

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL



TESIS

“MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS POPULARES
DE ALTA DENSIDAD COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN LA REGIÓN DEL
CUSCO”

PARA OPTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN.

ELABORADO POR
RUHAMA AURORA BERRIO GOMEZ

ASESOR
DR. JAVIER ARRIETA FREYRE

CUSCO-PERÚ
2017

“MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS POPULARES DE ALTA DENSIDAD COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN LA REGIÓN DEL CUSCO”

RUHAMA AURORA BERRIO GÓMEZ

Presentado a la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ingeniería Civil en cumplimiento parcial de los requerimientos para el grado de:

MAESTRO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

2017

Autor : Arqta. Ruhama Aurora Berrio Gómez

Recomendado : Dr. Javier Arrieta Freyre
Asesor de la Tesis

Aceptado por : Dr. Ing. Víctor Sánchez Moya
Director de la Unidad de Posgrado

@ 2017; Universidad Nacional de Ingeniería, todos los derechos reservados ó el autor autoriza a la UNI-FIC a reproducir la tesis en su totalidad o en partes.

DEDICATORIA

A mis padres Juan Cancio y Odelinda, por su amor y apoyo incondicional
A mis hermanas Ilanna y Areli, por compartir cada día conmigo
A mis amigos, de quienes he aprendido que siempre tenemos para compartir tiempo,
experiencias, ideas y muchas alegrías.

-- RUH --

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional de ingeniería por el conocimiento otorgado, por su interés en impartir el conocimiento llegando a otras regiones del Perú.

Al CIP-CUSCO por realizar convenios con universidades reconocidas para llevar a cabo la maestría en gestión y administración de la construcción.

A mi asesor; Dr. Javier Arrieta Freyre y especialistas Mag. ING Silvio Quinteros Chávez y Ing. Isaías Quevedo de la Cruz por su dirección y asesoramiento.

A todos los docentes quienes nos impartieron sus conocimientos y experiencias durante esta etapa de aprendizaje profesional.

-- RUH --

ÍNDICE DE LA TESIS

	Página
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE DE LA TESIS	v
PRESENTACIÓN	x
RESUMEN	xi
EXECUTIVE SUMMARY	xii
LISTA DE ABREVIATURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xvi
ÍNDICE DE FÓRMULAS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	xix
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	1
1.1 PROBLEMÁTICA.....	3
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema principal	3
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 HIPOTESIS	4
1.3.1 Hipótesis principal.....	4
1.3.2 Hipótesis secundarias.....	4
1.4 JUSTIFICACIÓN	4
1.5 OBJETIVOS.....	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2 Objetivos específicos.....	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 BASES TEÓRICAS.....	6
2.1.1 PENTUR “Plan estratégico nacional de turismo 2012 - 2021”	6
2.1.2 El fondo MiVivienda “FMV”	7
2.1.3 Modelos de gestión implícitos en la política de vivienda social.....	7
2.1.4 Promoción Pública en España	8
2.1.5 Nuevo producto turístico: Vivienda Vacacional	8
2.1.6 Vivienda vacacional en Andalucía, Cataluña y Asturias.....	9
2.1.7 Alquiler vacacional.....	9
2.1.8 Viviendas de uso turístico en España	9
2.1.9 Plataforma Pro Viviendas Turísticas en Barcelona	10
2.1.10 Vivienda social productiva en Centro Histórico de Cusco.	10
2.1.11 Casas de familia “CHEZ L'HABITANT”	10
2.1.12 Modelo de turismo vivencial en Puno	11
2.1.13 Programa Municipal de Vivienda “PROMUVI”	11
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	11
2.2.1 El déficit habitacional.....	12
2.2.2 El habitat	12
2.2.3 La vivienda	12
2.2.4 Vivienda colectiva	13
2.2.5 La vivienda de interés social	13
2.2.6 La vivienda social en altura	13

2.2.7	Vivienda de alta densidad.....	13
2.2.8	Vivienda Productiva de Alta Densidad “ViPAD”	13
2.2.9	Producto turístico	14
2.2.10	Densificación y Re-densificación	14
2.2.11	Migración.....	14
2.2.12	Cadena de valor.....	14
2.2.13	Alianza estratégica.	15
2.2.14	Modelo estratégico	15
2.3	BASES LEGALES	15
2.3.1	D.L. 1177 “Leasing Inmobiliario”	15
2.3.2	LEY N° 27972 “Ley orgánica de municipalidades”	16
2.3.3	LEY N° 29408 “Ley general de turismo”	16
2.3.4	Plan de Desarrollo Urbano del Cusco 2013 – 2023, “PDU”	16
2.3.5	El Reglamento Nacional de Edificaciones, “RNE”	19
CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....		20
3.1	LA VIVIENDA EN EL MUNDO.....	20
3.1.1	La vivienda en Europa.....	20
3.1.2	La vivienda en Latino América.....	21
3.2	SITUACIÓN DE LA VIVIENDA EN EL PERÚ.....	22
3.2.1	La vivienda en el Perú	22
3.3	SITUACIÓN EN LA PROVINCIA DEL CUSCO.....	22
3.3.1	Contexto de la provincia de Cusco	22
3.3.2	Aspecto geográfico de la ciudad del Cusco.	22
3.3.3	El suelo urbano y la propiedad.....	22
3.3.4	Características de la vivienda en la ciudad del Cusco.....	23
3.3.5	Servicios básicos en la ciudad del Cusco.	23
3.3.6	Niveles de consolidación urbana en la ciudad del Cusco	23
3.3.7	Actividades económicas en el Cusco.	23
3.4	EL DÉFICIT DE VIVIENDA EN EL CUSCO URBANO.....	25
3.5	LA OFERTA INMOBILIARIA.....	25
3.6	EL BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	25
3.6.1	La demanda de vivienda.....	26
3.6.2	La oferta de vivienda.....	26
3.6.3	El precio de la vivienda	28
3.7	POLÍTICAS.....	29
3.7.1	Política de vivienda actual	29
3.7.2	El fondo MIVIVIENDA “FMV”	29
3.7.3	Programas del Fondo MIVIVIENDA.....	29
3.8	FINANCIAMIENTO.....	30
3.8.1	Subsidios gubernamentales.	31
3.8.2	Mercado tradicional de hipotecas.	31
3.8.3	Micro financiamiento para viviendas	31
3.8.4	Sistemas financieros informales.	31
3.8.5	Sistema de Financiamiento según nivel socioeconómico “NSE”	31
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....		32
4.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	32
4.2	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	32
4.3	DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	35
4.3.1	Determinación de la información a recolectar	35

4.3.2	Elaboración de los formatos de toma de datos.	35
4.4	PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	38
4.4.1	Población.....	40
4.4.2	Vivienda.....	44
4.4.3	Turismo.....	48
4.5	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	52
4.5.1	Vivienda.....	52
4.5.2	Turismo.....	53
CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		54
5.1	POBLACIÓN	54
5.1.1	Ingresos y gastos de la población	54
5.1.2	Número de pobladores del NSE medio bajo en el Cusco urbano	56
5.1.3	Perfil del poblador cusqueño.....	56
5.2	VIVIENDA	57
5.2.1	Déficit de vivienda en el Cusco urbano.....	57
5.2.2	Condición de la vivienda en la ciudad del Cusco.	58
5.3	TURISMO	59
5.3.1	Tipos de alojamiento en el Perú y en la ciudad del Cusco	59
5.3.2	Capacidad instalada de alojamientos al 2015	59
5.3.3	Tipos de turistas que llegan al Perú / Cusco.....	62
5.3.4	Arribos de turistas a la provincia del Cusco	63
5.3.5	Perfil del turista que visita el Cusco.	68
CAPÍTULO VI: MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS.		69
6.1	ANTECEDENTES.....	70
6.2	ALCANCE	71
6.3	ORGANIZACIÓN	72
6.3.1	El gobierno local	73
6.3.2	Sector público	73
6.3.3	Sector privado.....	74
6.4	POLÍTICA.....	75
6.5	RESPONSABILIDADES	75
6.5.1	La gerencia de promoción de la vivienda. “GPV”	75
6.5.2	Los beneficiarios.....	76
6.5.3	Sector público	77
6.5.4	Sector privado.....	78
6.6	PROGRAMAS.....	78
6.6.1	Programa de selección de beneficiarios (P-SEL).....	78
6.6.2	Programa de autoconstrucción residencial participativa (P-CONST).....	79
6.6.3	Programa de capacitación (P-CAP).....	79
6.6.4	Programa de asesoramiento (P-AS).	79
6.6.5	Programa de innovación. (P-I).....	79
6.7	VARIABLES	80
6.7.1	Población.....	80
6.7.2	Vivienda.....	80
6.7.3	Turismo.....	80
6.8	OBJETIVOS.....	80
6.9	ESTRATÉGIAS.....	80
6.9.1	Integralidad: “Vivienda para todos”	81
6.9.2	Inclusión: “El turismo es de todos”	81

6.9.3	Progresividad: “Apoyo a quienes menos tienen”	81
6.9.4	Subsidiariedad: “Apoyo desde el estado”	81
6.10	PROCESOS	81
6.11	PROCEDIMIENTOS.....	82
6.12	RECURSOS	83
6.13	NORMATIVA.....	83
6.14	RESULTADOS	83
6.15	OPINIÓN EXPERTOS.....	84
CAPÍTULO VII: ALIANZA ESTRATÉGICA PARA LA GENERACIÓN DE VIVIENDAS.....		85
7.1	CRITERIOS PARA LAS ALIANZAS PÚBLICO - PRIVADAS	85
7.1.1	Compatibilidad.....	85
7.1.2	Características de las edificaciones.....	85
7.1.3	Complementariedad	86
7.1.4	Contribución de la empresa.....	86
7.1.5	Neutralidad competitiva.....	86
7.1.6	Subsidiariedad.....	86
7.2	DISEÑO DE LA ALIANZA ESTRATÉGICA.....	86
7.2.1	Sensibilización de directivos de las entidades públicas y privadas	87
7.2.2	Diagnóstico de las empresas participantes	87
7.2.3	Planeación preliminar de la alianza estratégica	87
7.2.4	Planeación al detalle.	88
7.2.5	Formación y constitución	88
7.3	IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS POTENCIALES.....	89
7.3.1	Control y supervisión	89
7.3.2	Desarrolladores Inmobiliarios.....	89
7.3.3	El sistema financiero	90
7.3.4	Entidades y órganos de control	90
7.3.5	Clientes.....	91
7.3.6	Promotores.....	91
7.3.7	Colaboradores,.....	91
7.4	MISIÓN.	91
7.5	VISIÓN.....	91
7.6	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	91
7.7	VALORES	91
7.7.1	Innovación	91
7.7.2	Sostenibilidad	92
7.7.3	Colaboración	92
7.8	EJECUCIÓN	92
7.9	ORGANIZACIÓN	92
7.9.1	La gerencia de promoción de la vivienda.	92
7.9.2	Los involucrados	93
7.10	IMPACTO SOCIAL	94
CAPÍTULO VIII: TIPOLOGÍA DE VIVIENDA PRODUCTIVA		95
8.1	DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA.....	95
8.1.1	Desarrollo tipológico.....	95
8.1.2	Condiciones del lugar.....	95
8.1.3	La tipología de vivienda	95
8.2	CLASIFICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL USUARIO.....	96
8.2.1	El Beneficiario “El poblador cusqueño”	96

8.2.2	Cliente “ El turista”	96
8.3	NORMATIVA.....	96
8.3.1	Reglamento Nacional De Edificaciones, “RNE”	96
8.4	ORIENTACIÓN DE LA VIVIENDA.....	99
8.5	EMPLAZAMIENTO DE LA VIVIENDA.....	99
8.6	UBICACIÓN.....	99
8.7	ACCESIBILIDAD.....	100
8.8	CONCEPCIÓN DE LA VIVIENDA.....	100
8.9	PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA.....	101
8.9.1	Planteamiento arquitectónico	101
8.9.2	Planteamiento estructural.....	101
8.10	CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO DE VIVIENDA	102
8.11	DISEÑO DEL PROTOTIPO DE VIVIENDA.....	102
8.12	PRESUPUESTO.....	106
CAPÍTULO IX: GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO		107
9.1	MISION:	108
9.2	VISION:.....	108
9.3	LEMA-SLOGAN	108
9.4	VALORES:	108
9.5	IDEA DE NEGOCIO, CANVAS.....	109
9.6	ANÁLISIS DEL CONTEXTO.....	110
9.6.1	Análisis FODA.....	110
9.6.2	Análisis CAME	111
9.7	ANÁLISIS DEL MERCADO	111
9.8	EL CONSUMIDOR.....	111
9.8.1	Análisis del consumidor	112
9.9	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	114
9.9.1	Capacidad instalada de alojamientos 2015	115
9.10	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	117
9.10.1	Estimación de la demanda	117
9.11	ANÁLISIS DE OFERTA.....	118
9.11.1	La oferta de alojamientos	118
9.12	ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	118
9.12.1	Canales de distribución.....	118
9.13	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	119
9.14	EL PRECIO	120
CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		126
10.1	COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS.....	126
10.2	CONCLUSIONES.....	130
10.3	RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFÍA.....		132
GLOSARIO		134

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación, se presenta desde una perspectiva social como una propuesta orientada a reducir el déficit habitacional en la ciudad del Cusco para un sector determinado de la población, considerando los recursos y potencialidades que el turismo representa para la región.

En este sentido, alineados con las directrices Plan de Ordenamiento Territorial del Cusco y su relación con la política de aprovechamiento del suelo, con los parámetros urbanísticos contemplados en el Plan De Desarrollo Urbano Del Cusco al 2023 y con los objetivos del PENTUR “Plan Estratégico Nacional De Turismo 2012 - 2021”, se propone un “Modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico”, es decir una vivienda productiva sostenible, de impacto económico y social en la región del Cusco, que tiene el objetivo de fortalecer e impulsar los procesos de adquisición de “Vivienda - Alojamiento” que, además de reducir el déficit habitacional forme parte de la oferta de servicios turísticos, generando así oportunidades de convivencia, de superación y de aprendizaje.

RESUMEN

La producción de vivienda de interés social, en la actualidad es un tema prioritario para el Estado y para quienes tienen la responsabilidad e iniciativa de proponer soluciones que mejoren la calidad de vida de la población; actualmente los esfuerzos del Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento a través de los diferentes programas implementados, se han vuelto insuficientes frente a la demanda creciente de viviendas y los elevados costos del mercado, donde los niveles socioeconómicos bajos son los más desfavorecidos.

Por otro lado; la ciudad del Cusco cuna del imperio del Tahuantinsuyo, declarada como patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO, se ha consolidado como el destino turístico más importante en el Perú y uno de los principales a nivel mundial, donde cada año el turismo receptivo va aumentando, beneficiando principalmente a los agentes del sector privado.

En este contexto, se propone un “Modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico”, con el objetivo de aprovechar las potencialidades del turismo para desarrollar emprendimientos de índole social relacionados a una “vivienda productiva”; donde, a través del estado se identificará a los aliados estratégicos a fin de promover, administrar, financiar, diseñar, ejecutar y monitorear el proyecto de vivienda desde su concepción.

La propuesta de investigación contempla un modelo de alianza estrategia que integra iniciativas públicas y privadas, un prototipo de “vivienda productiva” vertical a fin de maximizar el recurso “suelo”; donde un porcentaje del área útil de la vivienda está destinada para el alojamiento alternativo de turistas y un modelo de negocio para orientar al poblador beneficiario en la administración del alojamiento; de esta manera se facilita el acceso a una vivienda propia, se intensifica el uso del suelo y se genera una actividad socioeconómica rentabilizando parte del espacio adquirido en la vivienda.

EXECUTIVE SUMMARY

The production of affordable housing is nowadays a priority for the state and for those who have the responsibility and initiative to propose solutions that improve the quality of life of the population; Currently, the efforts of the Ministry of Housing, Construction and Sanitation through the different programs implemented have become insufficient in the face of the growing demand for housing and the high costs of the market, where low socioeconomic levels are the most disadvantaged.

On the other hand; the city of Cuzco, the birthplace of the Tahuantinsuyo empire, declared a World Heritage Site by UNESCO, has established itself as the most important tourist destination in Peru and one of the most important in the world, where incoming tourism increases each year, benefiting mainly the private sector agents.

In this context, a "Management Model for the promotion of high density popular housing as a tourism product" is proposed, with the objective of taking advantage of the potential of tourism to develop social enterprises related to a "productive housing"; where, through the state, strategic allies will be identified in order to promote, manage, finance, design, execute and monitor the housing project from its conception.

The research proposal includes a strategy alliance model that integrates public and private initiatives, a prototype of vertical "productive housing" in order to maximize the "soil" resource; where a percentage of the useful area of the dwelling is intended for the alternative accommodation of tourists and a business model to guide the beneficiary resident in the administration of the accommodation; In this way, access to a home is facilitated, land use is intensified and a socio-economic activity is generated, making use of part of the space acquired in the dwelling.

LISTA DE ABREVIATURAS

AA.HH.	:	ASENTAMIENTOS HUMANOS
CAPECO	:	CÁMARA PERUANA DE LA CONSTRUCCIÓN
CHC	:	CENTRO HISTÓRICO DEL CUSCO
CIAM	:	CONGRESO INTERNACIONAL DE ARQUITECTURA MODERNA
DIRCETUR	:	DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
ETET	:	EL TURISMO ES DE TODOS
GORE	:	GOBIERNO REGIONAL DEL CUSCO
GPV	:	GERENCIA DE PROMOCION DE LA VIVIENDA
ICD	:	INSTITUTO DE LA CONSTRUCCIÓN Y EL DESARROLLO
MINCETUR	:	MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
MPC	:	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CUSCO
MVCS	:	MINISTERIO DE VIVIENDA CONSTRUCCION Y SANEAMIENTO
NSE	:	NIVEL SOCIO ECONOMICO
PEA	:	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA
PMV	:	PROGRAMA MIVIVIENDA
PPV	:	PLATAFORMA PROVIVIENDA
PPVi	:	PROYECTO PILOTO DE VIVIENDA
ViPAD	:	“VIVIENDA PRODUCTIVA DE ALTA DENSIDAD”
VP	:	VIVIENDA PRODUCTIVA
VS	:	VIVIENDA SOCIAL
VSAD	:	VIVIENDA SOCIAL DE ALTA DENSIDAD
VA	:	VIVIENDA EN ALTURA
NBI	:	NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS
UNESCO	:	UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1 DEMANDA POTENCIAL DE VIVIENDAS NUEVAS	1
GRÁFICO Nº 2 DEMANDA EFECTIVA DE VIVIENDA SEGÚN RANGOS DE PRECIOS	2
GRÁFICO Nº 3 FLUJO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS ALCUSCO 2011 - 2017	2
GRÁFICO Nº 4 PLANO DE ZONIFICACIÓN - CUSCO	19
GRÁFICO Nº 5 LEYENDA DEL PLANO DE ZONIFICACIÓN - CUSCO	19
GRÁFICO Nº 6 AGENCIAS DEL SISTEMA FINANCIERO	25
GRÁFICO Nº 7 VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN SECTOR URBANO	27
GRÁFICO Nº 8 VALOR DE MERCADO DE DEPARTAMENTOS EN OFERTA	28
GRÁFICO Nº 9 DISPERSIÓN DE LA OFERTA DE VIVIENDA SEGÚN PRECIOS DE VENTA	28
GRÁFICO Nº 10 VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN PRECIO DE VENTA	29
GRÁFICO Nº 11 SISTEMAS DE FINANCIAMIENTO SEGÚN NSE	31
GRÁFICO Nº 12 NSE DE HOGARES EN EL PERU 2015	41
GRÁFICO Nº 13 POBLACIÓN EN EL CUSCO URBANO 2015	41
GRÁFICO Nº 14 PROCESO DE MIGRACIÓN EN EL PERÚ	41
GRÁFICO Nº 15 NIVEL SOCIO ECONÓMICO CUSCO - URBANO	42
GRÁFICO Nº 16 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR	42
GRÁFICO Nº 17 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR "PEA"	42
GRÁFICO Nº 18 ESTADO CIVIL	43
GRÁFICO Nº 19 INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR	43
GRÁFICO Nº 20 LUGAR DE PROCEDENCIA	43
GRÁFICO Nº 21 OCUPACIÓN	43
GRÁFICO Nº 22 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR	44
GRÁFICO Nº 23 DEMANDA EFECTIVA DE VIVIENDA SEGÚN RANGOS DE PRECIOS	45
GRÁFICO Nº 24 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA	46
GRÁFICO Nº 25 NIVEL DE SATISFACCIÓN	46
GRÁFICO Nº 26 MONTO PAGADO POR ALQUILER DE VIVIENDA	46
GRÁFICO Nº 27 INTERES POR ADQUIRIR UNA VIVIENDA	47
GRÁFICO Nº 28 MOTIVACIÓN PARA ADQUIRIR UNA VIVIENDA	47
GRÁFICO Nº 29 PREFERENCIAS PARA LA UBICACIÓN DE LA VIVIENDA	47
GRÁFICO Nº 30 FORMA DE FINANCIAMIENTO	48
GRÁFICO Nº 31 DISPONIBILIDAD DE MONTO MENSUAL A PAGAR	48
GRÁFICO Nº 32 TIEMPO PARA FINANCIAR LA COMPRA DE LA VIVENDA	48
GRÁFICO Nº 33 PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL PERÚ	49
GRÁFICO Nº 34 CONFORMACIÓN ETAREA	50
GRÁFICO Nº 35 ARRIBO DE TURISTAS AL PERU	50
GRÁFICO Nº 36 PROCEDENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS, 2013	50
GRÁFICO Nº 37 CONFORMACIÓN DEL GRUPO DE VIAJE	50
GRÁFICO Nº 38 MOTIVO DE VISITA	51
GRÁFICO Nº 39 TIPO DE ALOJAMIENTO	51
GRÁFICO Nº 40 GASTO DIARIO DEL TURISTA	51
GRÁFICO Nº 41 CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR DE PERMANENCIA	51
GRÁFICO Nº 42 PERMANENCIA	52
GRÁFICO Nº 43 ARBOL DE CAUSAS Y EFECTOS "VIVIENDA"	52
GRÁFICO Nº 44 ARBOL DE CAUSAS Y EFECTOS "TURISMO"	53
GRÁFICO Nº 45 INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2016 - PERÚ URBANO	54
GRÁFICO Nº 46 GASTOS POR NSE EN EL PERU	54
GRÁFICO Nº 47 VARIACIÓN DEL INGRESO Y GASTO MENSUAL POR NSE	55
GRÁFICO Nº 48 DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DEL NSE "MEDIO BAJO" 2016, PERÚ URBANO	55
GRÁFICO Nº 49 PROV. DE CUSCO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CATEGORÍA, 2014 - 2015	60
GRÁFICO Nº 50 REGIÓN CUSCO: DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015	61
GRÁFICO Nº 51 OFERTA HOTELERA MENSUAL, 2015	62
GRÁFICO Nº 52 MOTIVOS DE VIAJE Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	62
GRÁFICO Nº 53 GASTO POR MOTIVOS DE VIAJE	63
GRÁFICO Nº 54 PROVINCIA DE CUSCO: VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL DE ARRIBOS 1996 - 2015	64
GRÁFICO Nº 55 PROV. CUSCO: VARIACIÓN ANUAL POR MESES DE ARRIBOS 2015	64

