de limpieza y reparación de toda clase de bienes de la Propiedad fraccional cuando sobrevengan de su uso natural y moderado.

ARTÍCULO 102.- Los gastos de operación, serán los relativos al sistema de reservaciones, los que se generen por el servicio de la Página Web, e Internet, televisión de paga, los gastos de promoción y los que sean necesarios para que el desarrollo conserve el nivel y su categoría.

ARTÍCULO 103.- Cuotas Extraordinarias.- Son cuotas extraordinarias, todas aquellas que sean urgentes, necesarias, o indispensables para la conservación de todo o parte del inmueble afectado al a la Propiedad Fraccional, cuyo costo exceda a los fondos de reserva, o aquellas sin cuya aplicación, todo el inmueble o parte de él, sus áreas, instalaciones, equipo y demás servicios o parte de ellos o el mismo derecho sobre la Propiedad Fraccional, correrían el riesgo de perderse, destruirse o deteriorarse, de tal suerte que no puedan cumplir con la función para la cual fueron creados, construidos o destinados.

ARTÍCULO 104.- Se incluyen dentro de estas cuotas la parte proporcional de las cuotas extraordinarias condominales, así como todos los gastos que sean necesarios para la defensa jurídica del desarrollo del inmueble frente a terceros.

ARTÍCULO 105.- Forma de Pago de las Cuotas Ordinarias de Tranquilidad, Extraordinarias y Cargos diversos. - La cuota ordinaria de tranquilidad cubre de enero a diciembre de cada ejercicio y debe pagarse ciento veinte días antes de la semana adquirida, independientemente de uso o intercambio. Las cuotas extraordinarias las pagarán dentro de los quince días naturales siguientes al día en se los notifique el administrador de la propiedad fraccional por correo electrónico que el Propietario Fraccional ha señalado en el contrato de compraventa.

ARTÍCULO 106.- El Propietario Fraccional está obligado a pagar oportunamente las cuotas de tranquilidad convenidas en el contrato de compraventa y sus aumentos anuales hasta en tanto el Administrador las modifique. El Administrador deberá extender el recibo por el pago de cuotas que se cubran, en el cual especificará el período que se pague, el nombre y firma de quien recibe.

ARTÍCULO 107.- Cada Propietario Fraccional deberá realizar el pago de sus cuotas, ordinarias y/o extraordinarias, así como de cargos diversos,

incluyendo pago de sanciones o de daños, consumos especiales por servicios opcionales, etc. por medio de depósitos bancarios en cuentas del Administrador y cualquier otra forma de pago pactada en el contrato de compraventa.

ARTÍCULO 108.- Intereses moratorios, suspensión de derechos de uso y Sanciones. - El retraso en el pago de las cuotas o de los consumos o servicios diversos recibidos originará un interés moratorio del 5% (cinco por ciento) mensual y transcurridos 60 (sesenta) días de demora, el Propietario Fraccional moroso, entrará en suspensión de derechos, por lo que no podrá disponer de las Semanas de Uso que le correspondan, hasta no cubrir el adeudo y los intereses correspondientes. El Administrador le notificará por correo electrónico en la dirección que el Propietario Fraccional ha señalado en el contrato de compraventa de la parte alícuota.

ARTÍCULO 109.- La falta de pago de las cuotas, intereses moratorios, sanciones y cualquier otro adeudo que se generen a cargo del Propietario Fraccional, traerá como consecuencia que se le suspenda al Propietario Fraccional en el uso de la UI durante el período que le corresponde de acuerdo al Calendario de Uso y también se le suspenderá el derecho para elegir o reservar las semanas que le pueden tocar, previa notificación que se le haga por correo electrónico que ha señalado, derechos que solo recuperará hasta que cubra el total de sus adeudos y sujeto a disponibilidad. En caso de que el Propietario Fraccional no cubra sus cuotas o deje de pagar cualquiera de sus obligaciones frente al Administrador o Vendedor además perderá en favor del Administrador su derecho al uso de la semana que le corresponde, quedando el Administrador expresamente facultado a ofrecer y en su caso a dar en arrendamiento dicha semana. Subsistirán en todos los casos las obligaciones contraídas con el Administrador y desarrollador.

ARTÍCULO 110.- En caso de que el Propietario Fraccional o el tercero no desocupen la UI a más tardar a las 12:00 (doce) p.m. del viernes que

corresponde, pagará los perjuicios que cause al Propietario Fraccional que le suceda en el uso de la UI, sin perjuicio de las demás sanciones que procedan.

ARTÍCULO 111.- En el caso de que transcurran más de 60 (sesenta) días de retraso en cualquier pago, El Administrador, podrá demandar el pago por la vía judicial, en cuyo caso el deudor deberá cubrir además los gastos, las costas y honorarios del juicio correspondiente previa determinación judicial. La parte alícuota podrá ser objeto de embargo y de ser necesario, de remate judicial.