GRÁFICO Nº 56 REGIÓN DE CUSCO: PRINCIPALES ATRACTIVOS VISITADOS	68
GRÁFICO Nº 57 MODELO DE GESTIÓN - TRIPLE HELICE	69
GRÁFICO Nº 58 APORTE DEL INVESTIGADOR “MODELO DE GESTIÓN”	70
GRÁFICO Nº 59 VIVIENDA PRODUCTIVA DE ALTA DENSIDAD “VIPAD”	72
GRÁFICO Nº 60 MAPEO DE ACTORES	72
GRÁFICO Nº 61 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL “MPC”	73
GRÁFICO Nº 62 INVOLUCRADOS DEL SECTOR PÚBLICO	74
GRÁFICO Nº 63 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL “GPV”	75
GRÁFICO Nº 64 MAPA DE PROCESOS	81
GRÁFICO Nº 65 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE POBLADORES BENEFICIARIOS	82
GRÁFICO Nº 66 PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN Y ADJUDICACIÓN DE VIVIENDA	82
GRÁFICO Nº 67 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DEL ALOJAMIENTO	82
GRÁFICO Nº 68 MODELO DE ALIANZA ESTRATÉGICA	85
GRÁFICO Nº 69 EL DISEÑO DE LA ALIANZA	87
GRÁFICO Nº 70 UBICACIÓN DE LA VIVIENDA	99
GRÁFICO Nº 71 FOTOGRAFÍA DEL EMPLAZAMIENTO	100
GRÁFICO Nº 73 ACCESIBILIDAD AL TERRENO	100
GRÁFICO Nº 73 MODULACIÓN Y CONFIGURACION	102
GRÁFICO Nº 74 SECUENCIA DEL DESARROLLO DE LA VIVIENDA	103
GRÁFICO Nº 75 ZONIFICACIÓN POR UNIDADES ESPACIALES	104
GRÁFICO Nº 76 DISPOSICIÓN DE LAS UNIDADES ESPACIALES	104
GRÁFICO Nº 77 PROPUESTA DE PLANTA TIPO 1 “L”	104
GRÁFICO Nº 78 PROPUESTA DE PLANTA TIPO 2 “S”	105
GRÁFICO Nº 79 BLOQUE DE VIVIENDA	105
GRÁFICO Nº 80 REFERENCIA DE PLANTA GENERAL	105
GRÁFICO Nº 81 REFERENCIA SECCIÓN GENERAL	105
GRÁFICO Nº 82 MODELO DE NEGOCIO “TRIPLE HÉLICE”	108
GRÁFICO Nº 83 MODELO DE NEGOCIO “CANVAS”	109
GRÁFICO Nº 84 ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA, 2015	114
GRÁFICO Nº 85 ARRIBO DE HUÉSPEDES A LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2000-2013	115
GRÁFICO Nº 86 REGIÓN CUSCO : DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015	116
GRÁFICO Nº 87 REGIÓN CUSCO : DISTRIBUCIÓN DE CAMAS SEGÚN CATEGORÍA, 2015	116
GRÁFICO Nº 88 COMPARACIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA 2013 AL 2015	116
GRÁFICO Nº 89 PROV. CUSCO : ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CATEGORÍA, 2013 AL 2015	117
GRÁFICO Nº 90 PROVINCIA CUSCO : OFERTA DE CAMAS SEGÚN CATEGORÍA 2013 – 2014 - 2015	118
GRÁFICO Nº 91 LOGOTIPO “VIPAD”	119
GRÁFICO Nº 92 PLATAFORMA “VIPAD”	120

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO Nº 1 INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA 2015	3
CUADRO Nº 2 ZONIFICACIÓN RESIDENCIAL ÁREA URBANA PISO DE VALLE	17
CUADRO Nº 3 ZONIFICACIÓN VIVIENDA TALLER PISO DE VALLE	17
CUADRO Nº 4 ZONIFICACIÓN RESIDENCIAL ÁREA URBANA PAISAJISTA EN LADERAS	18
CUADRO Nº 5 ZONIFICACIÓN VIVIENDA TALLER PAISAJISTA	18
CUADRO Nº 6 OFERTA TOTAL DE DEPARTAMENTOS DISPONIBLES 2012	24
CUADRO Nº 7 ACTIVIDAD EDIFICADORA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO	26
CUADRO Nº 8 DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EDIFICADORA SEGÚN DESTINOS	26
CUADRO Nº 9 DEMANDA INSATISFECHA DE VIVIENDA SEGÚN PRECIOS	26
CUADRO Nº 10 OFERTA TOTAL DE VIVIENDA	27
CUADRO Nº 11 UNIDADES DE VIVIENDAS VENDIDAS	27
CUADRO Nº 12 OFERTA TOTAL DE VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN VALOR DEL MERCADO	27
CUADRO Nº 13 NIVEL SOCIO ECONÓMICO CUSCO URBANO - 2015	33
CUADRO Nº 14 TENENCIA DE VIVIENDA POR NSE (HOGARES)	33
CUADRO Nº 15 UNIVERSO MUESTRAL - NSE "MEDIO BAJO"	33
CUADRO Nº 16 FORMULA TAMAÑO DE MUESTRA	34
CUADRO Nº 17 RESUMEN DEL UNIVERSO MUESTRAL	35
CUADRO Nº 18 ANÁLISIS COMPARATIVO "CREDITO MI VIVIENDA"	39
CUADRO Nº 19 ANÁLISIS COMPARATIVO "TECHO PROPIO"	40
CUADRO Nº 20 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR - PEA	42
CUADRO Nº 21 HOGARES PROPIETARIOS Y NO PROPIETARIOS, CUSCO CIUDAD	44
CUADRO Nº 22 ACTIVIDAD EDIFICATORIA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO	44
CUADRO Nº 23 RANGOS DE PRECIOS DE DEPARTAMENTOS	45
CUADRO Nº 24 FONDO MI VIVIENDA – CREDITOS HIPOTECARIOS OTORGADOS	45
CUADRO Nº 25 DEPARTAMENTOS VENDIDOS Y NÚMERO DE PROYECTOS POR SECTOR URBANO	46
CUADRO Nº 26 CUADRO COMPARATIVO DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL	55
CUADRO Nº 27 CARACTERÍSTICAS DEL NSE "MEDIO BAJO"	56
CUADRO Nº 28 ESTIMADO DE POBLADORES DEL NSE "MEDIO BAJO" CUSCO URBANO	56
CUADRO Nº 29 PERFIL DEL POBLADOR ENCUESTADO	57
CUADRO Nº 30 TENENCIA DE VIVIENDA EN EL CUSCO URBANO	58
CUADRO Nº 31 POBLACIÓN DEL NSE "MB" SIN VIVIENDA	58
CUADRO Nº 32 CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DE LA VIVIENDA	58
CUADRO Nº 33 PROVINCIA DE CUSCO: INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2013 - 2015	59
CUADRO Nº 34 PROVINCIA DE CUSCO: INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015	60
CUADRO Nº 35 OFERTA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015	61
CUADRO Nº 36 OFERTA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015	61
CUADRO Nº 37 PROVINCIA DE CUSCO: EVOLUCIÓN DEL ARRIBO DE TURISTAS	63
CUADRO Nº 38 PROV. CUSCO: EVOLUCIÓN DE LOS ARRIBOS MENSUALES 2014 - 2015	64
CUADRO Nº 39 PROV. CUSCO: TENDENCIA DE PERNOCTACIÓN 1996 - 2015	65
CUADRO Nº 40 PROV. DE CUSCO: ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA	66
CUADRO Nº 41 PROV. CUSCO: ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN DEPARTAMENTO DE PROCEDENCIA	67
CUADRO Nº 42 PROVINCIA DE CUSCO: PROYECCIÓN DE ARRIBO DE TURISTAS, 2016 - 2020	67
CUADRO Nº 43 EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO	68
CUADRO Nº 44 DISEÑO Y EJECUCIÓN	89
CUADRO Nº 45 PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS	89
CUADRO Nº 46 PROYECTOS INMOBILIARIOS	90
CUADRO Nº 47 LOS INVOLUCRADOS	93
CUADRO Nº 48 NORMA A.010 "CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO"	96
CUADRO Nº 49 NORMA A.020 "REQUISITOS MÍNIMOS DE VIVIENDA"	97
CUADRO Nº 50 TIPOS DE ALOJAMIENTO	98
CUADRO Nº 51 NORMA A-030 "REQUISITOS MÍNIMOS DE HOSPEDAJE"	98
CUADRO Nº 52 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO REFERENCIAL	102
CUADRO Nº 53 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA	106
CUADRO Nº 54 PRECIO MENSUAL POR UNIDAD DE VIVIENDA	106

CUADRO Nº 55 ANÁLISIS DEL CONTEXTO “FODA”	110
CUADRO Nº 56 ANÁLISIS DEL CONTEXTO “CAME”	111
CUADRO Nº 57 POBLACIÓN INTERÉSADA EN VIVIENDAS PRODUCTIVAS	112
CUADRO Nº 58 PERFIL DEL POBLADOR CUSQUEÑO	112
CUADRO Nº 59 PERNOCTACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO.	115
CUADRO Nº 60 CAPACIDAD INSTALADA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO	115
CUADRO Nº 61 DÉFICIT EN LA OFERTA MENSUAL -2015	117
CUADRO Nº 62 DÉFICIT EN LA OFERTA MENSUAL -2015	117
CUADRO Nº 63 LA OFERTA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO AL 2015	118
CUADRO Nº 64 EL COSTO MÍNIMO DE VIVIENDA POR M2 POR DISTRITO	121
CUADRO Nº 65 ÁREA MÍNIMA DE VIVIENDA POR DISTRITO	121
CUADRO Nº 66 BONO FAMILIAR HABITACIONAL – TECHO PROPIO	121
CUADRO Nº 67 VARIACION DEL PRECIO DE LA VIVIENDA vs BFH (FMV)	122
CUADRO Nº 68 COSTO DEL TERRENO – DISTRITO DE SANTIAGO	122
CUADRO Nº 69 VARIACIÓN DEL COSTO DE LA EDIFICACIÓN POR NIVEL EDIFICATORIO	122
CUADRO Nº 70 COSTO POR M2 CONSTRUIDO TOTAL	123
CUADRO Nº 71 INCIDENCIA DEL PRECIO DEL TERRENO	123
CUADRO Nº 72 CUADRO DE AREAS DE LAS UNIDADES DE VIVIENDA.....	123
CUADRO Nº 73 PRECIO POR PLANTA TIPO DE VIVIENDA Y ALOJAMIENTO	123
CUADRO Nº 74 RESUMEN DE PRECIO POR PLANTA TIPO	123
CUADRO Nº 75 TASA DE INTERES MENSUAL Y ANUAL POR AÑOS	124
CUADRO Nº 76 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA EN DOLARES	124
CUADRO Nº 77 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA EN SOLES	124
CUADRO Nº 78 PRECIO MENSUAL A PAGAR POR UNIDAD DE VIVIENDA.....	124
CUADRO Nº 79 INGRESOS POR ALQUILER DE HABITACIÓN MENSUAL	125
CUADRO Nº 80 INCIDENCIA MENSUAL DEL MONTO OBTENIDO POR ALQUILER	125
CUADRO Nº 81 INCIDENCIA SOBRE EL COSTO TOTAL	125

ÍNDICE DE FÓRMULAS

FORMULA N° 1 FORMULA TAMAÑO DE MUESTRA.....	33
FORMULA N° 2 TAMAÑO DE MUESTRA01	34
FORMULA N° 3 TAMAÑO DE MUESTRA02	34
FORMULA N° 4 RELACIÓN DE VARIARIABLES	107
FORMULA N° 5 RELACIÓN DE VARIARIABLES “PROBLEMA”	107
FORMULA N° 6 RELACIÓN DE VARIARIABLES “HIPOTESIS”	107



INTRODUCCIÓN

“El turismo”, considerado como una de las industrias más importantes en el Perú, actualmente representa para la región del Cusco una de las principales actividades económicas por el ritmo de crecimiento que ha presentado en los últimos años, proyectándose al 2021 más de 7 millones de arribos de turistas y por otro lado “La producción de viviendas de productivas” orientada a la reducción del déficit habitacional; representan para efectos de la investigación el recurso y el producto respectivamente; que, gestionado como iniciativa del sector público con una perspectiva social, permite desarrollar un modelo de gestión que identifica e integra alianzas a fin de proponer un prototipo de vivienda productiva orientada a mejorar la calidad de vida del poblador Cusqueño.

El trabajo presentado es el resultado de la investigación final de la Maestría en Gestión y administración de la construcción de la Facultad de ingeniería civil de la Universidad Nacional de ingeniería (UNI), y surge de la necesidad de aportar desde la academia, una propuesta orientada a la reducción del déficit habitacional en la ciudad del Cusco, que permita la producción de viviendas productivas con vocación turística, al respecto en la ciudad del Cusco se cuenta con una diversidad de servicios turísticos relacionados a la hostelería, entre ellas el acondicionamiento de casas coloniales del Centro Histórico, apartamentos en alquiler y casas hospedaje.

El estudio se ha estructurado en nueve capítulos que se describen a continuación:

En el primer capítulo se trata los aspectos básicos y argumentos que generan la investigación, como son: el planteamiento del problema, la hipótesis, la justificación, los objetivos, los alcances y las limitaciones.

El segundo capítulo está relacionado al marco teórico; se estudia antecedentes de experiencias similares, bases teóricas, bases legales y el marco conceptual,

El tercer capítulo presenta y detalla un diagnóstico de la situación actual de la vivienda en el Perú y en la ciudad del Cusco.

El cuarto capítulo aborda la metodología, el tipo de investigación, la población y muestra, diseño de instrumentos de recolección de información, y el procedimiento de recolección de datos.

El quinto capítulo, está relacionado al análisis y presentación de los resultados obtenidos de las variables identificadas.

En el sexto capítulo se desarrolla el “Modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico”.

En el séptimo capítulo, se propone una alianza estratégica para la promoción de viviendas populares de alta densidad con vocación turística.

El octavo capítulo, está relacionado con el proyecto del prototipo de vivienda productiva, alineados con el RNE y planes locales.

El noveno capítulo, se alcanza un esquema de modelo de negocio en base al modelo CANVAS relacionado a la oferta turística de alojamientos en la región del Cusco.

A continuación se describe las conclusiones del estudio y las recomendaciones generales para futuras líneas de investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

La vivienda, como activo de todo grupo familiar, se ha convertido en una necesidad de carácter básico. Debido a ello, se espera que el estado estructure y lleve a cabo estrategias que incluyan al sector habitacional como parte de sus planes de desarrollo social; en este contexto, la correcta estimación del déficit habitacional permite la planificación oportuna y la elaboración de objetivos dentro de la política social del Estado, (FMV, 2015)

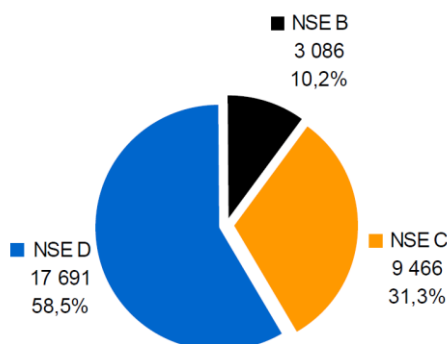
El sector privado no es ajeno a esta realidad, su participación ha sido importante principalmente en temas de financiamiento y ejecución de viviendas multifamiliares; edificios de departamentos orientados para NSE que muestran una solvencia económica importante que les permite adquirir viviendas a montos relativamente elevados “el sector inmobiliario como unidad de negocio”, montos inalcanzables para quienes pertenecen a otros NSE y que también necesitan de una vivienda “social”.

De ello se desprende, que el acceso a una vivienda adecuada es determinante, puesto que influye directamente sobre la calidad de vida de las personas, entendiéndose a ésta como la satisfacción de las necesidades básicas (salud, educación, servicios, etc.) Así, una vivienda adecuada, disminuye el riesgo de enfermedades, contribuye a mejorar los niveles de educación de los miembros de la familia, entre otros aspectos que repercuten positivamente sobre el estándar de vida del grupo familiar. (FMV, 2015)

El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, como la más alta autoridad a nivel nacional en el relación a la vivienda ha generado programas sociales como el FONDO MIVIVIENDA con la finalidad de dar solución al problema del déficit habitacional; estas iniciativas actualmente se consideran como uno de los principales modelos que permite dar acceso a una vivienda de calidad y socialmente rentable.

De acuerdo a los estudios de cobertura de vivienda en la ciudad del Cusco realizado por el Fondo MIVIVIENDA S.A. denominado “Estudio de la vivienda social en la ciudad del Cusco del FMV S.A.” se ha identificado que la demanda potencial se concentra en los NSE “C y D” que constituyen el 31,3% y 58,5% respectivamente del total de los HNP al 2010. Ver gráfico N° 1.

GRÁFICO N° 1 DEMANDA POTENCIAL DE VIVIENDAS NUEVAS

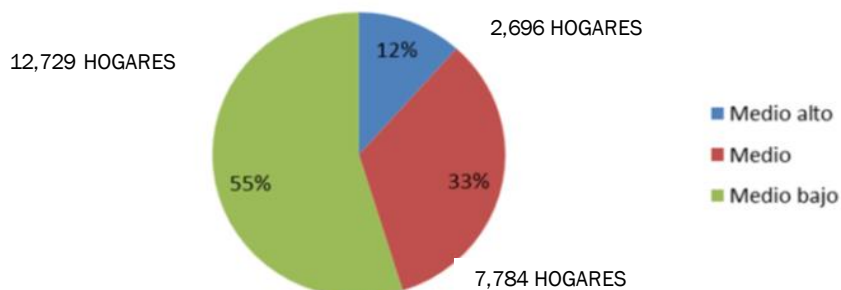


Fuente: FMV S.A. Estudio de la vivienda social en la ciudad del Cusco (2010)

El I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco elaborado por el Instituto de la Construcción y el Desarrollo (ICD), de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) el 2012 reveló que la demanda efectiva de vivienda correspondiente al NSE “medio bajo” disminuye en un 4% aproximadamente en los dos años siguientes y señala que para el año 2012 la demanda asciende a 23,209 hogares, distribuidos en tres estratos socio económicos. El estrato socio económico medio bajo “D”

es el que presenta la mayor demanda efectiva con 12,729 hogares **54.85%**, seguido del estrato medio “C” con 7,784 hogares 33.54%, y el estrato medio alto “A y B” con 2,696 hogares 11.62%. Ver gráfico N° 2.

GRÁFICO N° 2 DEMANDA EFECTIVA DE VIVIENDA SEGÚN RANGOS DE PRECIOS



Fuente: CAPECO, *I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco (2012)*

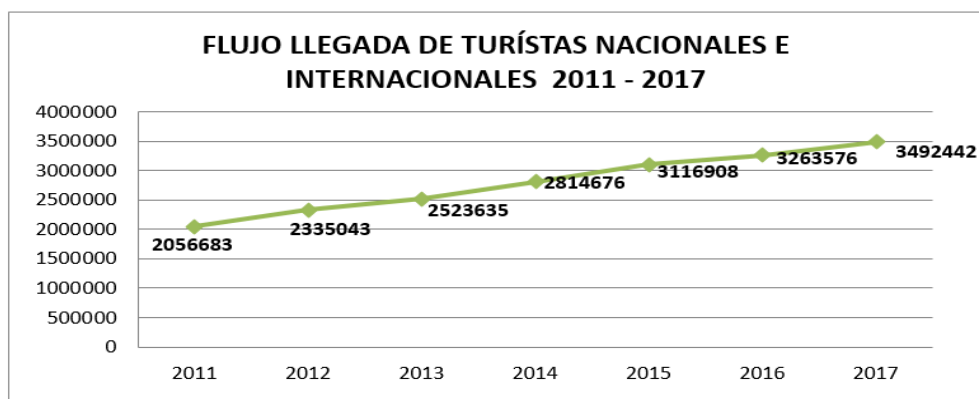
La Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios del Perú, (ADI Perú), indica que el déficit de vivienda en el Perú bordea los 2 millones de inmuebles y cada año solo se construyen 18 mil unidades habitacionales cuando la demanda efectiva es de 140 mil viviendas al año.

La Cámara de Comercio de Cusco advierte que en la región del Cusco a la fecha se encuentran en construcción 70 proyectos inmobiliarios, de este total solo el 25% está a cargo de empresas formales, y son proyectos de 8 a 12 pisos, donde los departamentos están valorizados entre US\$200 mil a US\$ 250 mil, se ubican principalmente en las zonas residenciales de Santa Mónica, Magisterio, Manuel Prado y Larapa.

Asimismo se establece que 22,648 de los 23,209 hogares demandantes no satisfacen sus expectativas de consumo, considerando el precio de la vivienda el 86,30% de la demanda se concentra para las viviendas de menos de US\$ 20,000, y el 13.11%. En el rango de precio comprendido entre US\$ 20,000 y US\$ 40,000. En cuanto a las principales preferencias de la demanda efectiva, resalta el distrito del Cusco con 32,78%, seguido del distrito de San Sebastián con 26,47% y el distrito de Wanchaq con 21,11%.

Por otro lado, los datos históricos de arribos de turistas a la región del Cusco muestran un incremento importante, es así que se tiene una variación de 1.435.759 de turistas en el periodo 2011 con las proyecciones al 2017; tomando como referencia el año 2016, el 82% del total de arribos al Perú ha visitado la región del Cusco. Ver gráfico N° 3

GRÁFICO N° 3 FLUJO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS AL CUSCO 2011 - 2017



Fuente: Base de datos MINCETUR - DIRCETUR Cusco (2015)

El aumento de arribos de turistas indiscutiblemente se relaciona al mejoramiento de la oferta de servicios turísticos entre otras relacionada al alojamiento; al respecto la capacidad hotelera instalada el año 2015 registrado por la DIRCETUR Cusco, indica que el número de establecimientos de hospedaje es de 1,740, con 22,023 habitaciones y 41,463 camas, donde más del 67% (27,588 camas) corresponde a establecimientos sin categoría. Ver Cuadro N° 1.

CUADRO N° 1 INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA 2015

CATEGORÍA	NUMERO DE				N° HABIT / ESTABLEC.	N° CAMAS / ESTABLEC.
	ESTABLEC.	%	HABITAC.	CAMAS		
5*****	9	0.55	960	1,903	107	211
4****	7	0.43	748	1,386	107	198
3***	74	4.51	2,578	5,129	35	69
SUBTOTAL >3***	90	5.17	4,286	8,418	48	94
2**	109	6.64	2,113	3,755	19	34
1*	45	2.74	776	1,317	17	29
S/C	1,487	90.62	14,722	27,588	10	19
SUBTOTAL <3***	1,641	94.31	17,611	32,66	11	20
ALBERGUE	9	0.52	126	385	14	43
(*) TOTAL	1,74	100.00	22,023	41,463	13	24

Fuente: Base de datos MINCETUR - DIRCETUR Cusco

Elaboración: oficina de estadística de la Dirección de turismo, DIRCETUR Cusco (2015)

En el desarrollo de la investigación, se ha analizado la capacidad instalada vs la necesidad efectiva de alojamiento, en base a datos históricos y estudios similares, donde se ha identificado la insuficiente capacidad hotelera instalada en la región de Cusco considerando que al 2021 las proyecciones llegan a 7 millones de arribos de turistas.

Por otro lado cabe mencionar que la mayoría de las inversiones pertenecen a cadenas hoteleras internacionales y nacionales.

1.1 PROBLEMÁTICA

El déficit de vivienda se evidencia en un porcentaje muy alto de la población que no tiene acceso a una vivienda digna, este es un problema para los hogares que buscan cumplir su derecho a la vivienda, pero igualmente es un problema que trasciende al resto de la sociedad; la impotencia de ofrecer soluciones de vivienda propicia barrios marginados que generan una carga económica de des marginalización, además se crean cordones de miseria que generan problemas sociales y de inseguridad y frenan la sostenibilidad de los asentamientos urbanos y la competitividad del país. (Baena, 2013)

Por otro lado en la región del Cusco se tiene una tendencia creciente de arribos de turistas nacionales y extranjeros para quienes de acuerdo a los estudios realizados la capacidad instalada de alojamiento es insuficiente; por tanto se propone un “Modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico”.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema principal

¿De qué manera se podría mejorar la gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad, que incorpore una tipología de vivienda con vocación turística y una estructura de aliados estratégicos; permitiendo su adquisición, uso y explotación como activo inmobiliario en la ciudad del Cusco?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿En qué medida la participación de aliados estratégicos podría mejorar el acceso a una vivienda propia con un componente de activo turístico?
2. ¿De qué manera una nueva tipología de vivienda podría mejorar la capacidad de generación de ingresos del poblador beneficiario desde su vivienda, aprovechando las ventajas del turismo en la ciudad del Cusco?
3. ¿De qué manera se podría incrementar la oferta de servicios turísticos en la región del Cusco a través de una propuesta de alojamientos alternativos que permita un impacto económico y social en la población?

1.3 HIPOTESIS

1.3.1 Hipótesis principal

La consolidación de un modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad con vocación turística, se logrará a través de alianzas estratégicas e introduciendo una nueva tipología de vivienda productiva que permitirá reducir el déficit habitacional e incrementar la oferta de servicios turísticos en la ciudad del Cusco.

- *Variable Dependiente:* Modelo de gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico.
- *Variable Independiente:* Alianza estratégica para la generación de viviendas populares, tipología de vivienda productiva, gestión del producto turístico.

1.3.2 Hipótesis secundarias

1. La implementación de un modelo de alianza estratégica para el financiamiento y gestión de viviendas populares permitirá reducir el déficit habitacional de un sector determinado de la población en la ciudad del Cusco.
 - *Variable Dependiente:* Alianza estratégica para la generación de viviendas.
 - *Variable Independiente:* Estructura de aliados estratégicos.
2. El diseño una nueva tipología de vivienda con vocación turística permitirá generar actividades socioeconómicas e incrementar el nivel de ingreso de los beneficiarios para acceder a una vivienda propia.
 - *Variable Dependiente:* Aptitud productiva de la vivienda.
 - *Variable Independiente:* Prototipo de la vivienda.
3. El correcto aprovechamiento de las potencialidades del turismo permitirá mejorar la oferta de servicios turísticos en la ciudad del Cusco a través de una propuesta que permita un impacto económico y social en la población.
 - *Variable Dependiente:* Gestión del producto Turístico.
 - *Variable Independiente:* La oferta turística, la capacidad instalada de alojamiento, modelo de negocio para la gestión del activo como vivienda alojamiento.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La motivación para desarrollar un modelo de gestión para la promoción de viviendas populares con vocación turística como respuesta al déficit habitacional en la ciudad del Cusco; es por un lado sustentar una alianza estratégica como soporte del proyecto y por

otro lado encaminar la labor del arquitecto, que aparte de poder responder a las necesidades del individuo dentro de la sociedad, también puede preservar y crear valores que den identidad, y que al ser aplicados en nuevos modelos de vivienda permita generar una arquitectura pertinente en respuesta a problemas sociales.

El presente estudio es de importancia en cuanto que posibilitará mejorar los actuales sistemas relacionados a solucionar el problema del déficit de vivienda en la ciudad del Cusco, principalmente por que se realiza en base a normativa vigente y también a un estudio específico de las necesidades insatisfechas de la población.

El presente estudio es factible en cuanto evidencia la necesidad de aportar con un modelo de gestión para la promoción de viviendas productivas, que administrado por el gobierno local integre la participación de aliados estratégicos de entidades públicas y privadas con la finalidad de facilitar el acceso a una vivienda propia desde una perspectiva innovadora.

A partir de ello se propone la implementación de una gerencia en el mecanismo organizacional del gobierno provincial que sea el responsable de administrar y promocionar “la vivienda alojamiento”, al sector público como ente regulador, normativo y facilitador y al sector privado como aliado estratégico para el financiamiento y ejecución de las viviendas; de esta manera integrar el soporte técnico, administrativo y legal en un mismo organismo, basados en los mecanismos del programa MIVIVIENDA y utilizando los fondos públicos destinados a este programa.

Para lograr lo indicado anteriormente, se hará uso de información primaria obtenida mediante encuestas y entrevistas a la población con la finalidad de proponer soluciones coherentes y alimentar una base de datos relacionada a población, vivienda y turismo.

La presente investigación beneficia a la población en cuanto permite mejorar la calidad de vida a través de la gestión de la vivienda, y al turista nacional y extranjero para quien se incrementa la oferta de servicios relacionado a alojamientos alternativos en la ciudad del Cusco.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Proponer un modelo de gestión y alianza estratégica para la promoción de viviendas populares de alta densidad, que mediante convenios público-privados, permita la producción de una nueva tipología de vivienda con vocación turística para un sector determinado de la población en la región del cusco.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Proponer un modelo de gestión que a través de una alianza estratégica orientada a la generación y financiamiento de viviendas populares de alta densidad permita la reducción del déficit habitacional de un sector determinado de la población en la ciudad del Cusco.
2. Diseñar una nueva tipología de vivienda con vocación turística, que permita al poblador beneficiario mejorar su nivel de ingreso familiar a través de la gestión del activo como alojamiento alternativo para pagar una vivienda propia.
3. Incrementar la oferta turística en la ciudad del Cusco a través de una propuesta de alojamientos alternativos que permita desarrollar una oferta competitiva y de impacto económico y social.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

El marco teórico se presenta para generar un acercamiento al problema mediante la revisión de la teoría, referencias, estudios previos, datos e información relativa al tema. En el presente capítulo, se exponen los elementos particulares del desarrollo teórico de este trabajo, que será organizado y presentado de la siguiente manera: bases teóricas, marco conceptual y bases legales.

El propósito en el marco teórico es investigar las directrices de producción urbana de vivienda social/productiva, teniendo como eje la indagación en los hechos políticos, económicos, sociales y culturales que inciden en su realización en un contexto nacional e internacional, así como sus implicaciones y la viabilidad para la estructura urbana de la ciudad y sobre todo, para sus habitantes.

Por vivienda social/productiva en el contexto de la investigación se entiende como la vivienda colectiva o multifamiliar que acoge altos niveles de densidad poblacional y que además permite el desarrollo de actividades productivas.

2.1 BASES TEÓRICAS

2.1.1 PENTUR “Plan estratégico nacional de turismo 2012 - 2021”

El Perú es un país reconocido en todo el mundo por su autenticidad, biodiversidad, legado histórico y por ser cuna del Tahuantinsuyo.

Sin embargo, enfrenta en la actualidad retos de un mercado cambiante y cada vez más competitivo. Las investigaciones de mercado realizadas muestran que el turista actual busca experiencias que marquen un cambio en su vida, contribuyan a su realización personal y, desde luego, que estimulen sus sentidos, todo ello acompañado de servicios e infraestructura de calidad que todo destino turístico debe ofrecer.

Por ello, el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) plantea 9 objetivos estratégicos que permitirán lograr que el destino Perú sea competitivo y sostenible. Dichos objetivos buscan entre otras cosas el incremento de arribo de turistas nacionales e internacionales, la diversificación de la oferta para la atracción de nuevos segmentos de mercado, el fomento de una cultura turística y la oferta de servicios con estándares de calidad internacional.

- Resalta la articulación público-privada como un pilar importante para contribuir con la consolidación del sector turismo en el país.
- Con el propósito de lograr que el turismo se convierta en un instrumento tangible de desarrollo económico, social, cultural y ambiental, el MINCETUR, espera alcanzar al 2021; 5.1 millones de turistas internacionales, aumentar a 4.24% su aporte al PBI, incrementar el flujo de viajes por turismo interno, convertir al turismo en la segunda actividad generadora de divisas en el país y fomentar la generación de nuevos puestos de trabajo, que contribuya a mejorar la calidad de vida de la población.

Entre los objetivos que plantea para mejorar la competitividad del país se tiene:

1. Fortalecer e impulsar los procesos de innovación y desarrollo de la oferta turística.
2. Impulsar la mejora de la infraestructura básica y el incremento del valor turístico en los ámbitos urbanos y rurales.
3. Desarrollar e implementar proyectos de inversión pública en infraestructura e instalaciones turísticas

4. Promover la inversión privada en la actividad Turística
5. Contribuir al fortalecimiento de la calidad en la empresa turística.
6. Contribuir a consolidar la calidad de los sitios, destinos y productos turísticos
7. Impulsar prácticas de gestión de turismo sostenible.
8. Desarrollar una oferta competitiva y de impacto económico y social
9. Impulsar la mejora organizacional y la articulación multisectorial del turismo

2.1.2 El fondo MIVivienda “FMV”

Fondo MIVIVIENDA se creó en 1998 mediante Ley N° 26912, e inició sus operaciones como sociedad anónima el 01 de enero del 2006, producto de la conversión del Fondo Hipotecario de Promoción de la Vivienda.

El FMV es una empresa pública de derecho privado que tiene al Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado (FONAFE) como principal accionista, posteriormente se transformó en empresa pública por las limitaciones que le imponía la Ley de Endeudamiento Público.

FMV maneja un fondo y mecanismos promotores de inversiones en vivienda cuyo objetivo general es promover el desarrollo del mercado inmobiliario, desde el financiamiento de la adquisición, mejoramiento y construcción de viviendas y facilitar el acceso a la vivienda a la población de menores recursos.

Ello se logra mediante dos líneas de acción u objetivos específicos:

- a) Expansión del mercado inmobiliario para cubrir las necesidades de vivienda de sectores de menores recursos.
- b) Promover la inversión privada en vivienda social para su crecimiento y sostenibilidad.

Su caracterización depende del uso que se dé a la vivienda subsidiada. Si sólo cumple funciones de “casa habitación” su efecto será protector. En la medida en que esta sirva como garantía para créditos productivos o se use para “actividades productivas”, tendrá un impacto habilitador. De darse esto último se estaría ante un programa mixto.

Los productos del fondo mi vivienda se describirá en el capítulo III.

2.1.3 Modelos de gestión implícitos en la política de vivienda social.

Los trabajos consultados sobre la implementación de políticas sociales habitacionales, están referidos a la ejecución de proyectos, centrando la atención a la relación entre el trabajo realizado, el tiempo invertido y la inversión realizada, tomando en general como parámetro fundamental la cantidad de viviendas construidas y los recursos utilizados.

En el Perú los programas del FONDO MIVIVIENDA, han sido diseñados para que más peruanos puedan acceder a una vivienda digna, con la participación activa del promotor inmobiliario y constructor que apuesta por el sector inmobiliario como unidad de negocio. Las familias recibirán un apoyo como reconocimiento a su esfuerzo y ahorro para adquirir una vivienda, de esta manera se permite que el ente promotor, constructor y/o entidad técnica pueda desarrollar el proyecto de vivienda al alcance de todos los peruanos.

2.1.4 Promoción Pública en España

Cuando se refiere a la promoción pública de vivienda, se piensa en actuaciones financiadas con dinero público o ejecutado por las instituciones públicas.

Las Viviendas con Protección oficial (VPO) o Vivienda Protegida, es un tipo de vivienda que tiene el precio tasado o que parte de su costo está subvencionada por la administración pública española con la finalidad de lograr que los ciudadanos con rentas más bajas puedan vivir en viviendas dignas y adecuadas a precios que se puedan permitir.

Se consideran VPO, aquellas que cumplen los requisitos del Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitaciones (2009-2012), una vivienda se considera protegida cuando la comunidad autónoma en la que se encuentra verifica que cumple una serie de características sobre dimensiones máximas y precio máximo (de venta o renta), por medio de la “calificación provisional” del proyecto y posterior “calificación definitiva” de la vivienda terminada. A cambio el promotor obtiene del estado y de las comunidades autónomas una serie de ayudas que compensan la limitación de precio máximo al que se pueden vender o alquilar.

El precio de la vivienda protegida será, por tanto, inferior a la vivienda libre pero a cambio tendrá una serie de limitaciones: deberán destinarse a una vivienda habitual y permanente de familias con ingresos inferiores a una cantidad determinada, teniendo regulado su uso durante todo el tiempo que dure el régimen de protección.

El precio máximo de venta o renta, los ingresos máximos de los compradores/inquilinos, así como otros requisitos adicionales, serán establecidos por las diferentes comunidades autónomas.

El último plan de vivienda 2013-2016 se centra en el alquiler, fomentando el acceso a la vivienda a sectores con dificultades económicas y mientras mantenga la categoría de “protegida” será destinada a domicilio habitual y permanente, sin posibilidad de venta.

2.1.5 Nuevo producto turístico: Vivienda Vacacional

La vivienda vacacional, es un producto diferente al hotelero, promocionado por “Room Mate”, que como cadena hotelera ha realizado estudios a los clientes y ha determinado que demandan un producto diferente al hotelero, con mayor capacidad para estancias más largas.

“Be Mate” es un producto turístico, creado por “Room Mate”, para promocionar a través de una plataforma las viviendas turísticas y apartamentos alrededor y próximo a hoteles en un destino determinado en España.

Este negocio pretende dar al cliente y al propietario la posibilidad de recoger y dejar las llaves 24 horas, depositar las maletas en consigna y servicio de conserjería también 24 horas. Y lo más importante; con un sello de calidad garantizar que esos apartamentos han sido visitados por la empresa “Be Mate” que ha dado su aprobación y confirmado que las fotos de la web son veraces.

Los servicios que se ofrece son gratuitos, además el cliente puede organizar a la carta los servicios que quiera, ya sea limpieza, un chef, transfers, taxis, etc. ‘Usted lo paga, yo se lo consigo’. De este modo se crea viviendas turísticas especiales, únicas, en el centro de las ciudades, con servicios adicionales ofrecidos por compañías tradicionales o también pueden ser colaborativas.

2.1.6 Vivienda vacacional en Andalucía, Cataluña y Asturias

Las viviendas vacacionales son aquellas en las que se presta únicamente el servicio de alojamiento alquilando toda la vivienda de forma íntegra. Generalmente se trata de casas y chalets de gran capacidad, a diferencia de las viviendas de uso turístico, que son pisos y apartamentos dentro de un bloque de pisos.

En cuanto a los requisitos de la vivienda vacacional, se tiene que la capacidad máxima de las viviendas vacacionales es de 14 plazas, pudiendo distribuirse en un máximo de 7 habitaciones y en todas ellas será obligatoria la exhibición, junto a la entrada principal, de una placa normalizada indicando su tipología.

El Decreto asturiano, contempla las instalaciones y equipamientos mínimos para las viviendas vacacionales en los dormitorios, ss.hh, cocina y salón:

- Suministro de agua potable, caliente y fría, y de energía eléctrica garantizada durante las 24 horas del día, con puntos y tomas de luz en todas las habitaciones y zonas de uso común.
- Sistema efectivo de evacuación de aguas residuales.
- Servicio público o privado de recogida de basura.
- Calefacción, botiquín de primeros auxilios, un extintor, al menos, por planta, instalado en un lugar visible y de fácil acceso, teléfono de uso general.
- Acceso señalizado.

Contempla también la disposición de iluminación natural y de ventilación directa al exterior o a patios no cubiertos, siendo su superficie mínima de 10 metros cuadrados para habitaciones dobles y de 6 metros cuadrados para las individuales. En aquellas habitaciones dobles que superen en 3 metros la superficie mínima exigida podrá instalarse una plaza supletoria.

2.1.7 Alquiler vacacional

El alquiler vacacional es una tendencia global que contribuye al crecimiento de las economías locales y está relacionado al acondicionamiento de la vivienda residencial para el alquiler de habitaciones a turistas, con la finalidad de obtener un rendimiento económico que permita pagar la hipoteca de la vivienda.

Para alquilar la vivienda legalmente de acuerdo a la normativa en la comunidad suscrita, primero se debe Inscribir el inmueble en el registro de viviendas para uso turístico y verificar si la vivienda cumple los requisitos mínimos para el alquiler vacacional; una vez obtenida la licencia se alquila la vivienda.

2.1.8 Viviendas de uso turístico en España

Las viviendas de uso turístico son aquellas viviendas independientes ubicadas en un edificio de varias plantas sometido a régimen de propiedad horizontal que son cedidas temporalmente por su propietario o persona con título habilitante, directa o indirectamente, a terceros y en las que, reuniendo los requisitos establecidos en el decreto, se presta únicamente el servicio de alojamiento mediante precio, de forma habitual.

Las viviendas de uso turístico se contratarán íntegramente o por habitaciones sin necesidad de que el propietario de la vivienda resida en la misma. Estarán amobladas y equipadas en condiciones de uso inmediato, y serán comercializadas o promocionadas en canales de oferta turística.

2.1.9 Plataforma Pro Viviendas Turísticas en Barcelona

La Plataforma es una iniciativa que agrupa a propietarios, empleados, colaboradores, comerciantes y demás personas vinculadas al sector turístico no hotelero que de un modo u otro necesitan de este sector; representa una forma alternativa de competencia en el ámbito del turismo.

Bajo el lema “El Turismo es de Todos” nace en Barcelona la Plataforma Pro Viviendas Turísticas (PPTV) con la intención de informar y denunciar el desequilibrio que existe en la toma de decisiones legislativas que de forma injusta favorece a un único modelo de turismo: El hotelero.

La frase “El Turismo es de Todos” reclama que los beneficios del turismo lleguen al mayor número de ciudadanos posibles, a través de una red que alcance a todo el tejido comercial y de servicios, y no solo a los grandes agentes del sector.

La Plataforma considera que no es labor de la administración escoger el tipo de alojamiento para el turista, y que por tanto, no debe privilegiar a un solo sector, donde el gobierno debe proporcionar un marco jurídico estable que considere todas las formas alternativas de organización.

La PPTV también rechaza la criminalización de la cual ha sido víctima el sector, ya que el comportamiento de algunos afecta a los vecinos como al sector turístico no hotelero, se objeta también la estigmatización de la cual han sido víctimas turistas extranjeros.

Los cambios que ha incorporado al sector este tipo de alojamiento vacacional, son por ejemplo: las ciudades suelen concentrar a los turistas en un área determinada por la oferta hotelera, en tanto las viviendas turísticas están diseminadas por toda el área urbana. Así se tiene que “el 75% de los espacios para alojamiento están fuera de las zonas hoteleras; en consecuencia, el turista consume en estos vecindarios y ayuda a repartir la derrama económica. Hasta 50% de lo que gasta el visitante se queda en los negocios locales”

2.1.10 Vivienda social productiva en Centro Histórico de Cusco.

Titulo: Vivienda social productiva y saneamiento en tugurios del Centro Histórico de Cusco.

El Centro Histórico de Cusco, declarado por Unesco, como Patrimonio Cultural de la Humanidad, actualmente presenta una gran cantidad de edificaciones con valor histórico y cultural deteriorados e incluso declarados en alto riesgo.

Como instrumento técnico-formativo de gestión se cuenta con el Plan Maestro del Centro Histórico del Cusco, las viviendas productivas están contempladas en el plan, identificándose como actividad productiva la artesanía, los talleres de carpintería, de zapatería, costura, velas, sastrerías.

Pretende proteger especialmente las picanterías, restaurantes tradicionales, que por otra parte no contempla específicamente el Plan.

2.1.11 Casas de familia “CHEZ L'HABITANT”

CHEZ L'HABITANT significa en francés “donde habita el dueño” o “donde el habitante” y nace en Francia después de la segunda guerra mundial cuando las familias sin hijos ofrecían hospedajes a los huéspedes de paso. Con el tiempo se masificó y hoy en día se

puede recorrer Europa a través de miles de hostales “Chez L’Habitant” atendidos por sus dueños en donde el viajero comparte sus vivencias con ellos.

CHEZ L'HABITANT también es una plataforma virtual que en español significa “casas de familia” creada con la finalidad de informar a los turistas interesados en conocer una ciudad de lugares para su permanencia en entornos familiares, beneficia a propietarios y demás personas vinculadas al sector turístico no hotelero, que representa una forma alternativa de competencia del turismo.