ARTÍCULO 112.- El Administrador está facultado para imponer sanciones de hasta 3 (tres) UITs, a los infractores para aquellos casos de violación a las normas de este Reglamento que no tengan prevista una sanción específica.

CAPITULO X

DEL FONDO DE RESERVA

ARTÍCULO 113.- Fondo de Reserva.- En la cuota ordinaria de tranquilidad se fijará un porcentaje destinado a formar un Fondo de Reserva para la reposición de mobiliario, instalaciones y equipo, y mantenimiento preventivo y correctivo de éstos así como de la propia UI, debiendo el administrador separar por este concepto el 5% (cinco por ciento) cada año hasta completar el 10% (diez por ciento) del valor de reposición de la UI; de tal manera que no se pueda disponer de dicho fondo, hasta que efectivamente se haga necesario reparar el mobiliario, las instalaciones y el equipo.

ARTÍCULO 114.- Estos recursos se aplicarán para casos de emergencia, cuando se presenten siniestros de la naturaleza (como temblor, huracán, tormenta eléctrica o rayos, tsunamis, inundación o similares) o eventos de fuerza mayor, en la medida en que no sea indemnizado en virtud de cualquier seguro contratado por el Administrador o siniestros que sobrevengan de la operación misma de la UI (como incendio, daños accidentales o similar) que

exijan la inmediata disposición de recursos para evitar males mayores o para rehabilitar la UI y sus instalaciones al uso de los Propietarios Fraccionales.

ARTÍCULO 115.- Los recursos también se aplicarán cuando se origine un gasto inesperado, pero conveniente, que pueda contribuir a elevar los valores patrimoniales de la UI afecta a la Propiedad Fraccional.

ARTÍCULO 116.- En cualquier caso, cuando la totalidad o parte del Fondo de Reserva se emplee para alguno de los fines arriba descritos, los Propietarios Fraccionales estarán obligados a reponerlo de inmediato o en el plazo que fije el Administrador.

CAPÍTULO XI DE LOS SEGUROS

ARTÍCULO 117.- El Administrador está obligado a contratar y mantener vigente una póliza de seguro que cubra la destrucción total o parcial de la UI y de los bienes muebles y contenidos que existen en ella por el importe al valor de reposición de la misma.

ARTÍCULO 118.- La póliza cubrirá la responsabilidad civil que corresponde por daños causados a terceros en sus personas y sus bienes, considerando los siguientes montos:

- a) La responsabilidad civil a terceros en sus personas por muerte o invalidez, hasta por un número mínimo de diez.
- b) La responsabilidad civil a terceros en sus bienes hasta 10 (diez) UITs
- c) Seguros contra Daños. - El Administrador mantendrá un seguro permanente contra daños por tormentas marinas (ciclón, tsunami), temblor, incendio, daños tumultuarios, etc. para lo cual el importe de las primas estará incluido en las cuotas anuales.

ARTÍCULO 119.- El Administrador podrá mantener otro seguro contra daños ocasionados por los propios Propietarios Fraccionales, por afectaciones a equipamiento de valores que excedan los montos deducibles.

CAPÍTULO XII

DAÑOS GRAVES EN EL INMUEBLE

ARTÍCULO 120.- Para el caso de daños graves que amenacen ruina o destrucción total del inmueble los Propietarios Fraccionales resolverán, sobre la reconstrucción, aplicándose en ella el importe del seguro o bien su distribución entre ellos.

ARTÍCULO 121.- Si por culpa o negligencia del Administrador, no hubiere contratado en tiempo y forma o no está vigente el seguro de daños por ruina o destrucción del inmueble, será por cuenta del responsable, las devoluciones de los precios del inmueble en los términos arriba señalados.

CAPÍTULO XIII

DEL DOMICILIO, DE LA JURISDICCIÓN Y DE LA COMPETENCIA

ARTÍCULO 122.- Domicilio para notificaciones. - En los términos de la legislación civil, los Propietarios Fraccionales ya sean personas físicas o jurídicas designarán, por escrito del que les será devuelta copia firmada de recibido por el Administrador de la UI, un domicilio convencional, así como una dirección de correo electrónico o "E-mail", en el que se les notifiquen por ese los acuerdos del Administrador. También están obligados a notificar al Administrador de su nuevo domicilio, dirección electrónica para que se le hagan las notificaciones a dicha dirección o por correo electrónico, en la inteligencia de que en tanto Propietario Fraccional no notifique de un nuevo domicilio o correo electrónico, los avisos y notificaciones que se envíen al

último domicilio o dirección electrónica que el Administrador tenga registrados, surtirán plenos efectos legales.