Esta plataforma virtual brinda información relacionada al lugar donde se quiere visitar, características de las habitaciones, fotos, área, instalaciones, servicios, capacidad, ubicación, tarifas, disponibilidad, horarios de atención, teléfonos, reservas, entre otros.

2.1.12 Modelo de turismo vivencial en Puno

Puno es una de las regiones más importantes de Perú donde se ha desarrollado de mejor manera el turismo vivencial, esta iniciativa en un ejemplo para otros poblados de diferentes regiones del Perú, para desarrollar el turismo vivencial donde el visitante cuenta con los espacios y puede tener contacto directo con las comunidades, quienes comparten su forma de vida y ofrecen sus productos.

El turismo vivencial, surge como una expectativa en la población relacionada al turismo rural que apoya a los pobladores mejorando su economía ofreciendo un espectáculo vivo de la cultura de los antiguos descendientes de la cultura Tiahuanaco.

La cultura ancestral y cultura viva tiene mucho valor en la población de las comunidades como son: Amantani, Taquile, Uros y Llachón; que se han abierto al turismo vivencial y rural, tanto en las islas, el lago, centros arqueológicos, entre otros ofreciendo sus vivencias y producciones artesanales al visitante.

La estadía del viajero interesado en el turismo vivencial tiene la oportunidad de conocer los rescates culturales, guiado por los lugareños, quienes dan la información desde sus propias experiencias y participar de sus producciones.

2.1.13 Programa Municipal de Vivienda “PROMUVI”

En el Perú se viene desarrollando proyectos como es el caso del “PROGRAMA MUNICIPAL DE VIVIENDA” – PROMUVI, elaborado por las municipalidades provinciales, como parte del Plan Integral de Desarrollo Concertado y en concordancia con el Plan Nacional de Vivienda, Conferidas por la ley orgánica de municipalidades N° 27272.

Este programa de vivienda es implementado por la Municipalidad y está dirigido a familias que tienen ingresos bajos, con la finalidad de que puedan acceder a lotes y módulos de vivienda en terrenos que pertenecen a la comuna y se encuentran eriazos o invadidos en los diferentes distritos.

El postulante para ser beneficiario, primero debe inscribirse en la municipalidad, proceso reglamentado por una ordenanza municipal para la adjudicación de los terrenos a los postulantes a través de una subasta pública.

La instancia encargada de la elaboración de la reglamentación está integrada por un funcionario representante del alcalde, el subgerente de Asentamientos Humanos y un integrante del Instituto Municipal de Planeamiento.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

En marco conceptual está referido al estudio de conceptos básicos y definiciones destacando los aspectos más importantes del mismo y su relación con el tema

investigado; que, organizados adecuadamente genera una imagen específica y minuciosa del tema tratado.

2.2.1 El déficit habitacional

Definido como la carencia de un conjunto de requerimientos para contar con una vivienda digna. Estos requerimientos pueden ser la estructura material o espacial adecuada, el déficit habitacional tiene dos componentes:

Componente cualitativo: Considera las deficiencias en la calidad de la vivienda ya sea materialidad, espacio habitable y servicios básicos. Este cálculo busca determinar e identificar aquellas viviendas que requieren ser mejoradas en cuanto a su infraestructura. (FMV, Dinámica del déficit habitacional en el Perú)

El déficit cualitativo en el Perú, se presenta por malas condiciones de habitabilidad, la precariedad, la localización de la vivienda (lugares inadecuados y riesgosos); se debe principalmente a la situación de pobreza en la que vive una buena parte de la población. (Romero, 2005)

Para la determinación del déficit cualitativo, se aplica los criterios de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) que son: acceso a la vivienda, agua, energía eléctrica, entre otros. (FMV, Dinámica del déficit habitacional en el Perú)

Componente cuantitativo: Teóricamente se define como la cantidad de viviendas que se necesita construir, reponer y/o reemplazar en el país, primero, para satisfacer las necesidades de viviendas de los hogares y segundo para reponer viviendas que no son adecuadas para habitación humana, este problema se concentra principalmente en las ciudades que se han convertido en polos de atracción migratoria, en los que el aumento de densidad poblacional ha superado la producción de viviendas.

Para efectos de la investigación se considera ambos componentes, con el objeto de cubrir las necesidades habitacionales de los hogares que no poseen viviendas mejorando su calidad de vida.

2.2.2 El habitat

Entorno espacial modificado o construido por el hombre, implica un territorio y una red de relaciones establecidas con otros territorios y con otros hombres. (Ballén Zamora, 2007)

Es el espacio que habita el ser humano, no solo hace referencia al lugar físico de habitación sino también abarca lo que él representa como lugar de reconocimiento e identidad tanto individual como colectivo y que se encuentra socialmente sancionado o instituido.

2.2.3 La vivienda

Se entiende por vivienda a la casa o parte de la casa que se puede habitar, es decir, el lugar para vivir. (Ignasi de Solà-Morales, 2000)

La vivienda o morada, constituye el primer hecho arquitectónico concebido por el hombre con el fin primordial de proteger el cuerpo físico de la intemperie, y actualmente también constituye un conjunto de servicios habitacionales inseparable del suelo y el equipamiento social comunitario.

Es una edificación o unidad de edificaciones independientes, construidas, adaptadas o convertidas para ser habitadas por una o más personas en forma permanente o

temporal. Debe tener acceso directo e independiente desde la calle o a través de espacios de uso común para circulación como pasillos, patios o escaleras. Generalmente debe estar separada por paredes y tener un techo para que las personas que viven en ella, se aíslen de otras, con el fin de preparar y consumir sus alimentos, dormir y protegerse del medio ambiente. (FMV, Dinámica del déficit habitacional en el Perú)

2.2.4 Vivienda colectiva

Es aquella destinada para ser habitada por personas usualmente sin vínculos familiares, sujetos a normas administrativas y que hacen vida en común por razones de estudio, salud, religión, trabajo, turismo, entre otros.

2.2.5 La vivienda de interés social

Es aquella que va dirigida a las personas menos favorecidas económicamente por ser es un derecho fundamental del ser humano, consiste en brindar a las familias necesitadas un espacio suficiente para subsistir, que cumpla con las necesidades básicas del hábitat, contribuyendo el crecimiento urbano, social y cultural.

2.2.6 La vivienda social en altura

Es aquella vivienda multifamiliar económica realizada por el estado y la inversión privada, los primeros planteamientos de los CIAM y su aplicación en Latinoamérica, son ejemplos realizados por entidades estatales que, de manera paralela se estimulaban los procesos de re-densificación de acuerdo con un modelo de ciudad compacto. (CIAM, Congreso De Arquitectura Moderna)

Según la óptica del hábitat, la vivienda en altura está constituida por patrones que integran el espacio, las formas, las características y las dinámicas con las que los habitantes se desenvuelven y conviven como individuos y sobre todo como comunidad.

Las propuestas socialmente más progresistas subrayaban la importancia de las soluciones de vivienda vertical como forma de maximizar los recursos disponibles, aprovechar mejor el suelo, incorporando los principios de racionalización de las tipologías en los procesos constructivos.

2.2.7 Vivienda de alta densidad

En arquitectura, el término densidad puede ser definido como la cantidad de gente que vive en un determinado espacio. Hoy en día la vivienda en alta densidad juega un papel muy importante no solo en la práctica de la arquitectura, sino en el diseño urbano y en la posibilidad de dar respuestas colectiva e individual a las necesidades de vivienda. Esto ha generado una serie de esquemas complejos, espectaculares e inteligentes que destacan por su magnitud así como por su original enfoque de esta tipología. (Bahamón, 2008)

2.2.8 Vivienda Productiva de Alta Densidad “ViPAD”

Definida como la vivienda multifamiliar económica de alta densidad dirigida a las personas menos favorecidas económicamente, que promovida por el estado a través del gobierno provincial, integra acciones públicas y privadas en pro de facilitar el acceso a una vivienda propia en la ciudad del Cusco.

El objetivo como ViPAD, es proponer una solución de vivienda vertical con la finalidad de maximizar el recurso “suelo”, por medio de edificaciones en altura.

La vivienda que se propone contempla además un componente productivo; es decir que permite el desarrollo de una actividad productiva relacionada al alojamiento de una

parte del espacio adquirido, con la finalidad de incrementar el nivel de ingreso familiar del poblador para pagar por su vivienda

La vivienda se propone en base a la normativa vigente y correspondiente en el RNE como son las normas A.010 de Vivienda y A.080 de Hospedaje.

2.2.9 Producto turístico

Un producto es un objeto que se crea mediante un cierto proceso de fabricación

1. *Turismo*: Se refiere a la actividad que realiza una persona cuando recorre una ciudad que no es la propia con fines de ocio, culturales, negocio, entre otros.
2. *Producto turístico*: Bienes o servicios que forman parte de la oferta turística.
3. *La vivienda como producto turístico*: Es la infraestructura de vivienda productiva que forma parte de la oferta turística, ofreciendo un alojamiento alternativo para el turista que busca un ambiente familiar para su permanencia.

2.2.10 Densificación y Re-densificación

La tendencia de las ciudades conduce a prestarle importancia a los procesos de densificación, pues es un fenómeno intrínseco de la vivienda en altura, y es el conector con el modelo adoptado de la ciudad. Por ello es un término de vital importancia para el desarrollo de este trabajo.

Densificación y Re-Densificación, son procesos claves relacionados con las variaciones de densidad poblacional producto de la intensificación del uso de suelo por medio de edificaciones en altura, de acuerdo con las diferentes modalidades de desarrollo especulativo y planificado del mercado formal e informal en diferentes sectores de la ciudad.

Son términos que denotan el aumento de la población que ocupa inicialmente un área, sin embargo la diferencia entre ellos la *densificación* puede darse mediante operaciones de poblar áreas vacías y la *re-densificación* implica intervenir algo ya construido.

La re-densificación se lleva a cabo de dos maneras:

- Como política urbana de iniciativa pública utilizando el instrumento de la renovación urbana o las normas, de esta forma se demuele lo existente y se plantean nuevas estructuras con uso más intensivo que el inicial.
- Como proceso de iniciativa individual con interés privado, se lleva a cabo a través de procesos de subdivisión y con frecuencia saturación de la construcción existente.

2.2.11 Migración

Fenómeno social que consiste en dejar el lugar de residencia para establecerse en otro país o región, generalmente por causas económicas y sociales.

2.2.12 Cadena de valor

El término “Cadena de Valor” popularizado por Michael Porter en los años 1980 se refiere a las actividades de valor agregado claves involucradas en la entrega de productos y servicios al consumidor final incluyendo la distribución y venta de materiales de construcción, financiamiento y construcción en el caso de viviendas. Por “Cadena Híbrida de Valor” Ashoka se refiere a nuevos tipos de colaboración entre organizaciones de empresas sociales que aprovechan al máximo sus competencias principales para

mejorar la entrega de productos/ servicios esenciales a poblaciones de bajos ingresos. (Schmidt “Ashoka”, 2005)

Normalmente la Cadena Híbrida de Valor moviliza varios actores de ambos sectores, cada uno manejando su propia cadena de valor.

2.2.13 Alianza estratégica.

Una alianza estratégica puede definirse como la unión de dos o más empresas para desarrollar conjuntamente alguna de las distintas modalidades de cooperación en los negocios, considerando un horizonte de tiempo a largo plazo.

En el caso específico de la investigación, la Alianza estratégica tiene la finalidad de integrar esfuerzos públicos y privados para facilitar el acceso a una vivienda propia, incrementar ingresos de la población e incrementar la oferta de servicios turísticos desde una perspectiva innovadora.

Esta alianza es realizada por iniciativa pública, que viene a ser el ente integrador; que identifica, contacta, monitorea a los principales aliados políticos, sociales y económicos así como a la población; se estructura y opera para mejorar el apoyo y define el nivel de participación de cada aliado en cuanto a financiamiento, administración y ejecución de las viviendas populares en la ciudad del Cusco.

Alianzas: Asociaciones entre empresas para obtener beneficios mutuos

2.2.14 Modelo estratégico

Construcciones nominales que posibilitan acercamiento a la realidad. Son un medio, un recurso para poner en marcha un proceso de conocimiento, no son un fin en sí mismos. (Giro y Pellí, 2008).

Un modelo estratégico tiene como punto de partida la Visión, Misión y Valores como elementos catalizadores para la creación de la estrategia, así lo señala Sallenave, 1995. Por un lado, se tiene la dirección inspiradora y única (visión) y por el otro se crea las necesidades a cubrir (misión) y se complementa con las virtudes que promulga la organización a todo nivel (valores). Finalmente, se establecen los objetivos y lineamientos estratégicos a través de la síntesis estratégica.

La base del soporte operativo de un modelo estratégico está sustentada por la estructura organizativa funcional (organigrama), los planes estratégicos de las unidades y planes individuales, ambos alineados al plan estratégico de la organización; y se complementa con la adecuada normalización de los procesos, procedimientos, políticas o reglas y funciones, a fin de garantizar la calidad del apoyo y asesoría técnica a los proyectos de desarrollo.

También, se puede señalar que un modelo estratégico es un documento en el que los responsables de una reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el mediano plazo. La definición estricta indica que éste debe marcar las directrices y el comportamiento para que una organización alcance las aspiraciones que ha plasmado en su plan director. (Romero Rene, 2011)

2.3 BASES LEGALES

2.3.1 D.L. 1177 “Leasing Inmobiliario”

El Decreto Legislativo 1177 entró en vigencia el año 2015; establece el régimen de promoción del arrendamiento para vivienda, que permite al arrendador efectuar la

compra del inmueble, establece que los pagos se efectúen sin el IGV por un periodo de tres años, y que el depósito sea efectuado en una entidad bancaria. Presenta tres modelos de arrendamiento en el mercado inmobiliario: Arrendamiento puro, arrendamiento con opción de compra y leasing inmobiliario.

El leasing se lleva a cabo entre una entidad supervisada por la Superintendencia de Banca y Seguros “SBS” y el arrendatario, para que este último alquile el inmueble con la opción de compra. En este caso, la entidad financiera es la que adquiere el inmueble y el arrendatario no se hará dueño hasta que realice su último pago, según lo comprometido.

El anexo 1 contiene los datos del arrendador, del arrendatario, la información básica del inmueble, el contrato de arrendamiento, formulario único de arrendamiento de inmueble destinado a vivienda “FUA”

2.3.2 LEY N° 27972 “Ley orgánica de municipalidades”

La ley orgánica de municipalidades establece que los gobiernos locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

El art. 79 hace referencia a la organización del espacio y uso del suelo, estableciendo funciones específicas exclusivas de las *municipalidades provinciales*, entre ellas se el otorgamiento de licencias de construcción, remodelación o demolición y el reconocimiento, verificación, titulación y saneamiento físico legal de AA.HH.

En cuanto a vivienda establece en el inciso 2.2. Del art. 79, como parte de sus funciones específicas compartidas el diseñar y promover la ejecución de programas municipales de vivienda para las familias de bajos recursos.

En el art. 117, se mencionan también los comités de gestión, en el cual los vecinos tienen derecho de coparticipar en la ejecución de obras y gestiones de desarrollo económico.

2.3.3 LEY N° 29408 “Ley general de turismo”

La N° 29408 publicada el 2009, reconoce esta actividad como prioritaria en todo el país, reconoce también que falta reconocerla como política pública multisectorial. Para esto es importante impulsar la relación entre los sectores público y privado, y consolidar a nivel de regional el efecto dinamizador que pueden alcanzar en el desarrollo turístico.

El PENTUR 2012-2021 propone implementar un sistema de gobernanza turística que facilite la coordinación entre los sectores como el MTC, Ministerio de Cultura, MINAM, MININTER, MINTRA, MINSA y los gobiernos sub nacionales para coordinar con el sector privado, actores claves que dinamizan el turismo. También se plantean grupos multisectoriales de trabajo con temáticas especializadas y prioritarias para el desarrollo turístico. El PENTUR en el marco de la gobernanza, desarrolla capacidades clave para instaurar la gestión estratégica del turismo.

2.3.4 Plan de Desarrollo Urbano del Cusco 2013 – 2023, “PDU”

El PDU Cusco fue aprobado con Ordenanza Municipal N° 032-2013-MPC, y es el principal instrumento de gestión del territorio que tiene como objetivo general la búsqueda de bienestar, en términos de calidad urbana, revirtiendo las condiciones de deterioro, fragmentación y exclusión.

De acuerdo al reglamento del PDU 2013-2023, las zonas identificadas para el uso de vivienda en la Ciudad del Cusco, se describe a continuación.

A. Clasificación de las zonas de uso del suelo aptas para vivienda

A.1. Zona Residencial (R): Áreas urbanas destinadas predominantemente al uso de vivienda, pueden tolerar además otros usos compatibles estipulados en el índice de compatibilidad de usos. La sub clasificación es:

RDA.- Áreas de densidad alta (R5, R6, R8).

RDM.- Áreas de densidad media (R3, R4, RP3, RP4)

RDB.- Áreas de densidad baja (R2, RP1, RP2).

En el cuadro N° 2, de acuerdo a la zonificación residencial en el área urbana en piso de valle se muestra las zonas R5, R6 y R8, donde la densidad neta alcanza a 2250 hab/Ha y permite la construcción de hasta 10 pisos, característica importante para la ubicación vivienda propuesta.

CUADRO N° 2 ZONIFICACIÓN RESIDENCIAL ÁREA URBANA PISO DE VALLE

ZONIFICACION	USOS	DENSIDAD NETA (Hab/Ha)	LOTE MINIMO (m2)	FRENTE MINIMO (ml)	ALTURA DE EDIFICACION (ml y pisos)	COEFICIENTE DE EDIFICACION	AREA EDIFICADA (m2)	AREA LIBRE (%)	ESTACIONAMIENTOS (1 POR CADA)
RESIDENCIAL DENSIDAD ALTA (R5)	MULTIFAMILIAR	2250	120	6	15 (5 pisos)	4	480	20	3 DPTOS
	MULTIFAMILIAR (*)	2250	160	8	18 (6 pisos)	4.2	672	30	3 DPTOS
	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	250	10	18 (6 pisos)	4.2	1050	30	3 DPTOS
	CONJUNTO RESIDENCIAL (*)	2250	450	12	21 (7 pisos)	4.9	2205	30	3 DPTOS
RESIDENCIAL DENSIDAD ALTA (R6)	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	250	10	21 (7 pisos)	4.9	1225	30	3 DPTOS
	CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	450	15	24 (8 pisos)	5.6	2520	30	3 DPTOS
RESIDENCIAL DENSIDAD ALTA (R8)	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	600	20	30 (10 pisos)	7	4200	30	3 DPTOS

Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

A.2. Zona de Vivienda Taller (I1-R): Áreas urbanas destinadas predominantemente al uso de vivienda de uso mixto (Industria elemental y/o complementaria); así como servicios públicos complementarios y comercio local. Las actividades económicas desarrolladas tendrán niveles de operación permisibles con el uso residencial.

En el cuadro N° 3, de acuerdo a la zonificación vivienda taller en piso de valle, se muestra las zonas I1-R5, I1-R6 y I1-R8, donde la densidad neta alcanza a 2250 hab/Ha. y permite la construcción de hasta 10 pisos, característica importante para la ubicación vivienda propuesta.

CUADRO N° 3 ZONIFICACIÓN VIVIENDA TALLER PISO DE VALLE

ZONIFICACION	USOS	DENSIDAD NETA (Hab/Ha)	LOTE MINIMO (m2)	FRENTE MINIMO (ml)	ALTURA DE EDIFICACION (ml y pisos)	COEFICIENTE DE EDIFICACION	AREA EDIFICADA (m2)	AREA LIBRE (%)	ESTACIONAMIENTOS (1 POR CADA)
VIVIENDA TALLER DENSIDAD ALTA (I1-R5)	MULTIFAMILIAR	2250	120	6	15 (5 pisos)	4	480	20	3 DPTOS
	MULTIFAMILIAR (*)	2250	160	8	18 (6 pisos)	4.2	672	30	3 DPTOS
	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	250	10	21 (7 pisos)	4.9	1225	30	3 DPTOS
	CONJUNTO RESIDENCIAL (*)	2250	450	12	21 (7 pisos)	4.9	2205	30	3 DPTOS
VIVIENDA TALLER DENSIDAD ALTA (I1-R6)	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	250	10	21 (7 pisos)	4.9	1225	30	3 DPTOS
	CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	450	15	24 (8 pisos)	5.6	2520	30	3 DPTOS
VIVIENDA TALLER DENSIDAD ALTA (I1-R8)	MULTIFAMILIAR / CONJUNTO RESIDENCIAL	2250	600	20	30 (10 pisos)	7	4200	30	3 DPTOS

Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

A.3. Zona pre urbana (PU).- Corresponden a las áreas de expansión urbana inmediata, identificadas en el plano de clasificación general de suelos:

PU-1.- Zona Pre Urbana en Áreas de Expansión Urbana Inmediata (RP-2).

PU-2.- Zona Pre Urbana en Áreas de Expansión Urbana de Reserva (RP-1)

Estas zonas deben estar sujetas a los procesos de cambio de zonificación y de habilitación urbana en prevención de la reserva de vías y áreas de aporte establecidas normativamente.

Zona residencial paisajista: De acuerdo a la zonificación residencial área urbana paisajista en laderas se muestra la zona RP4, donde la densidad neta alcanza a 500 hab/Ha. y permite la construcción de 04 pisos (bajos niveles de densidad urbana). Ver cuadro N° 4.

CUADRO N° 4 ZONIFICACIÓN RESIDENCIAL ÁREA URBANA PAISAJISTA EN LADERAS

ZONIFICACIÓN	USOS	DENSIDAD NETA (Hab/Ha)	LOTE MINIMO (m2)	FRENTE MINIMO (ml)	ALTURA DE EDIFICACION (ml y pisos)	COEFICIENTE DE EDIFICACION	AREA EDIFICADA (m2)	AREA LIBRE (%)	ESTACIONAMIENTOS	USOS COMPATIBLES
RESIDENCIAL PAISAJISTA DENSIDAD MEDIA (RP4)	UNIFAMILIAR Y MULTIFAMILIAR	500	120	6	12 (4 pisos)	3.2	384	20	no se exige	RP1-RP2-RP3-CP1 - CP2 Y CP3

Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

Vivienda taller paisajista: De acuerdo a la zonificación de vivienda taller paisajista se muestra la zona I1-RP4, donde la densidad neta alcanza a 500 hab/Ha y permite la construcción de 04 pisos (bajos niveles de densidad urbana). Ver cuadro N° 5.

CUADRO N° 5 ZONIFICACIÓN VIVIENDA TALLER PAISAJISTA

ZONIFICACIÓN	USOS	DENSIDAD NETA (Hab/Ha)	LOTE MINIMO (m2)	FRENTE MINIMO (ml)	ALTURA DE EDIFICACION (ml y pisos)	COEFICIENTE DE EDIFICACION	AREA EDIFICADA (m2)	AREA LIBRE (%)	ESTACIONAMIENTOS	USOS COMPATIBLES
VIVIENDA TALLER DENSIDAD MEDIA (I1-RP4)	UNIFAMILIAR Y MULTIFAMILIAR	500	120	6	12 (4 pisos)	3.2	384	20	no se exige	RP1-RP2-RP3-CP1 -CP2 Y CP3

Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

A.4. Zona de usos especiales (OU).- Son áreas urbanas destinadas fundamentalmente a la habilitación y funcionamiento de instalaciones de usos especiales como: Centros cívicos, dependencias administrativas del estado, culturales, establecimientos institucionales representativos del sector privado, nacional o extranjero, entre otros.

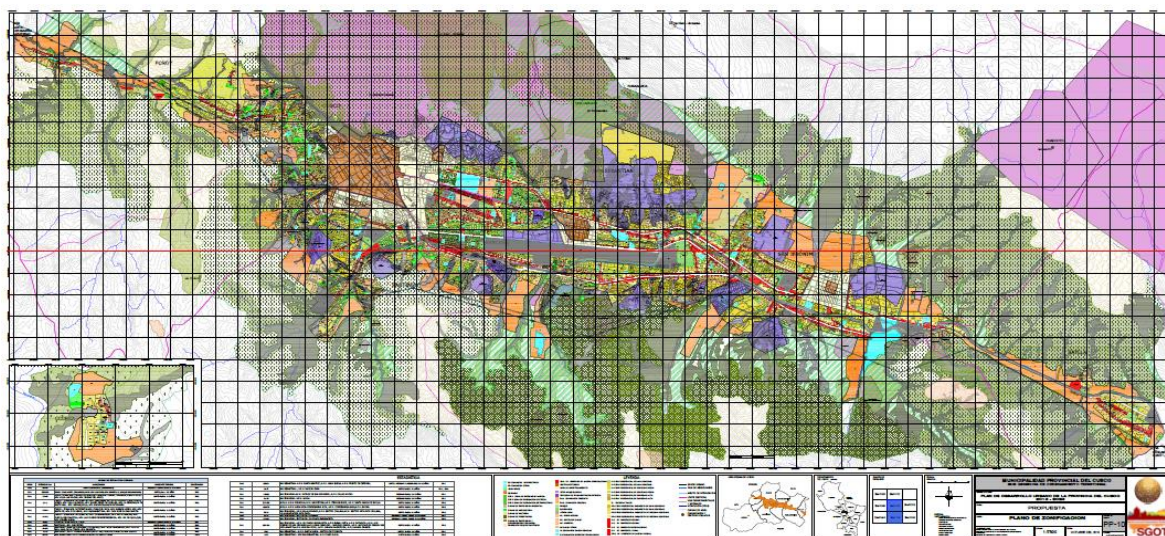
B. Zonificación y parámetros urbanísticos

El plano de zonificación del plan de desarrollo urbano del Cusco al 2013, fue elaborado por la sub gerencia de ordenamiento territorial de la municipalidad provincial del Cusco.

Está relacionada a la compatibilidad de uso de suelo para establecer los usos permitidos en los diferentes sectores de la ciudad, a las áreas y frentes normativos y a la densidad poblacional de acuerdo a las normas de zonificación de acuerdo a las áreas de estructuración urbana.

El plano de zonificación presenta de manera detallada la ubicación de cada sector definido para la ubicación del proyecto. Ver gráfico N° 5.

GRÁFICO N° 4 PLANO DE ZONIFICACIÓN - CUSCO



Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

La zona residencial de alta densidad (R-8) y la vivienda taller de alta densidad (I1-R8) y otros usos (OU) especificados en los cuadros N°2 y N°3, se presentan en el plano de zonificación con los colores resaltados en la leyenda, ver gráfico N° 5.

GRÁFICO N° 5 LEYENDA DEL PLANO DE ZONIFICACIÓN - CUSCO

E3 EDUCACION UNIVERSITARIA	CP-3 CV COMERCIO EN LADERA ESPECIALIZADO	R-2 RDB RESIDENCIAL DE BAJA DENSIDAD
E0 EDUCACION OTROS	CENTRO HISTORICO	R-3 RDB RESIDENCIAL DE BAJA DENSIDAD
AREA VERDE	AREA DE AMORTIGUAMIENTO	R-4 RDM RESIDENCIAL DE DENSIDAD MEDIA
MERCADO	SITIO ARQUEOLOGICO	R-5 RDM RESIDENCIAL DE DENSIDAD MEDIA
ZRP 1 ZONA DE RECREACION BARRIAL	ZRE-ZONA DE REGLAMENTACION ESPECIAL	R-6 RDA RESIDENCIAL DE DENSIDAD ALTA
ZRP 2 ZONA DE RECREACION DISTRITAL	PU-1 EEXPANSION IMEDIATA	R-8 RDA RESIDENCIAL DE DENSIDAD ALTA
ZRP 3 ZONA DE RECREACION METROPOLITANO	PU-2 EXPANSION RESERVA	I1 VIVIENDA TALLER
ZONAS DE PROTECCION AMBIENTAL	PARQUE	RP-1 RDB RESIDENCIAL PAISAJISTA DE BAJA DENSIDAD
ZONAS DE AGRICULTURA	RECREACION	RP-2 RDB RESIDENCIAL PAISAJISTA DE BAJA DENSIDAD
ZONAS DE PASTOREO	OTROS USOS	RP-3 RDM RESIDENCIAL PAISAJISTA DE MEDIANA DENSIDAD
ZONAS DE FORESTACION	H1 POSTA MEDICA	RP-4 RDM RESIDENCIAL PAISAJISTA DE MEDIANA DENSIDAD
ZONAS DE PROTECCION Y CONSERVACION ECOLOGICA	H2 CENTRO DE SALUD	C-2 CV COMERCIO VECINAL
PROPUESTA RELLENO SANITARIO	H3 HOSPITAL	C-3 CV COMERCIO VECINAL
	H0 SALUD OTROS	C-5 CE COMERCIO ESPECIALIZADO
	E1 EDUCACION BASICA REGULAR	C-7 CZ COMERCIO ZONAL
	E2 EDUCACION SUPERIOR TECNOLOGICO	CP-2 CV COMERCIO EN LADERA VECINAL

Fuente: PDU – PLAN DE DESARROLLO URBANO DEL CUSCO AL 2023

De acuerdo al análisis del uso de suelo, la zonificación y parámetros urbanísticos del PDU para la ciudad del Cusco, los sectores más indicados para el desarrollo del proyecto de vivienda productiva serían aquellas que permiten mayor densidad neta (2250Hab /Ha), y la construcción de hasta 30m de altura en la edificación (10 pisos.), estas zonas son:

- Zona residencial de alta densidad (R - 8).
- Zona de Vivienda taller densidad alta (I1-R8)
- Zona de usos especiales (OU), Estas zonas se regirán por los parámetros correspondientes a la zonificación residencial o comercial predominante.

2.3.5 El Reglamento Nacional de Edificaciones, “RNE”

El Reglamento Nacional de Edificaciones se publicó con la Resolución Ministerial No N° 011 2006-VIVIENDA, en junio de 2006, y tiene por objeto normar los criterios y requisitos mínimos para el diseño y ejecución de edificaciones, a través de las diferentes normas técnicas aprobadas y sus respectivas modificaciones.

CAPÍTULO III: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.1 LA VIVIENDA EN EL MUNDO

La población urbana del planeta crece rápidamente y gran parte de la población vive en las ciudades; donde los índices de pobreza condiciona la ocupación de predios ocupados de modo ilegal, el hacinamiento, deficiencias en materia de vivienda, contaminación del suministro de agua, entre otros, que en términos generales aumentan el deterioro de las condiciones de los asentamientos urbanos.

3.1.1 La vivienda en Europa

“Antes de la Segunda Guerra Mundial, en Europa se había perfeccionado un modelo de política de Vivienda Social, que había basculado desde las manzanas cerradas de Ámsterdam Sur, pasando por las propuestas de ciudad jardín francesas, hasta la propuesta de Frankfurt, con un tipo de modelo urbano que representaba una evolución de la ciudad jardín, con mezcla de tipologías en las cuales el bloque de doble crujía era una pieza preferente (Moya, 2009). En todos los casos, se mantiene una serie de constantes: densidad limitada a niveles medios, estructura urbana que articula los nuevos barrios con la ciudad existente, y la presencia de equipamientos y áreas ajardinadas. No se ofrece sólo vivienda, se está ofreciendo también ciudad” (Moya, 2009).

Se hace referencia al caso de tres países europeos: Francia, Alemania y Holanda.

a. El caso de Holanda.- Este un país pequeño, con déficit objetivo de suelo y una altísima densidad (en 33.000 Km² se concentra una población de 15.5 millones) estas características han marcado, más que en ningún otro país europeo, la necesidad de planear, producir y administrar el suelo, con altos niveles de eficiencia.

b. El caso de Alemania.- Durante el periodo de entreguerras, en Alemania se implementaron exitosamente las Siedlungen (barrios obreros de vivienda social o colonias residenciales), sobresaliendo su aplicación en el Plan de Frankfurt, de Ernst May, en el cual se consideran:

- **El Planeamiento.** El nuevo Plan General para el conjunto de la ciudad prevé la ubicación de los nuevos barrios y la industria.
- **La Arquitectura.** Se concibe la vivienda mínima racional y constructivamente reconsiderada, incorporando también el estudio de la jardinería,
- **La Industrialización.** Se realizaron investigaciones para normalizar algunos de los elementos básicos de la vivienda, como la escalera, la cocina (de donde surgió la famosa Cocina de Frankfurt), las ventanas, y los elementos más pesados, los muros y los entrepisos en concreto aligerado.
- **La Financiación de la Vivienda.** Se creó el Banco Obrero, que trabajaba con varios tipos de fondos (algunos de ellos municipales), que buscaba conseguir que el alquiler mensual de la vivienda equivaliera al salario medio semanal del obrero.
- **El Mobiliario.** La vivienda tiene mobiliario con dimensiones adecuadas para cada espacio, camas rebatibles durante la noche y rebatibles durante el día, muebles con ruedas para desplazarse, etc.; lo cual conseguía aumentar enormemente el rendimiento del espacio.

c. El caso de Francia.- Desde el año 1948 se delega en unos 290 organismos públicos, la política nacional de viviendas sociales o HLM (Habitations à Loyer Moyen), que en la actualidad gestionan el 90% del parque público (más de 2.1 millones de viviendas), bajo la responsabilidad directa de los ayuntamientos (57%), o por compañías privadas no lucrativas, sean públicas, privadas o mixtas, intervienen en la gestión, construcción, promoción, financiación y mantenimiento de las viviendas.

3.1.2 La vivienda en Latino América.

En Latinoamérica el problema de la vivienda afecta a un sector importante de la población, la construcción masiva empezó en la década de los 60's, como respuesta a la demanda de las grandes ciudades en crecimiento explosivo y se crearon políticas y programas para cubrir el déficit de viviendas.

Es dentro de los programas de Provisión de Nueva Vivienda, se desarrolla la construcción masiva de viviendas apoyada en las siguientes estrategias:

- Creación de mecanismos financieros para el acceso a la vivienda.
- Creación de mecanismos normativos.
- Disposiciones para la provisión de tierras orientadas a proyectos de vivienda.
- Construcción de nuevos asentamientos o Conjuntos habitacionales.

La mayoría de experiencias latinoamericanas contemplan un tipo de intervención integrada, focalizada no solamente en la construcción y/o mejoramiento de la vivienda si no también complementadas con otros programas como salud y educación, provisión de servicios adicionales para construir barrios que faciliten la inclusión social de todos los habitantes de la ciudad (Simioni y Szalachman, 2007).

Se aprecia un aumento en la importancia de densificar el tejido urbano debido al alto valor del suelo.

En general, el sector privado ha ido adquiriendo un papel cada vez más importante en la construcción y oferta de viviendas de interés social mientras que el Estado fija normas, estándares y precios de la vivienda. Por otro lado la selección de beneficiarios constituye un proceso complejo y no siempre los recursos se dirigen hacia los más necesitados (Simioni y Szalachman, 2007).

En la Latinoamérica la mayoría de las políticas se orienta de manera preferente a promover la producción de nuevas unidades, aun siendo la calidad de la vivienda el principal problema habitacional. También se requiere aplicar programas de mantenimiento del parque habitacional, completar y renovar los conjuntos existentes con nuevos servicios en la medida que los barrios se consoliden.

a. El caso de Chile: Un caso particular es el de Chile que ya desde finales de los 60's, se preocupa por desarrollar un programa de innovación tecnológica constructiva lo cual le permitió desarrollar formas industrializadas para la producción.

La creación de nuevos conjuntos de vivienda, a través de la adquisición de viviendas nuevas, la construcción de vivienda en nuevos terrenos (85% de las soluciones) o en el mismo sitio en que las familias residen.

b. El caso de Colombia: En la ciudad de Medellín, Colombia, recientemente se empezó a producir en masa vivienda de interés social en alturas de hasta veinte pisos, gestadas por constructores privados que responden a una "necesidad del mercado". Estas construcciones terminaron siendo adquiridas por habitantes de estratos medios, y han despertado polémica sobre su pertinencia social.

3.2 SITUACIÓN DE LA VIVIENDA EN EL PERÚ

3.2.1 La vivienda en el Perú

La población urbana del Perú continúa expandiéndose y este proceso trae consigo una continua demanda de viviendas; la tendencia actual es el crecimiento desorganizado de las ciudades que motiva la acentuación de las diferencias sociales por el uso ineficiente del territorio.

El mayor volumen de viviendas corresponde a la autoconstrucción, en la que la asistencia técnica es prácticamente nula y el apoyo financiero formal está a cargo de entidades bancarias, cuya gestión durante los años noventa estuvo marcada por la ausencia de criterios técnicos para el diseño de programas de crédito, para la calificación y la aprobación de préstamos.

El carácter artesanal de la construcción, adaptado a la producción simplificada por la inexistencia de un sistema nacional de normalización se evidencia en los tres niveles constructivos de una edificación como son: el casco (estructuras, cerramientos brutos y entubados), los acabados (recubrimientos, vanos, aparatos y redes de instalaciones) y el mobiliario (fijo y móvil).

3.3 SITUACIÓN EN LA PROVINCIA DEL CUSCO

3.3.1 Contexto de la provincia de Cusco

La provincia del Cusco se caracteriza por ser mayoritariamente urbana, es decir que el 95% de la población vive en la ciudad, el 49% de la población son varones y el 51% mujeres. La Población Económicamente Activa de la provincia representa cerca del 40% del total de la población y se caracteriza por estar concentrada en el sector terciario. La ciudad del Cusco es receptora de migrantes, por las perspectivas de trabajo y servicios como educación y salud.

La actividad turística en el departamento del Cusco viene siendo sostenida por el legado histórico y cultural que presenta, como son la misma ciudad del Cusco, la ciudadela inca de Machu Picchu y el Valle Sagrado de los Incas por mencionar algunos son los atractivos turísticos de mayor demanda.

3.3.2 Aspecto geográfico de la ciudad del Cusco.

La ciudad del Cusco se encuentra ubicada en la parte central y norte de la provincia, en las estribaciones meridionales de la Cordillera Oriental de los Andes Centrales.

Presenta un relieve moderadamente abrupto con presencia de una cadena de montañas discretamente erosionadas que bordean el fondo del valle del Huatanay. Las principales montañas que rodean la ciudad conforman la cadena Central de los Andes que en general son montañas bajas y mesetas.

3.3.3 El suelo urbano y la propiedad.

El suelo urbano en la ciudad del Cusco ha ido aumentando su valor principalmente en el piso de valle, donde se ha venido ocupando los terrenos casi en su totalidad, inicialmente de manera informal llegando actualmente hasta la periferia donde la tendencia está basada en la posesión de terrenos sin ningún tipo de planificación y la construcción de viviendas sin asesoramiento técnico.

Las comunidades campesinas adyacentes al borde urbano de la ciudad venden sus terrenos sin respetar los lineamientos de planificación urbana en las áreas de expansión, transfieren sus terrenos sin cumplir con las exigencias de carácter legal para la parcelación

y/o subdivisión de sus propiedades bajo la modalidad de derechos y acciones a compradores que también transfieren las propiedades bajo la misma modalidad a personas necesitadas de un techo propio, sin realizar previamente la habilitación urbana, por ello la inexistencia de títulos de propiedad en gran parte de los predios de la ciudad.

3.3.4 Características de la vivienda en la ciudad del Cusco.

La producción de vivienda en la ciudad del Cusco surge en medio de la problemática urbana relacionada al aumento de la población, al crecimiento expansivo de la ciudad, la informalidad de las construcciones caracterizada por la baja calidad del espacio e instalaciones, los servicios básicos insuficientes, el hacinamiento, seguido por la creciente actividad inmobiliaria con costos elevados, que viene generando una segregación social.

3.3.5 Servicios básicos en la ciudad del Cusco.

El crecimiento urbano del Cusco pone de manifiesto las dificultades que se tiene en cuanto a la accesibilidad a servicios básicos o la eficiencia del servicio; los sectores más afectados en relación a infraestructura de saneamiento básico de agua y desagüe son aquellos en proceso de formalización; donde las piletas públicas o instalaciones domiciliarias de agua tienen horarios restringidos.

Por otra parte, los sectores con mayor grado de consolidación cuentan con los servicios de saneamiento básico en su totalidad, teniendo como problemática aspectos referidos a la necesidad de incrementar, mejorar o ampliar las redes de agua por las actividades comerciales y alta densidad habitacional, mientras que en relación a desagüe se tienen serios problemas principalmente en temporada de lluvias por la inexistencia de un sistema para la evacuación de aguas pluviales.

3.3.6 Niveles de consolidación urbana en la ciudad del Cusco

Presenta una estructura urbana diferenciada: zonas consolidadas, zonas en proceso de consolidación y zonas no consolidadas.

Destaca la ocupación en el borde urbano por la cantidad de áreas disponibles, sin embargo estas zonas son consideradas en su mayoría de peligro alto y muy alto por la configuración del terreno con pendientes elevadas y que por la necesidad de vivienda o búsqueda de una fracción de suelo principiante de manera informal, han generado la ocupación de estas áreas generando situaciones de exclusión social y marginalidad.

Esta parte de la ciudad demanda la formalización, infraestructura de servicios básicos, vías de acceso, sistemas de transporte público urbano, entre otros. Estos sectores principalmente constituyen el dormitorio de sus habitantes, por cuanto la mayoría desarrolla sus actividades en otros sectores de la ciudad.

3.3.7 Actividades económicas en el Cusco.

La ciudad del Cusco presenta diversidad de actividades socioeconómicas, se han identificado actividades en tres sectores, de acuerdo al plan de desarrollo urbano al 2023.

1) Sector Primario

Este sector se caracteriza porque sus actividades se realizan principalmente en la zona rural del distrito, relacionadas con la agricultura y ganadería.

2) Sector Secundario

Este sector agrupa las actividades económicas encargadas de la transformación de los bienes y recursos extraídos del medio natural en productos elaborados. Este sector está conformado por actividades relacionadas a la artesanía, la industria, la manufactura, y la construcción.

Las actividades económicas principales en la ciudad del Cusco son:

- a. **La Artesanía:** Predomina las manualidades y el ingenio que le otorga el valor agregado, destaca la confección de diferentes líneas artesanales como la confección de prendas de vestir, textilera de punto, cerámica y alfarería, joyería y platería, peletería, imaginería, tallado en madera, entre otros.
- b. **Industria y manufactura:** En la ciudad está representada por micro empresas, como las fábricas de artículos, calzados, maletas, muebles, prendas de vestir, instrumentos musicales, joyas y artículos conexos
- c. **La construcción:** El sector inmobiliario actual, reportó mayor oferta de departamentos en las urbanizaciones como Manuel Prado, Magisterio, Túpac Amaru, Quispicanchis, entre otros.

CUADRO N° 6 OFERTA TOTAL DE DEPARTAMENTOS DISPONIBLES 2012

OFERTA DEPARTAMENTOS	DISTRITO CUSCO	PROVINCIA CUSCO	%
N° Unidades	129	561	23%
N° Proyectos	11	30	37%
Rango de Precios de Venta (US\$)	De 37,692 a 320,000	De 36,538 a 320,000	
Tamaño (m2)	De 38 a 300	De 38 a 300	
Promedio	88	86	
Área Construida (m2)	11,312	48,064	24%
Valor de Mercado (miles US\$)	12,404	46,066	27%

Fuente: "CAPECO" | Estudio de mercado de edificaciones urbanas en la prov. Del Cusco (2013)

La oferta disponible de viviendas multifamiliares en el distrito de Cusco, con respecto a la provincia, se resume en el cuadro N° 6.

3) Sector terciario

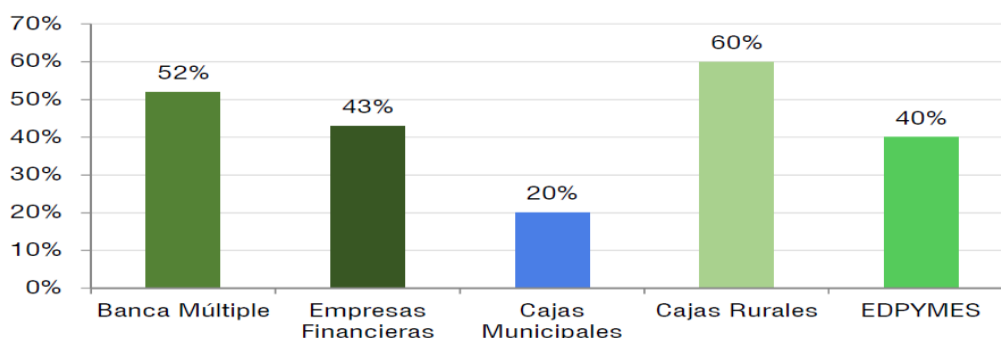
Denominado también de "servicios", está constituido por aquellas actividades que no producen bienes materiales de forma directa, se considera a los hoteles y restaurantes, las empresas de transporte y comunicaciones, las finanzas, actividades auxiliares de asesoría e informática, servicios sociales y personales, actividades relacionadas con el ocio, entre otros.