ARTÍCULO 123.- Renuncia al Fuero de Domicilio. - Los Propietarios Fraccionales ya sean personas físicas o jurídicas y terceros que estén en posesión de alguna parte alícuota o acción de dominio sobre de la UI, afecta a la Propiedad Fraccional, renuncian expresamente al fuero de sus respectivos domicilios, las partes deberán agotar la vía de conciliación extrajudicial y en caso de no resolverse el conflicto por esta vía, se acudirá a la vía judicial.

Lima, 26 de noviembre del 2019

ANEXO 03

CUADRO A

Year	Annual Returns on Investments in		
	<i>S&P 500 (includes dividends)</i>	<i>3-month T.Bill</i>	<i>Return on 10-year T. Bond</i>
1988	16.54%	6.45%	8.22%
1989	31.48%	8.11%	17.69%
1990	-3.06%	7.55%	6.24%
1991	30.23%	5.61%	15.00%
1992	7.49%	3.41%	9.36%
1993	9.97%	2.98%	14.21%
1994	1.33%	3.99%	-8.04%
1995	37.20%	5.52%	23.48%
1996	22.68%	5.02%	1.43%
1997	33.10%	5.05%	9.94%
1998	28.34%	4.73%	14.92%
1999	20.89%	4.51%	-8.25%
2000	-9.03%	5.76%	16.66%
2001	-11.85%	3.67%	5.57%
2002	-21.97%	1.66%	15.12%
2003	28.36%	1.03%	0.38%
2004	10.74%	1.23%	4.49%
2005	4.83%	3.01%	2.87%
2006	15.61%	4.68%	1.96%
2007	5.48%	4.64%	10.21%
2008	-36.55%	1.59%	20.10%
2009	25.94%	0.14%	-11.12%
2010	14.82%	0.13%	8.46%
2011	2.10%	0.03%	16.04%
2012	15.89%	0.05%	2.97%
2013	32.15%	0.07%	-9.10%
2014	13.52%	0.05%	10.75%
2015	1.38%	0.21%	1.28%
2016	11.77%	0.51%	0.69%
2017	21.61%	1.39%	2.80%
2018	-4.23%	2.37%	-0.02%

Arithmetic Average

1928-2018	11.36%	3.43%	5.10%
1969-2018	11.10%	4.76%	7.10%
2009-2018	13.49%	0.49%	2.28%

CUADRO B

Industry Name	Beta
Advertising	1.22
Aerospace/Defense	1.24
Air Transport	1.02
Apparel	0.93
Auto & Truck	0.79
Auto Parts	1.17
Bank (Money Center)	0.71
Banks (Regional)	0.57
Beverage (Alcoholic)	1.30
Beverage (Soft)	1.18
Broadcasting	1.02
Brokerage & Investment Banking	1.21
Building Materials	1.10
Business & Consumer Services	1.22
Cable TV	1.13
Chemical (Basic)	1.55
Chemical (Diversified)	1.82
Chemical (Specialty)	1.17
Coal & Related Energy	1.17
Computer Services	1.27
Computers/Peripherals	1.68
Construction Supplies	1.45
Diversified	1.36
Drugs (Biotechnology)	1.51
Drugs (Pharmaceutical)	1.47
Education	1.28
Electrical Equipment	1.32
Electronics (Consumer & Office)	1.19
Electronics (General)	1.02
Engineering/Construction	1.01
Entertainment	1.33
Environmental & Waste Services	1.19
Farming/Agriculture	0.72
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	0.70
Food Processing	0.81
Food Wholesalers	1.62
Furn/Home Furnishings	0.88
Green & Renewable Energy	1.62
Healthcare Products	1.12
Healthcare Support Services	1.15
Healthcare Information and Technology	1.29
Homebuilding	0.98
Hospitals/Healthcare Facilities	1.12
Hotel/Gaming	1.01
Household Products	1.13
Information Services	1.12
Insurance (General)	0.87
Insurance (Life)	1.11
Insurance (Prop/Cas.)	0.74