- a. **Turismo:** El distrito de Cusco es el centro receptor del turismo de mayor impacto en la región; esto debido a que cuenta con importantes recursos turísticos, los cuales hacen que el movimiento económico sea muy dinámico. En la siguiente tabla se muestra los tipos de servicios turísticos que se encuentran en el ámbito de la ciudad.

El turismo concentra establecimientos de servicio turístico, agencias de viaje, backpackers, bares, cafeterías, casas hospedaje, hostales, hoteles, restaurantes, servicios múltiples, servicios turísticos, tiendas especializadas, etc; sin embargo, gran parte de estos establecimientos no cuentan con la infraestructura adecuada.

- b. **Actividad Financiera:** En la ciudad existe un importante sistema financiero, constituido por bancos, financieras, cajas municipales, cajas rurales y EDPYMES, tal como se muestra en el gráfico N° 6.

GRÁFICO N° 6 AGENCIAS DEL SISTEMA FINANCIERO



Fuente: Base de datos del plan de desarrollo urbanos del Cusco (2013)

3.4 EL DÉFICIT DE VIVIENDA EN EL CUSCO URBANO

El sueño de la casa propia todavía es inalcanzable para miles de familias cusqueñas. Al respecto el Fondo MIVIVIENDA; programa adscrito al MVCS; contabilizó un déficit de 88,718 inmuebles en la región imperial, es decir que 77,000 familias viven en inmuebles inadecuados (déficit cualitativo) y otras 11,000 no cuentan con un techo propio (déficit cuantitativo).

En la provincia de Cusco habita la mayor cantidad de personas en la región, que no poseen una casa o habitan inmuebles inadecuados, existe una carencia de 17,338 predios, en segundo lugar se ubica La Convención (16,126), y siguen Chumbivilcas (9,728), Quispicanchi (6,958), Espinar (6,195), entre otros.

Para superar el déficit, el gobierno nacional está reforzando los programas mediante dos formas de subsidio: los Bonos Familiares Habitacionales (BFH) del programa Techo Propio y el Bono de Buen Pagador (BBP) del Fondo MIVIVIENDA.

En lo que va de la aplicación de ambas iniciativas en el Cusco se han beneficiado 1,657 familias (1,053 MIVIVIENDA y 604 Techo Propio). Eso equivale solo al 2% del total de déficit regional. Una de las debilidades para la entrega de créditos a través de ambos programas es que los gobiernos locales no facilitan los trámites para sanear terrenos y licencias de construcción.

3.5 LA OFERTA INMOBILIARIA

La oferta de viviendas en la región en el marco del Nuevo Crédito MIVIVIENDA, es de 11 proyectos con una disponibilidad de 420 viviendas. Además se suscribieron 55 convenios de cooperación interinstitucional con gobiernos locales para facilitar el acceso a los subsidios.

En la región del Cusco se tienen menos beneficiarios, debido a que no se cuenta con las condiciones y regulaciones previstas en los requisitos, ya que para acceder al subsidio de Techo Propio con el Bono Familiar Habitacional una pareja debe tener un ingreso mensual de S/. 1,865 soles mensuales netos, con ello el programa desembolsa una contribución que varía entre 9,500 soles para el mejoramiento de vivienda y hasta S/. 19,000 soles para la adquisición de viviendas nuevas de un valor no mayor a S/. 76,000 soles.

3.6 EL BALANCE ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Siempre que la demanda sea mayor que la oferta, también se le llama la demanda potencial insatisfecha, y su valor es la base para determinar el estudio.

CUADRO N° 7 ACTIVIDAD EDIFICADORA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO

ACTIVIDAD EDIFICADORA	2014 (M2)	%
EDIFICACIONES EN OFERTA	51,228.00	17.13
EDIFICACIONES VENDIDAS	55,125.00	18.43
EDIFICACIONES NO COMERCIALES	192,756.00	64.44
TOTAL ACTIVIDAD EDIFICADORA	299,109.00	100.00

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

El total de la actividad edificadora en la provincia del Cusco el 2014 llego a 299,109.00 m2, con el 17.13% de edificaciones en oferta, 18.43% edificaciones vendidas y el 64.44% edificaciones no comerciables. Ver cuadro N° 7.

CUADRO N° 8 DISTRIBUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EDIFICADORA SEGÚN DESTINOS

2014		
DESTINO	M2	%
VIVIENDA	206,218.00	68.94
LOCALES COMERCIALES	9,889.00	3.31
OFICINAS	6,145.00	2.05
OTROS DESTINOS	76,857.00	25.70
TOTAL	299,109.00	100.00

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

En cuanto a la distribución de la actividad edificadora en la provincia del Cusco al 2012, se tiene que el 68.94% tiene un destino para vivienda, el 3.31% a locales comerciales, el 2.05% a oficinas y el 25.70% a otros destinos. Ver cuadro N° 8.

3.6.1 La demanda de vivienda

El 97% del total de hogares considerados como demandantes efectivos de vivienda no satisfacen sus expectativas de consumo en el mercado de edificaciones, el 86.30 % busca viviendas con precios menores a US\$ 20,000.00

CUADRO N° 9 DEMANDA INSATISFECHA DE VIVIENDA SEGÚN PRECIOS

PRECIODE VIVIENDA	LA	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA DISPONIBLE	DEMANDA INSATISFECHA	PARTICIPACION POR RANGO
		HOGARES	HOGARES	HOGARES	%
HASTA 5000		7698	0	7698.00	33.99
5001-10000		5540	0	5540.00	24.46
10001-20000		6307	0	6307.00	27.85
20001-30000		1852	0	1852.00	8.18
30001-40000		1126	11	1117.00	4.93
MAS DE 40000		684	550	134.00	0.59
TOTAL		23209	561	22648.00	100.00

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

En cuanto a la demanda insatisfecha de vivienda según precios, se puede apreciar que aproximadamente del 94.47% de los hogares considerados como demandantes buscan viviendas con montos menores a US\$ 30,000.00 y la oferta disponible de viviendas es del 5.52% y los montos están por encima de los US\$ 40,000.00. Ver gráfico N° 9.

3.6.2 La oferta de vivienda

En cuanto a la oferta de vivienda, se puede apreciar que en el mercado es de 561 departamentos, que representan el total de la oferta. Ver cuadro N° 10.

CUADRO N° 10 OFERTA TOTAL DE VIVIENDA

DESTINOS	OFERTA					
	DISPONIBLE		FUTURA		TOTAL	
	UNIDADES	%	UNIDADES	%	UNIDADES	%
DEPARTAMENTOS	561	100.00	0	0.00	561	100.00
TOTAL	561	100.00	0	0.00	561	100.00

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

En cuanto a las unidades de vivienda vendidas, se puede apreciar que son 549 departamentos, que representan el total de la oferta. Ver cuadro N° 11.

CUADRO N° 11 UNIDADES DE VIVIENDAS VENDIDAS

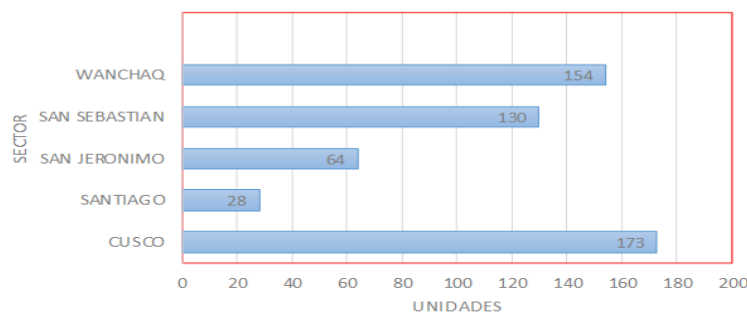
TOTAL		
DESTINO	UNIDADES	%
DEPARTAMENTOS	549	100.00
TOTAL	549	100.00

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

El total de vivienda resulta de sumar: oferta + vendidas + no comerciables que hacen un total de 2074 und.

Las unidades de vivienda vendidas según sector urbano, muestra que en el distrito del Cusco es el sector donde se ha registrado 173 viviendas vendidas, seguido del distrito de Wanchaq con 154 viviendas, San Sebastián con 130 viviendas, 64 viviendas en san Jerónimo y 28 en el distrito de Santiago. Ver gráfico N° 7.

GRÁFICO N° 7 VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN SECTOR URBANO



Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

El sector 1 (cusco), representa el 31.5 %, el sector 2 (Santiago) el 5.1 %, el sector 3 (San Jerónimo) el 11.7 %, el sector 4 (San Sebastián) el 23.7 %, el sector 5 (Wanchaq) el 28.0%.

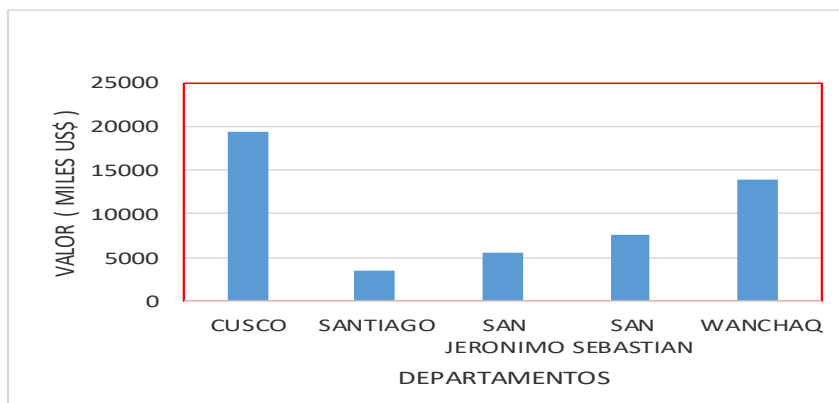
CUADRO N° 12 OFERTA TOTAL DE VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN VALOR DEL MERCADO

DISTRITO	TOTAL VALOR (MILES US\$)	PORCENTAJE DEL MERCADO
CUSCO	19800	39.10%
SANTIAGO	3349	6.60%
SAN JERONIMO	5677	11.20%
SAN SEBASTIAN	7376	14.60%
WANCHAQ	14407	28.50%
TOTAL	50609	100.00%

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

La oferta de viviendas vendidas según el valor del mercado, muestra que el distrito del Cusco es el sector donde se ha vendido el 39.10% de viviendas, seguido del distrito de Wanchaq con el 28.50%, San Sebastián con el 14.60%, San Jerónimo con el 11.20% y el distrito de Santiago con el 6.60%. Ver cuadro N° 12.

GRÁFICO N° 8 VALOR DE MERCADO DE DEPARTAMENTOS EN OFERTA

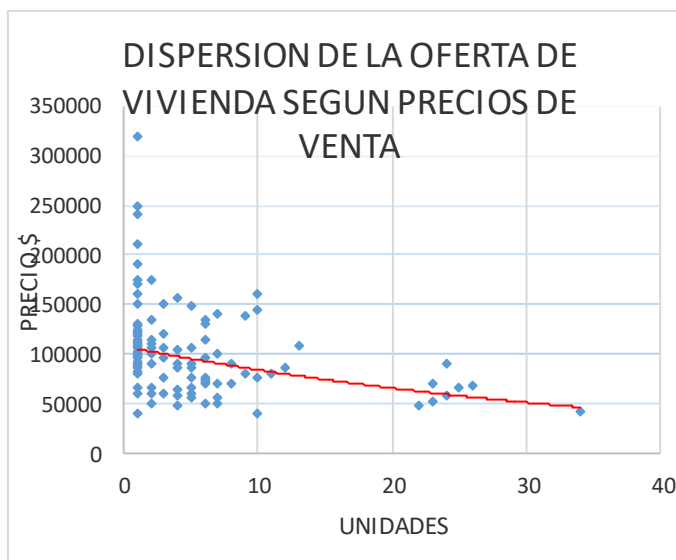


Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

El valor de mercado de departamentos en oferta está por los US\$ 46 millones, mientras que el valor de mercado total de departamentos en oferta y vendidos superan los US\$ 96 millones. Ver gráfico N° 8.

3.6.3 El precio de la vivienda

GRÁFICO N° 9 DISPERSIÓN DE LA OFERTA DE VIVIENDA SEGÚN PRECIOS DE VENTA

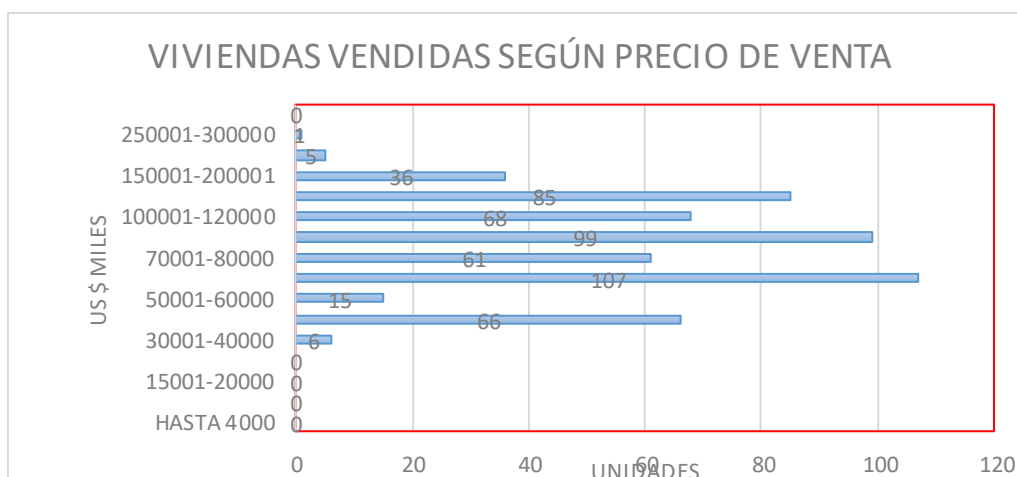


Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

La mayor parte de unidades vendidas en la ciudad del Cusco oscila entre los precios aproximados a 100,000 dólares. Ver gráfico N° 9.

Para el año 2012, no se han vendido viviendas a precios por menos de 30,000 soles, el 53.55% de viviendas vendidas son de precios altos; y el 46.45% de precios intermedios. Cabe indicar que fueron 107 viviendas vendidas al monto aproximado de 70,00 dólares Ver gráfico N° 10.

GRÁFICO N° 10 VIVIENDAS VENDIDAS SEGÚN PRECIO DE VENTA



Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, "CAPECO" (2012)

3.7 POLÍTICAS

3.7.1 Política de vivienda actual

La política de vivienda actual se caracteriza por la centralización de programas destinados tanto a la construcción de nuevas viviendas para sectores medios vía el Fondo Mi vivienda, el mejoramiento de la vivienda, y por último el Programa de Mejoramiento Integral de Barrios, que permite la construcción de obras urbanas, y además brinda trabajo a aquellos vecinos que se encuentran en condición de desocupados.

3.7.2 El fondo MIVVIENDA "FMV"

Es la principal institución pública a cargo de los programas de asistencia para el acceso a vivienda. Fue creada con los objetivos de promover: El acceso a viviendas nuevas y el ahorro con este fin. Provee acceso al mercado hipotecario a aquellos segmentos de la población con escasa participación en dichos mercados.

3.7.3 Programas del Fondo MIVVIENDA

Los programas han sido diseñados para que más peruanos puedan acceder a una vivienda digna, las familias recibirán un apoyo como premio a su esfuerzo y ahorro para adquirir una vivienda. Esto permite que el promotor, constructor y/o Entidad Técnica pueda desarrollar el proyecto de vivienda que estará al alcance de todos los peruanos a nivel nacional.

El Fondo MIVVIENDA cuenta con los siguientes programas y productos:

1. **TECHO PROPIO:** Es un subsidio directo a la demanda diseñado para promover la tenencia de casas nuevas entre los hogares de bajos ingresos. Techo Propio provee subsidios directos como el Bono Familiar Habitacional "BFH", a los hogares pobres considerados "elegibles" que decidan comprar una vivienda nueva, dependiendo del precio de la vivienda se ofrecen los siguientes montos de subsidios:
 - a) US\$3.600 para viviendas hasta por US\$8.000.
 - b) US\$1.800 para aquellas entre US\$8.001 y US\$12.000.

Los subsidios deben ser acompañados de un crédito hipotecario a través de la banca comercial, cuando sea necesario, y posee las siguientes modalidades:

- Adquisición de Vivienda Nueva.
 - Construcción en Sitio Propio – Postulación Colectiva.
 - Construcción en Sitio Propio – Postulación Individual.
 - Mejoramiento de Vivienda.
2. **El crédito MIVIVIENDA:** Es un producto hipotecario cuyo objetivo es incrementar la demanda por viviendas mediante tasas de interés por debajo de las de mercado para segmentos de ingresos medianos recursos. El FMV provee créditos de manera indirecta otorgados a los participantes a través de los intermediarios financieros (banca privada comercial) y manejados por ellos, a tasas de interés menores a las de mercado, Bono al Buen Pagador “BBP”. Así mismo, el FMV provee los fondos y asume parte del riesgo con la banca comercial: 1/3 del riesgo y tiene orden de prelación último en caso de liquidación de activos. El precio de las viviendas puede ser de hasta US \$ 30.000.
 3. **MICONSTRUCCIÓN:** Orientado facilitar ampliaciones y pequeñas construcciones con características particulares.
 4. **MISMATERIALES:** Se encuentra enfocado a facilitar la compra de materiales para mejoras de hogares bajo determinados requisitos, en este portal podrá ver el detalle cada uno de los productos y programas que se ofrece. El objetivo es que participe con en el desarrollo y generación de una oferta inmobiliaria que satisfaga las necesidades del amplio mercado local.
 5. **BONO DE REFORZAMIENTO ESTRUCTURAL:** El bono forma parte de la política del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS), tendrá como objetivo reducir la vulnerabilidad de los efectos de eventos sísmicos, a favor de los hogares en situación de pobreza sin cargo a restitución por estos
 6. **MICASA MÁS:** Es el crédito dirigido a aquellas familias que cuentan con una vivienda propia (incluyendo las que se encuentren bajo hipoteca), la cual pueden poner en venta con la finalidad de adquirir una vivienda nueva que se adecúe a su actual situación económica y familiar
 7. **MI TERRENO:** El beneficio principal de este crédito es entregar al cliente las facilidades para la compra de un lote con habilitación urbana y título de propiedad, con el objetivo de construir una vivienda apropiada.

3.8 FINANCIAMIENTO

El acceso al financiamiento de viviendas es un tema crítico para la mayoría de la población de países en vías de desarrollo. A pesar de que existen muchas fuentes potenciales de financiamiento para viviendas para familias de bajos ingresos, la mayoría de las necesidades aún no están cubiertas.

Los subsidios gubernamentales tienden a ser insuficientes o inapropiados; los mercados de hipotecas tienden a atender solo al 10% y 20% más rico de la población; a pesar de su fuerte propuesta de valor, el micro financiamiento es una industria emergente; y los sistemas informales no son eficientes.

En los países de tercer mundo solo el 3% de los créditos monetarios pertenece a préstamos para viviendas comparado con el 27% en países de primer mundo.

3.8.1 Subsidios gubernamentales.

La ejecución de muchos programas de subsidio no es óptima. Irónicamente, los pobres pueden no ser aptos para los subsidios de vivienda que beneficiarían a hogares de ingresos medios, porque operan a través del mercado de hipotecas o exigen que el beneficiario construya una casa antes de obtener los fondos. Más allá de esto, uno de los grandes temas con los subsidios gubernamentales es que tienden a excluir las iniciativas de viviendas con base en el mercado, las cuales tienen el potencial de ser más escalables, sustentables y por lo tanto más efectivas en satisfacer las necesidades de las viviendas de bajos ingresos.

3.8.2 Mercado tradicional de hipotecas.

Los países en vía de desarrollo se caracterizan tanto por una macro como por una micro incertidumbre de los derechos de propiedad, inflación, o inestabilidad de ingresos y bajo esas condiciones los pobres son naturalmente reacios a asumir responsabilidades financieras a largo plazo. Por otro lado, muchos priorizan el mejorar sus casas actuales antes que mudarse a un nuevo en un lugar.

3.8.3 Micro financiamiento para viviendas

A pesar del reciente crecimiento, la demanda de micro financiamiento para viviendas excede por mucho a la oferta. Los proveedores individuales enfrentan desafíos específicos al agregar productos de micro financiamiento de viviendas a sus carteras de inversiones debido a: falta de acceso a fondos de mediano y largo plazo, regulaciones nacionales, capacidad institucional, confusión acerca del rol de los subsidios y los servicios financieros y una alta fragmentación de la industria.

3.8.4 Sistemas financieros informales.

Como resultado de las limitaciones de otras fuentes de financiación para vivienda, la manera más común que tienen los pobres para financiar sus hogares es a través de sistemas informales. Los dos más comunes son los "tiburones del préstamo" locales quienes cobran tasas de interés exorbitantes.

3.8.5 Sistema de Financiamiento según nivel socioeconómico "NSE"

Como se aprecia en el gráfico N° 11, los programas benefician directamente a familias que pertenecen a los niveles socioeconómicos B, C, D y E que involucran a más del 85% de la población urbana del país, también indica que la consolidación del programa MIVIVIENDA ha permitido la diversificación de productos financieros inmobiliarios por parte de los bancos privados, favoreciendo de manera indirecta a la población.

GRÁFICO N° 11 SISTEMAS DE FINANCIAMIENTO SEGÚN NSE



Fuente: programa MIVIVIENDA (2015)

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de naturaleza descriptiva evaluativa y proyectiva.

Se describirá, evaluará y analizará el actual desempeño de las variables involucradas, para luego plantear una solución a esta problemática.

Evaluativa, su objetivo es evaluar los resultados de uno o más variables, que han sido, o están siendo aplicados dentro de un contexto determinado. Se diferencia de la confirmatoria en que los resultados que intenta obtener son más específicos y se orientan hacia la solución de un problema concreto en un contexto social determinado.

Proyectiva, propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación. Implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, más no necesariamente ejecutar la propuesta.

Se realizarán trabajos de campo como de gabinete, para ello se determina la población y muestra a analizar. La información de campo se recaba mediante encuestas y entrevistas, y el trabajo de gabinete estará enfocado en la elaboración y procesamiento de datos obtenidos, elaboración de cuadros estadísticos valorados, análisis de datos históricos, influencia de variables y correspondencia con experiencias exitosas.

El estudio se realiza en ciudad del Cusco, sobre las variables de vivienda, población y turismo, desde una perspectiva innovadora que partirá del estudio de las políticas de vivienda actuales, el contexto urbano, el proyecto edificatorio, la calidad de la vivienda, el acceso a la vivienda y su relación con los niveles socioeconómicos y la influencia el sector turismo. Del análisis de cada variable pero sobre todo de las interferencias que surgen en su relación, se deduce los procedimientos más novedosos para el futuro. (IPE, Instituto peruano de economía, ADEPSEP)

El método también se caracteriza por ser historicista, para la comprensión de los fenómenos, con una breve reseña histórica de acerca de la evolución de la vivienda.

Se trata de una investigación EX POST FACTO, ya que parte de la observación se basa en experiencias exitosas que han funcionado en otras realidades similares y que además se viene dando de manera reciente en nuestra ciudad.

4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

- **Nivel de confiabilidad:** Es el riesgo que aceptar el error al presentar los resultados, también se puede denominar grado o nivel de seguridad, el nivel habitual de confianza es del 95%.
- **Margen de error:** Es el error aceptable al seleccionar nuestra muestra; este margen de error suele ponerse en torno a un 3% a 5%.
- **Tamaño de muestra:** Una vez identificado el tamaño de la muestra, se establece los criterios para su selección, según la característica del universo; de manera sistemática dividiendo la población entre el tamaño de la muestra.
- **Tipo de muestra:** El tipo de muestreo es aleatorio estratificado, que consiste en subdividir a la población en subgrupos o estratos más homogéneos, de los que se toman muestras aleatorias simples de cada uno de dichos estratos.

Para la obtención del tamaño de muestra se considera los siguientes datos:

CUADRO N° 13 NIVEL SOCIO ECONÓMICO CUSCO URBANO - 2015

NSE	2015	POBLACION
A, B	16%	71,565
C	21%	92720
D	30%	133678
E	34%	152132
TOTAL	100%	450,095

Fuente: Estimaciones APEIM según ENAHO (2015)

La población de la ciudad del Cusco es de 450,095 hab., datos del INEI 2015, Considerando las Estimaciones APEIM según ENAHO 2015 el NSE “D” corresponde al 29.7% del total de la población es decir 133,678 pobladores. Ver cuadro N° 13.

CUADRO N° 14 TENENCIA DE VIVIENDA POR NSE (HOGARES)

NSE	NO TIENE	% NT
MEDIO ALTO	2,696	11.62%
MEDIO	7,784	33.54%
MEDIO BAJO	12,729	54.85%
TOTAL	23,209	100.00 %

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, CAPECO (2012)

De acuerdo a los estudios del Instituto de la Construcción y Desarrollo de la Cámara Peruana de la Construcción, “CAPECO”, señala que para el año 2012 la demanda asciende a 23,209 hogares, distribuidos en tres estratos socio económico. El estrato socio económico medio bajo es el que presenta la mayor demanda efectiva con 12,729 hogares 54.85%, seguido del estrato medio con 7,784 hogares 33.54%, y el estrato medio alto con 2,696 hogares 11.62%, ver cuadro N° 14.

CUADRO N° 15 UNIVERSO MUESTRAL - NSE “MEDIO BAJO”

NSE	POBLACION TOTAL	% SIN VIVIENDA	POBLACION SIN VIVIENDA
MEDIO BAJO	133,678	55%	73,323

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, CAPECO (2012)

La población del NSE “medio bajo” en la ciudad del Cusco es de 133.678 habitantes de acuerdo a las estimaciones del ENAHO 2015; de este total el 54,85% no tiene acceso a una vivienda; es decir 73.323 Pobladores, que para efectos de la investigación viene a ser el tamaño de población o universo. Ver cuadro N° 15.

CÁLCULO I

FORMULA N° 1 FORMULA TAMAÑO DE MUESTRA

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 382 \text{ hab.}$$

Fuente: Pedro Morales Vallejo (2012), Estadística aplicada a las Ciencias

Donde:

- N = Tamaño Población (universo) : 73.323 hab.
 α_c = Valor del nivel de confianza (varianza) : 95%
 e = Margen de error : 5%

CUADRO N° 16 FORMULA TAMAÑO DE MUESTRA

		Cuadro de Muestra de Acuerdo a la Población (N)											
		1%	2,0%	2,5%	3,0%	3,5%	4,0%	5,0%	6,0%	7,0%	8,0%	9,0%	10,0%
N	73.323	8.492	2.325	1.505	1.052	776	595	382	266	195	150	118	96

Valores Z (valor del nivel de confianza)	90%	95%	97%	98%	99%
Varianza (valor para reemplazar en la fórmula)	1,645	1,960	2,170	2,326	2,576

Fuente: Elaboración propia / Estadística aplicada a las Ciencias / Pedro Morales Vallejo, 2012.

En cuanto a las fórmulas utilizadas para la determinación del tamaño de muestra tenemos por un lado la de Estadística aplicada a las Ciencias de Pedro Morales Vallejo.

De acuerdo a formula indicada, con un tamaño de población de 73.323 hab. Con un margen de error del 5% el tamaño de muestra es de 382 hab. Y con un margen de error del 10% el tamaño de muestra sería de 96 hab. Ver cuadro N° 16.

CÁLCULO II

FORMULA N° 2 TAMAÑO DE MUESTRA 01

n=	?	
e=	5%	Nivel de Error
Z=	1,96	Coeficiente
N=	73.323	Universo Muestral
p=	0,5	Probabilidad de Ocurrencia
q=	0,5	Probabilidad de no ocurrencia

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 73.323}{(73.323) (0.1)^2 + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 383.6$$

$$n = 384$$

Fuente: Tipo de muestra aleatorio estratificado.

De acuerdo al tipo de muestra aleatorio estratificado, en la hoja de cálculo de elaboración propia con un tamaño de población de 73.323 hab. Con un margen de error del 5% el tamaño de muestra sería de 384 hab.

FORMULA N° 3 TAMAÑO DE MUESTRA 02

n=	?	
e=	10%	Nivel de Error
Z=	1,65	Coeficiente
N=	73.323	Universo Muestral
p=	0,5	Probabilidad de Ocurrencia
q=	0,5	Probabilidad de no ocurrencia

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.65^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 73.323}{(73.323) (0.1)^2 + 1.65^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 68.05$$

$$n = 68$$

Fuente: Tipo de muestra aleatorio estratificado.

De acuerdo al tipo de muestra aleatorio estratificado, en la hoja de cálculo de elaboración propia con un tamaño de población de 73.323 hab., con un margen de error del 10% el tamaño de muestra sería de 68 hab. Ver formula N° 3.

CUADRO N° 17 RESUMEN DEL UNIVERSO MUESTRAL

NIVEL DE CONFIABILIDAD	UNIVERSO = 73.323 Pobladores	
	NSE "MEDIO BAJO"	
	CÁLCULO I	CÁLCULO II
95%	382	384
90%	96	68
89%	53	53
85%	23	23

Fuente: Elaboración propia (2017)

La investigación se ha realizado en base al tamaño de muestra definido por el cálculo I, para efecto se ha encuestado a 96 pobladores en la ciudad del cusco del nivel socio económico medio bajo, con un margen de error del 10%, el tamaño de población estimado fue de 73.323 hab. Ver cuadro N° 17.

4.3 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En el proceso de investigación, la recolección de datos es una etapa importante para la determinación de la situación actual, para el diseño de los instrumentos de recolección de datos se ha revisado la bibliografía para poder estimar y clasificar las preguntas y datos contemplados en cada uno de ellos.

Las técnicas utilizadas son: Revisión bibliográfica de datos históricos de fuentes confiables y los datos primarios y secundarios obtenidos directamente de la población.

4.3.1 Determinación de la información a recolectar

Para diseñar el formato de toma de datos en campo; desarrollamos un procedimiento que busca analizar primero de manera muy particular la información que se recolectará en campo, se elaboran encuestas referidas a población, vivienda y turismo.

En el caso del formato de medición a la población y la vivienda, se utilizara como referencia encuestas realizadas por el del INEI, partiendo de la premisa de que se quiere definir un perfil del poblador y el interés que muestran en adquirir una vivienda.

En el caso del formato de medición al turista, se utilizara como referencia encuestas realizadas por la DIRCETUR, "Perfil del turista extranjero que visita el Cusco" partiendo de igual manera de la premisa de que se quiere definir un perfil del turista y el interés que muestran en hospedarse en entornos familiares.

Adicionalmente la cartilla deberá contener la siguiente información: en la **cabecera** el título de la ficha, la entidad que hace el estudio, el nombre del que realiza el muestreo, fecha en que se realiza el muestreo y codificaciones, en el **cuerpo** los datos generales y específicos y al **pie de formato** las observaciones y la firma del evaluador.

4.3.2 Elaboración de los formatos de toma de datos.

Se ha diseñado los formatos para la recopilación de las 03 variables.

1) **Encuesta de población y vivienda:** Para su realización se llevaron a cabo encuestas a la población cusqueña del sector socioeconómico medio bajo de 18 años o más, cuyo objetivo principal es adquirir una vivienda.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA		F-1
FICHA DE TRABAJO DE CAMPO		
ENCUESTA DE POBLACIÓN Y VIVIENDA		
ENCUESTADO: _____		
ENCUESTADOR: _____		
CONDICIONES PARA REALIZAR LA ENCUESTA - si/no		
<input type="checkbox"/> CUENTA CON VIVIENDA PROPIA	<input type="checkbox"/> TIENE UN TRABAJO FIJO	
<input type="checkbox"/> SU NIVEL DE INGRESO ES MENOR A: _____	<input type="checkbox"/> Esta interesado en adquirir una vivienda	
A. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN		
1.- Estado civil	2.- INTEGRANTES DE FAMILIA	3.- LUGAR DE PROCEDENCIA
<input type="checkbox"/> Soltero	<input type="checkbox"/> 6 Personas	<input type="checkbox"/> Cusco ciudad
<input type="checkbox"/> Casado - Conviviente	<input type="checkbox"/> 5 Personas	<input type="checkbox"/> Distritos del Cusco
<input type="checkbox"/> Separado	<input type="checkbox"/> 4 Personas	<input type="checkbox"/> Provincias del Cusco
	<input type="checkbox"/> 3 Personas	<input type="checkbox"/> Otras regiones
	<input type="checkbox"/> 2 Personas	Especif: _____
4.- OCUPACION	6.- INGRESO FAMILIAR	7.- CONFORMACIÓN ETÁREA
<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Menos de 750,00 S/.	<input type="checkbox"/> De 15 a 24 años
<input type="checkbox"/> Empleado	<input type="checkbox"/> De 750 S/. a 1000 S/.	<input type="checkbox"/> De 25 a 34 años
<input type="checkbox"/> Profesional	<input type="checkbox"/> De 1000 S/. a 1250 S/.	<input type="checkbox"/> De 35 a 44 años
<input type="checkbox"/> Retirado / Jubilado	<input type="checkbox"/> De 1250 S/. a 1500 S/.	<input type="checkbox"/> De 45 a 54 años
<input type="checkbox"/> No tiene trabajo	<input type="checkbox"/> De 1500 S/. a 1750 S/.	<input type="checkbox"/> De 55 a 64 años
5.- EMPLEO	<input type="checkbox"/> De 1750 S/. a 2000 S/.	<input type="checkbox"/> Más de 64 años
<input type="checkbox"/> Permanente	<input type="checkbox"/> Mas de 2000 S/.	
<input type="checkbox"/> Eventual		
<input type="checkbox"/> Independiente		
B. CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA		
1.- ¿Cual es la condicion de su vivienda?	2.- ¿Esta Ud. interesado en adquirir una vivienda?	
<input type="checkbox"/> Propia	<input type="checkbox"/> Muy probable	
<input type="checkbox"/> En alquiler	<input type="checkbox"/> Bastante probable	
<input type="checkbox"/> Heredada (Familiares)	<input type="checkbox"/> Poco probable	
<input type="checkbox"/> Habitación alquilada	<input type="checkbox"/> Nada probable	
3.- Si comprara un departamento/ vivienda, en que distrito le gustaría vivir?	<input type="checkbox"/> Saylla	<input type="checkbox"/> Andahuailillas
<input type="checkbox"/> San Sebastián	<input type="checkbox"/> Tipon	<input type="checkbox"/> Oropesa
<input type="checkbox"/> San Jerónimo	<input type="checkbox"/> Poroy	<input type="checkbox"/> Urcos
<input type="checkbox"/> Santiago	<input type="checkbox"/> Chincheros	<input type="checkbox"/> Otros
<input type="checkbox"/> Wanchaq		
4.- ¿Está satisfecho con el hecho de vivir en alquiler?	5.- ¿En cuanto tiempo desearía financiar la compra de su VIVIENDA?	
<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> 10 Años	<input type="checkbox"/> 30 Años
<input type="checkbox"/> Bastante	<input type="checkbox"/> 15 Años	<input type="checkbox"/> 35 Años
<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> 20 Años	<input type="checkbox"/> 40 Años
<input type="checkbox"/> Nada	<input type="checkbox"/> 25 Años	<input type="checkbox"/> 45 Años
6.- ¿Cuanto paga por su vivienda en alquiler actualmente?	7.- ¿Hasta cuanto podría pagar mensualmente por una vivienda propia?	
<input type="checkbox"/> Menos de 300 S/.	<input type="checkbox"/> Menos de 300 S/.	
<input type="checkbox"/> De 300 a 500 S/.	<input type="checkbox"/> De 300 a 500 S/.	
<input type="checkbox"/> De 500 a 700 S/.	<input type="checkbox"/> De 500 a 700 S/.	
<input type="checkbox"/> De 700 a 900 S/.	<input type="checkbox"/> De 700 a 900 S/.	
<input type="checkbox"/> De 900 a 1000 S/.	<input type="checkbox"/> De 900 a 1200 S/.	
<input type="checkbox"/> Mas de 1000 S/.	<input type="checkbox"/> Mas de 1200 S/.	
8.- Grado de satisfacción con su vivienda?	9.- ¿Como financiaría su vivienda?	
<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Creditos	
<input type="checkbox"/> Bastante	<input type="checkbox"/> Ahorros propios _____	
<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Ayuda familiar _____	
<input type="checkbox"/> Nada	<input type="checkbox"/> Ayudas publicas	
	<input type="checkbox"/> Venta de patrimonio	
D. MOTIVACIONES PARA ADQUIRIR UNA VIVIENDA PROPIA		
1.- ¿Que le motivaría a adquirir una vivienda?	2.- En su opinión, ¿a quién corresponde principalmente la responsabilidad de solucionar el problema de la vivienda?	
<input type="checkbox"/> El precio	<input type="checkbox"/> Al Gobierno Central	
<input type="checkbox"/> La accesibilidad	<input type="checkbox"/> Al Gobierno Provincial	
<input type="checkbox"/> La facilidad de pago	<input type="checkbox"/> Al Gobierno Distrital	
<input type="checkbox"/> Cercanía al trabajo	<input type="checkbox"/> Sector privado	
<input type="checkbox"/> Cercanía a servicios	<input type="checkbox"/> ONG'S _____	
<input type="checkbox"/> Movilidad		
3.- ¿Cómo valora la actuación del Gobierno provincial a facilitar el acceso a la vivienda?	4.- ¿Estaría Ud. de acuerdo con que el Gobierno genere nuevos programas en relación a la vivienda social?	
<input type="checkbox"/> Muy bueno	<input type="checkbox"/> Totalmente de acuerdo	
<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Bastante de acuerdo	
<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Bastante en desacuerdo	
<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> Muy en desacuerdo	
<input type="checkbox"/> Muy malo	<input type="checkbox"/> Ns/Nc	

Fuente: Elaboración propia (2017)

2) **Encuesta al turista que visita el cusco:** Para su realización se llevaron a cabo encuestas a turistas de 15 años o más, para obtener el perfil del turista que visita la ciudad del Cusco.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA		F-2
FICHA DE TRABAJO DE CAMPO		
PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL CUSCO		
ENCUESTADO: _____		
ENCUESTADOR: _____		
A. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS		
1.- CONFORMACIÓN ETÁREA <input type="checkbox"/> De 15 a 24 años <input type="checkbox"/> De 25 a 34 años <input type="checkbox"/> De 35 a 44 años <input type="checkbox"/> De 45 a 54 años <input type="checkbox"/> De 55 a 64 años <input type="checkbox"/> Más de 64 años	2.- GRADO DE INSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Universitaria <input type="checkbox"/> Post Grado <input type="checkbox"/> Maestría / Doctorado	3.- LUGAR DE PROCEDENCIA <input type="checkbox"/> Peru <input type="checkbox"/> America <input type="checkbox"/> Africa <input type="checkbox"/> Asia <input type="checkbox"/> Europa Especific: _____
4.- OCUPACION <input type="checkbox"/> Profesional Ejecutivo <input type="checkbox"/> Profesional Técnico <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Empleado en servicio <input type="checkbox"/> Retirado / Jubilado <input type="checkbox"/> Profesor <input type="checkbox"/> Otros	5.- INGRESO FAMILIAR <input type="checkbox"/> Menos de US\$ 20,000 <input type="checkbox"/> De US\$ 20,000 a US\$ 39,999 <input type="checkbox"/> De US\$ 40,000 a US\$ 59,999 <input type="checkbox"/> De US\$ 60,000 a US\$ 79,999 <input type="checkbox"/> De US\$ 80,000 a US\$ 99,999 <input type="checkbox"/> De US\$ 100,000 a US\$ 119,999 <input type="checkbox"/> De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	6.- Modalidad de viaje <input type="checkbox"/> Usó agencia de viajes <input type="checkbox"/> Vino por su cuenta
B. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE		
1.- Conformacion del grupo de viaje <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Con amigos o parientes sin niños <input type="checkbox"/> Con amigos o parientes con niños <input type="checkbox"/> Con su pareja <input type="checkbox"/> Grupo familiar directo	2.- Integrantes <input type="checkbox"/> 1 a 3 <input type="checkbox"/> 3 a 5 <input type="checkbox"/> 5 a 7 <input type="checkbox"/> 7 a 10 <input type="checkbox"/> 10 a 12 <input type="checkbox"/> 12 a 14 <input type="checkbox"/> 15 a mas	3.- Motivo de visita al Perú <input type="checkbox"/> Vacaciones, recreación u ocio (compras) <input type="checkbox"/> Visitar a familiares o amigos <input type="checkbox"/> Misiones / trabajo / voluntariado <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> Asistir a seminarios, conferencias <input type="checkbox"/> Educación e investigacion <input type="checkbox"/> Otros
C. ACTIVIDADES REALIZADAS		
1.- Actividades realizadas CULTURA <input type="checkbox"/> Visitar sitios arqueológicos <input type="checkbox"/> Pasear, caminar por la ciudad <input type="checkbox"/> Visitar iglesias/catedrales/conventos <input type="checkbox"/> Visitar parques, plazuela de la ciudad <input type="checkbox"/> Visitar museos e inmuebles históricos <input type="checkbox"/> City tour guiado <input type="checkbox"/> Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas <input type="checkbox"/> Visitar rutas gastronómicas <input type="checkbox"/> Participar en festividades locales (no religiosas)	NATURALEZA <input type="checkbox"/> Visitar áreas y/o reservas naturales <input type="checkbox"/> Observación de flora <input type="checkbox"/> Observación de mamíferos <input type="checkbox"/> Observación de aves <input type="checkbox"/> Pasear por ríos, lagos, lagunas AVENTURA <input type="checkbox"/> Trekking / Senderismo / Hiking <input type="checkbox"/> Camping <input type="checkbox"/> OTROS	3.- Permanencia - Noches <input type="checkbox"/> 15 a 30 Noches <input type="checkbox"/> 10 a 15 Noches <input type="checkbox"/> 8 a 10 Noches <input type="checkbox"/> 7 Noches <input type="checkbox"/> 6 Noches <input type="checkbox"/> 5 Noches <input type="checkbox"/> 4 Noches <input type="checkbox"/> 3 Noches <input type="checkbox"/> 2 Noches <input type="checkbox"/> 1 Noche
2.- Tipo de alojamiento utilizado <input type="checkbox"/> Hotel 4 ó 5 estrellas <input type="checkbox"/> Hotel/ hostel 3 estrellas <input type="checkbox"/> Hotel/ hostel 1 ó 2 estrellas <input type="checkbox"/> Casa de familiares / amigos <input type="checkbox"/> Camping	4.- Características del lugar de permanencia <input type="checkbox"/> Accesible <input type="checkbox"/> Cercanía de los servicios <input type="checkbox"/> Comodidad <input type="checkbox"/> Contacto con personas <input type="checkbox"/> Seguridad <input type="checkbox"/> Cercanía a la ciudad - tiempo	5.- Gasto promedio de turista por día <input type="checkbox"/> Menos de US\$30 <input type="checkbox"/> De US\$30 a US\$49 <input type="checkbox"/> De US\$50 a US\$99 <input type="checkbox"/> De US\$100 a US\$149 <input type="checkbox"/> De US\$100 a US\$150 <input type="checkbox"/> De US\$100 a US\$151
D. MOTIVACIONES PARA VIAJAR		
1.- Elección de un destino turístico <input type="checkbox"/> Cultura <input type="checkbox"/> La naturaleza / sus paisajes <input type="checkbox"/> Conocer su historia <input type="checkbox"/> La gastronomía típica <input type="checkbox"/> Divercion nocturna <input type="checkbox"/> Entretenimientos diurnos <input type="checkbox"/> Act. Deportivas <input type="checkbox"/> Todo en general	2.- Medios que influyen en la eleccion de un destino turístico <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Recomendación de amigos y familiares <input type="checkbox"/> Guías turísticas - Agencia de Viajes <input type="checkbox"/> Documentales de TV <input type="checkbox"/> Afiches/folleto <input type="checkbox"/> Libros, Revistas <input type="checkbox"/> Blogs de viajes <input type="checkbox"/> Otros	
FUENTE: Perfil del Turista Extranjero 2014		

Fuente: Elaboración propia (2017)



3) **Entrevista a especialistas:** jefes, gerentes y especialistas de entidades financieras, de turismo y vivienda.

4.4 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS




El procedimiento de recolección de datos se ha realizado a través de encuestas, entrevistas y el estudio de datos históricos, principalmente respecto a las tres variables que definen la propuesta de la investigación.