Fuente: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>

CUADRO C

<i>Industry Name</i>	<i>E/(D+E)</i>	<i>D/(D+E)</i>
Advertising	58.46%	41.54%
Aerospace/Defense	79.75%	20.25%
Air Transport	52.68%	47.32%
Apparel	74.07%	25.93%
Auto & Truck	33.85%	66.15%
Auto Parts	71.45%	28.55%
Bank (Money Center)	32.91%	67.09%
Banks (Regional)	56.65%	43.35%
Beverage (Alcoholic)	74.53%	25.47%
Beverage (Soft)	80.95%	19.05%
Broadcasting	40.89%	59.11%
Brokerage & Investment Banking	25.21%	74.79%
Building Materials	75.19%	24.81%
Business & Consumer Services	73.70%	26.30%
Cable TV	58.58%	41.42%
Chemical (Basic)	60.07%	39.93%
Chemical (Diversified)	73.10%	26.90%
Chemical (Specialty)	75.40%	24.60%
Coal & Related Energy	59.74%	40.26%
Computer Services	71.85%	28.15%
Computers/Peripherals	79.92%	20.08%
Construction Supplies	68.55%	31.45%
Diversified	73.82%	26.18%
Drugs (Biotechnology)	84.09%	15.91%
Drugs (Pharmaceutical)	87.44%	12.56%
Education	76.49%	23.51%
Electrical Equipment	81.87%	18.13%
Electronics (Consumer & Office)	91.10%	8.90%
Electronics (General)	83.77%	16.23%
Engineering/Construction	67.17%	32.83%
Entertainment	83.43%	16.57%
Environmental & Waste Services	74.83%	25.17%
Farming/Agriculture	60.15%	39.85%
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	8.08%	91.92%
Food Processing	68.12%	31.88%
Food Wholesalers	69.03%	30.97%
Furn/Home Furnishings	66.37%	33.63%
Green & Renewable Energy	40.58%	59.42%
Healthcare Products	87.06%	12.94%
Healthcare Support Services	73.41%	26.59%
Healthcare Information and Technology	85.30%	14.70%
Homebuilding	61.64%	38.36%
Hospitals/Healthcare Facilities	41.71%	58.29%
Hotel/Gaming	61.01%	38.99%
Household Products	82.56%	17.44%
Information Services	86.91%	13.09%
Insurance (General)	67.63%	32.37%
Insurance (Life)	48.84%	51.16%
Insurance (Prop/Cas.)	79.71%	20.29%

Fuente: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/>

CUADRO D

	Diferencial de rendimientos del índice de bonos de mercados emergentes (EMBIG) / <i>Emerging Market Bond Index (EMBIG) Stripped Spread</i>							
	Perú	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	México	Venezuela
<u>2017</u>	<u>145</u>	<u>412</u>	<u>264</u>	<u>130</u>	<u>194</u>	<u>621</u>	<u>256</u>	<u>2845</u>
Ene.	157	467	300	150	211	610	305	2089
Feb.	152	454	278	132	199	607	282	2065
Mar.	141	444	272	132	195	616	263	2126
Abr.	149	424	265	137	197	711	260	2245
May.	141	403	266	133	194	665	248	2241
Jun.	144	410	286	132	196	710	252	2435
Jul.	142	436	272	131	200	687	248	2616
Ago.	155	428	265	124	201	641	244	3022
Set.	144	388	251	127	189	628	241	3110
Oct.	140	362	235	122	185	571	243	3162
Nov.	139	370	242	125	186	541	245	4279
Dic.	136	356	232	118	174	470	242	4749
<u>2018</u>	<u>148</u>	<u>549</u>	<u>265</u>	<u>133</u>	<u>184</u>	<u>642</u>	<u>273</u>	<u>5188</u>
Ene.	122	365	217	110	159	451	235	4893
Feb.	132	400	227	117	173	492	233	4760
Mar.	147	412	233	123	179	546	246	4308
Abr.	145	409	234	124	173	594	245	4237
May.	158	470	260	136	190	687	269	4464
Jun.	163	529	319	142	200	715	293	4711
Jul.	150	571	288	137	180	651	268	4986
Ago.	149	668	300	139	182	680	279	5364
Set.	140	668	313	133	177	690	269	6091
Oct.	143	658	263	129	180	671	269	5807
Nov.	157	656	258	146	202	746	327	6028
Dic.	165	778	268	160	215	775	346	6601
<u>2019</u>	<u>130</u>	<u>1136</u>	<u>238</u>	<u>135</u>	<u>185</u>	<u>638</u>	<u>320</u>	<u>8838</u>
Ene.	152	701	249	148	201	710	328	5738
Feb.	139	679	236	136	191	653	319	4986
Mar.	136	748	242	133	188	613	309	5191
Abr.	122	839	244	128	177	552	295	5391
May.	135	925	251	132	190	575	309	5548
Jun.	129	883	242	137	190	590	333	6012
Jul.	116	790	213	129	172	578	327	11010
Ago.	127	1568	233	136	187	706	347	11526
Set.	116	2170	228	131	176	646	319	13342
Oct. 1-22	128	2056	240	137	180	754	314	19637
Nota: Var.								
Anual	-15	1398	-23	8	1	83	45	13829
Acumulada	-36	1278	-29	-23	-34	-21	-32	13036
Mensual	12	-114	12	6	5	108	-5.4	6294

Fuente: <http://www.bcrp.gob.pe/>