Las encuestas están determinadas y condicionadas por las entrevistas previas realizadas a algunas entidades bancarias de quienes se obtiene los requisitos mínimos para financiar la tenencia de vivienda en la ciudad del Cusco a través de los programas del Fondo MIVIVIENDA “FMV”, a partir de estos datos se realizan los cuestionarios para poder identificar las principales características del potencial beneficiario y al NSE que pertenece.

Se analiza entonces los requisitos del producto: TECHO PROPIO, como subsidio directo a la demanda diseñado para promover la tenencia de casas nuevas entre los hogares de bajos ingresos, los requisitos para acceder al programa son los siguientes:




- Conformar un Grupo Familiar: El jefe de familia declarará a uno o más dependientes que pueden ser: la esposa o conviviente, hijos, hermanos, nietos, padres o abuelos.
- Ingreso Familiar Mensual: Para comprar vivienda el ingreso neto familiar mensual no debe exceder los S/ 2,444 y para construir o mejorar no debe exceder los S/ 1,915.
- No haber recibido con anterioridad apoyo habitacional del Estado.
- Contar con el ahorro mínimo para la compra, construcción o mejoramiento de su vivienda.
- Para adquirir una vivienda es requisito no tener una vivienda o terreno a nivel nacional
- Para construir o mejorar la vivienda, deben ser propietarios del predio y éste debe estar inscrito en Registros Públicos sin cargas ni gravámenes.

CUADRO N° 18 ANÁLISIS COMPARATIVO “CREDITO MI VIVIENDA”

	 Interbank	 BBVA Continental	 BANCO FINANCIERO
EL VALOR DE LA VIVIENDA (CASA O DEPARTAMENTO)	Entre S/ 55,300 (14 UIT) y S/ 395,000 (100 UIT)	S/56,700 hasta S/405,000 Soles	S/50,000 a más
MONTO FINANCIAMIENTO	S/ 49,770.00 hasta S/355,500.00.		
PORCENTAJE DE FINANCIAMIENTO	desde 70% hasta el 90% del valor del inmueble		Hasta el 90% del valor del inmueble.
BENEFICIO DEL BUEN PAGADOR	S/ 5,000 hasta S/ 17,000 En ambos casos, dependerá del valor de la vivienda que adquiera.	S/ 12,500 hasta S/ 17,000 En ambos casos, dependerá del valor de la vivienda que adquiera.	S/5,000 hasta S/12,500 En ambos casos, dependerá del valor de la vivienda que adquiera.
PLAZO DE PAGO	Entre 10 y 20 años	Entre 10 y 20 años	Entre 10 y 20 años
CUOTA INICIAL MINIMA	30% del valor del inmueble.		10 % del valor del inmueble.
LA EDAD MÍNIMA Y MÁXIMA	24 años hasta 72 años	Edad máxima 75 años	Tener entre 19 y 65 años
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> No ser propietario de una vivienda en el país. No haber adquirido una vivienda con recursos del Fondo MiVivienda S.A., Fonavi, Fondo Hipotecario de promoción de la vivienda ni del Programa Techo Propio. No ser moroso. La edad mínima para acceder al crédito es de 24 años y la edad máxima es hasta antes de cumplir 72 años. De ser casado, los requisitos deben ser cumplidos también por tu cónyuge. Contar con una cuenta de correo electrónico y con un seguro de desgravamen aprobado por una empresa local. 	<ul style="list-style-type: none"> Ingreso Mensual Mínimo: S/ 1, 000 o su equivalente en dólares (titular + cónyuge). El solicitante y su esposo (a) o conviviente legalmente reconocido e hijos menores de edad, no deben contar con una vivienda en ninguna localidad del país. No contar con una vivienda financiada con recursos del FONAVI, Fondo Mi Vivienda o Techo Propio, aun cuando ya no sean propietarios de la misma. 	<ul style="list-style-type: none"> Contar con ingreso mínimo de S/650 (dependientes) y S/700 (independientes) Original y copia de documento de identidad del titular y cónyuge Copia de recibo de servicios cancelado Que el solicitante y, en su caso, su esposo(a) o su conviviente legalmente reconocido e hijos menores de edad, no tengan vivienda propia en cualquier localidad del país Ni el solicitante ni su esposo(a) o conviviente legalmente reconocido, deberá haber sido beneficiado por ningún programa de financiamiento del Estado (FONAVI, Fondo MIVIVIENDA o ENACE).
FUENTE	https://interbank.pe/credito-mivivienda#!lq-pd-1	https://www.bbvacontinental.pe/personas/prestamos/credito-hipotecario/mi-vivienda/	https://www.financiero.pe/portal/personas/productos-y-servicios/creditos-hipotecarios/nuevo-credito-mi-vivienda#

Fuente: Elaboración propia (2017)

CUADRO N° 19 ANÁLISIS COMPARATIVO “TECHO PROPIO”

			
EL VALOR DE LA VIVIENDA / VALOR DE BFH	De S/ 24,833.33 a S/ 46,200 / S/ 19,250 De S/ 46,200.01 a S/ 77,000 / S/ 15,400	Hasta 13.9 UIT / S/ 32,400 Mayor a 13.9 UIT hasta 20 UIT /	Hasta 13.9 UIT / S/ 32,400 Mayor a 13.9 UIT hasta 20 UIT
MONTO FINANCIAMIENTO VIVIENDA	Hasta en S/ 79,000.	Financiamos viviendas de hasta S/. 81,000	- Hasta S/ 20,000 14% - De S/ 20,001 a más 13%
PLAZO DE PAGO		entre 5 y 20 años	20 años
CUOTA INICIAL MINIMA		De 3% valor del inmueble.	
LA EDAD MÍNIMA Y MÁXIMA	25 años hasta 72 años	21 años y 69 años. Fin crédito - 75 años.	Tener entre 19 hasta 65 años
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> El crédito se otorga en soles y la tasa es fija por todo el período. Contar con el 10% del valor del inmueble como cuota inicial. Brinda hasta 12 meses para pagar la primera cuota en proyectos en construcción. Haber sido declarado "Elegible" por el Fondo MiVivienda. El ingreso familiar mensual máximo debe ser S/ 1,860. Calificar a un Crédito Techo Propio por calificación directa y si no se sustenta todos los ingresos con documentos, se califica a través de ahorro techo. Acceder automáticamente al Bono Familiar Habitacional en función al valor de la vivienda. Cumplir con las restricciones de políticas de riesgo del banco. 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigido a familias que no tienen vivienda o terreno, que deseen adquirir una Vivienda de Interés Social VIS con ayuda del BFH. Ingreso máximo de S/2,444 titular y cónyuge Ser declarado "Elegible" por el Fondo mi Vivienda. El crédito incluye Seguro de Desgravamen y Seguro del Inmueble en la cuota mensual. El cliente, cónyuge o hijos menores de edad no deben ser propietarios de otra vivienda en el país. No haber sido beneficiario de los programas del Fondo MiVivienda, Techo Propio o Fonavi. 	<ul style="list-style-type: none"> Se puede realizar pagos anticipados, de manera gratuita, así como la cancelación del crédito Contar con ingreso máximo de 45% del valor vigente de la UIT Original y copia de documento de identidad del titular y cónyuge Copia de recibo de servicios cancelado Haber sido declarado "Elegible" por el Fondo mi Vivienda Trabajadores dependientes Última boleta de pago en caso de ingresos fijos o tres en caso de ingresos variables Trabajadores independientes Copia de recibo por honorarios de los tres últimos meses. Contrato de locación de servicios. Declaración jurada de los años anteriores. Bono Familiar Habitacional (BFH): Ayuda económica brindada por el gobierno para facilitar el acceso a una casa propia.
FUENTE	https://interbank.pe/techo-propio	http://tfc.com.pe/per-sona-vive-bien-credito-techo-propio	https://www.financiero.pe/portal/personas/productos-y-servicios/creditos-hipotecarios/credito-techo-propio#

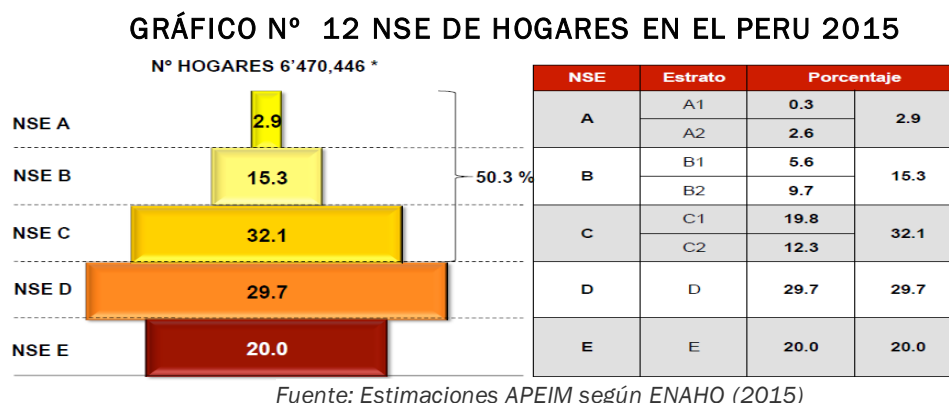
Fuente: Elaboración propia (2017)

4.4.1 Población

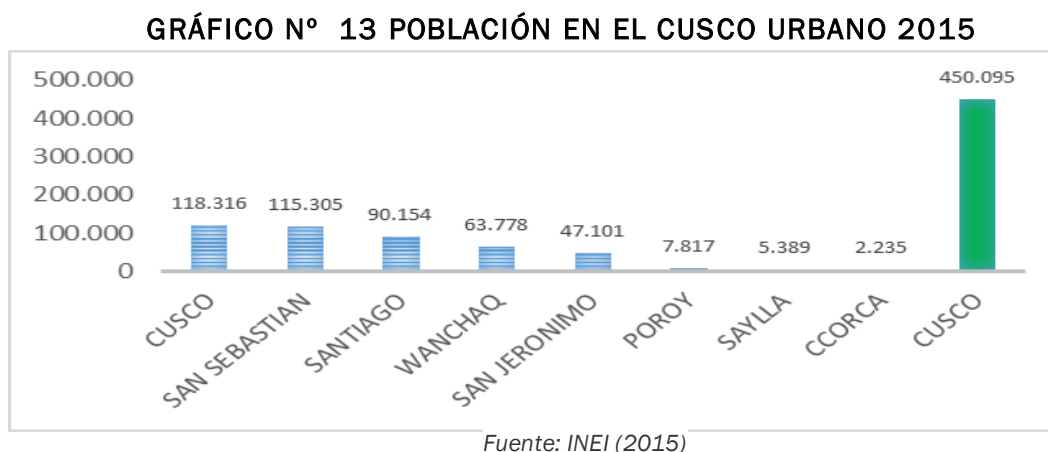
Para el desarrollo de la investigación se considera la población urbana; se parte de un análisis de los NSE a nivel nacional y local en la ciudad del Cusco.

De acuerdo a los DATOS HISTÓRICOS analizados se tiene:

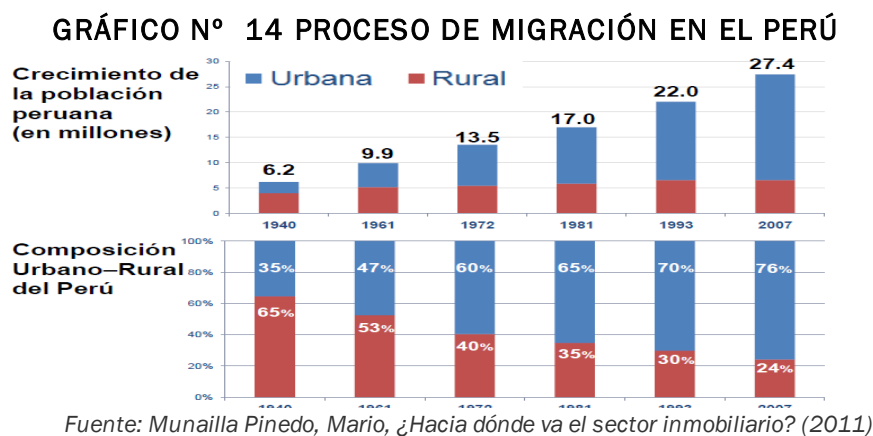
La población del Perú urbano asciende a 3.7 millones de hogares. El 18.5% pertenece al NSE "A/B", el 32.5% pertenece al NSE "C", el 30% pertenece al NSE "D" y el 20% restante al NSE "E", ver gráfico N° 12.



Los distritos con mayor población urbana corresponden al Cusco, San Sebastián y Santiago respectivamente, por la extensión en el área urbana que ocupan como se puede ver en el Gráfico N° 13.

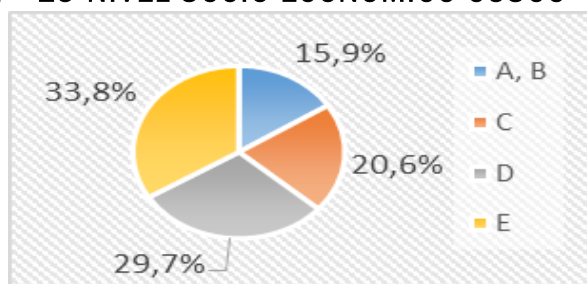


La migración como un fenómeno social que se ha intensificado en los últimos años, y la ciudad del Cusco entre otras ciudades del Perú, se ha convertido en uno de los principales polos de atracción migratoria, generando el aumento del índice poblacional, la expansión urbana sin control, el hacinamiento y por otro lado el abandono progresivo de propiedades en zonas rurales. Ver gráfico N° 14.



De acuerdo a las estimaciones del APEIM- 2015, el 29.7% de la población urbana en el Cusco del nivel socioeconómico “D” es decir 133,678 pobladores. Ver gráfico N° 15.

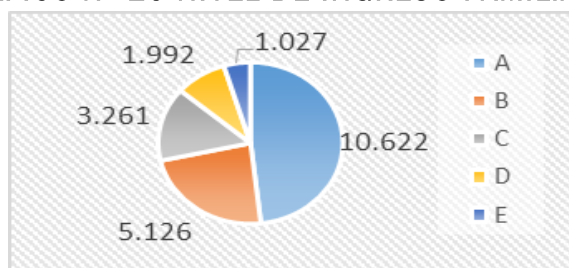
GRÁFICO N° 15 NIVEL SOCIO ECONÓMICO CUSCO - URBANO



Fuente: Estimaciones APEIM según ENAHO (2015)

El informe de IPSOS establece los cinco niveles socioeconómicos. El segmento “A”, con ingresos familiares mensuales de S/ .10, 622 en promedio; el “B”, con S/ .5, 126; el “C”, con S/ .3, 261; el “D”, con S/ .1, 992, y el E, con S/ .1, 027. Ver gráfico N° 16.

GRÁFICO N° 16 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR



Fuente: IPSOS Perú - INEI (2013)

Sin embargo se debe considerar que el ingreso familiar del NSE “Medio bajo” puede ser variable de acuerdo a los integrantes de la familia que son parte de la población económicamente activa en la ciudad.

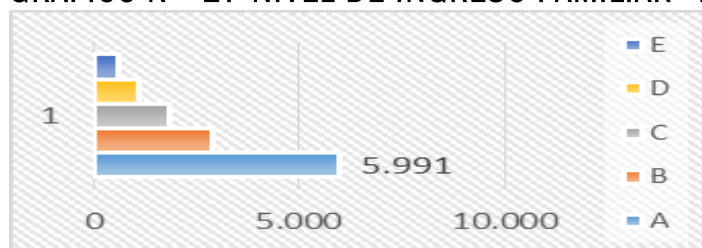
CUADRO N° 20 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR - PEA

NSE	S/.	PEA	S/.
A	6,379	56.4%	5991
B	5,126		2891
C	3,363		1839
D	2,161		1123
E	1,365		579

Fuente: Elaboración propia (2017)

En el cuadro N° 20, se observa el ingreso familiar por NSE donde aportan dos o más integrantes de la familia; sin embargo, la población económicamente activa en la provincia del Cusco el jefe de familia es quien aporta, representa el 56.4%.

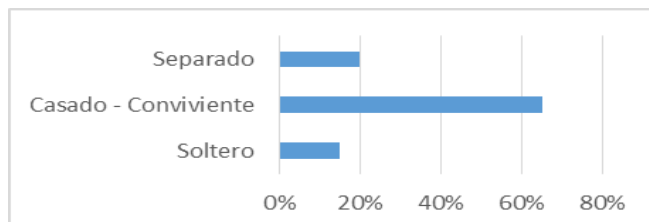
GRÁFICO N° 17 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR “PEA”



Fuente: Elaboración propia (2017)

De acuerdo a las encuestas realizadas a una población universo de 73.322,5 habitantes del NSE “medio bajo”, a un nivel de confianza al 90% se encuestó a 100 pobladores, de quienes se obtuvo la siguiente información:

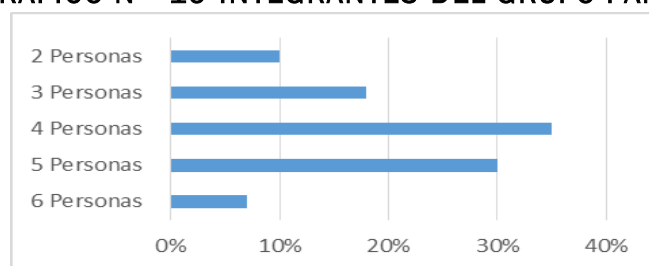
GRÁFICO N° 18 ESTADO CIVIL



Fuente: Elaboración propia (2017)

De la población encuestada, el 65% es casado o conviviente, separado un 20% y un 15% se mantiene soltero. Ver gráfico N° 18.

GRÁFICO N° 19 INTEGRANTES DEL GRUPO FAMILIAR

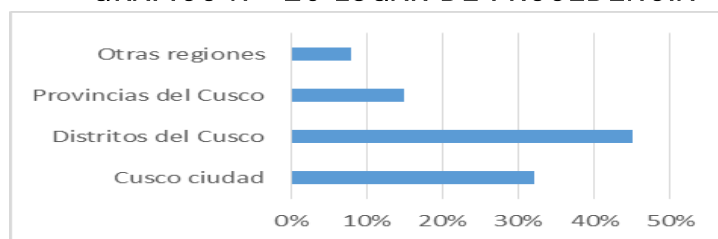


Fuente: Elaboración propia (2017)

El grupo familiar de la población encuestada predominantemente es de 4 integrantes en un 35%, de 5 integrantes en un 30%. Ver Gráfico N° 19

Los habitantes de la ciudad del Cusco de manera predominante proceden de los distritos del área urbana y rural. Ver gráfico N° 20.

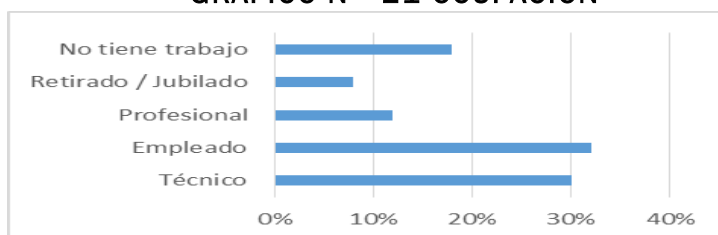
GRÁFICO N° 20 LUGAR DE PROCEDENCIA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto a la ocupación en la ciudad del Cusco, el 32% son empleados de instituciones públicas y privadas en relación a la administración, el 30% tiene una ocupación técnica relacionada a la construcción, otro grupo de 18% no tiene trabajo. Ver Gráfico N° 21.

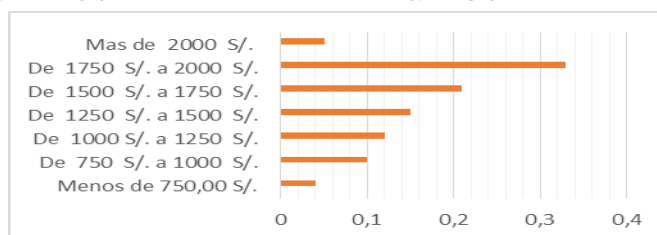
GRÁFICO N° 21 OCUPACIÓN



Fuente: Elaboración propia (2017)

El nivel de ingreso familiar de la población encuestada, el 23% declaró un ingreso familiar de 1750 S/. a 2000 S/., el 21% de 1500 S/. a 1750 S/., el 15% de 1250 S/. a 1500 S/. Ver Gráfico N° 22.

GRÁFICO N° 22 NIVEL DE INGRESO FAMILIAR



Fuente: Elaboración propia (2017)

4.4.2 Vivienda

De acuerdo a los datos históricos analizados en los antecedentes de diferentes estudios realizados por La oficina de estudios económicos, planeamiento y presupuesto del programa Fondo MIVIVIENDA S.A. y por el Instituto de la Construcción y el Desarrollo (ICD), de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), denominado: I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco, el 2012 se concluye:

La demanda efectiva de vivienda asciende a 23,209 hogares, distribuidos en tres NSE. Los hogares no propietarios al 2010 representa el 37.6% del total. Ver cuadro N° 21.

CUADRO N° 21 HOGARES PROPIETARIOS Y NO PROPIETARIOS, CUSCO CIUDAD

Concepto	NSE B	NSE C	NSE D	Total
Propietarios	135	347	243	725
(%)	58,7	67,5	58,3	62,4
No Propietarios	95	167	174	436
(%)	41,3	32,5	41,7	37,6
Total	230	514	417	1 161

Fuente: FMV S.A. Estudio de la vivienda social en la ciudad del Cusco, LIMA -PERÚ (2010)

SOBRE LA ACTIVIDAD EDIFICADORA en la Provincia de Cusco se registró un total de 299,109m² de área edificada principalmente con fines no comercializables. Así también las edificaciones en oferta alcanzaron los 51,228 m² que representaron 17.13% del total de la actividad edificadora, (Munaila, Mario). Ver cuadro N° 22.

CUADRO N° 22 ACTIVIDAD EDIFICATORIA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO

CONCEPTO	2012 (M2)	%
Edificaciones en oferta	51,228	17.13
Edificaciones vendidas	55,125	18.43
Edificaciones no comercializables	192,756	64.44
Total Actividad Edificadora	299,109	100.00

Fuente: CAPECO, I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco (2012)

Del total de las construcciones, el 69% corresponde a edificaciones de viviendas, 26% a otros destinos (locales industriales, almacenes, etc.), y el 3% a locales comerciales.

SOBRE LA OFERTA DE LA VIVIENDA se detalla que el tipo de vivienda multifamiliar es la única unidad habitacional en oferta en el mercado de la provincia del Cusco con 561 departamentos (48,064 m²), bajo esta consideración, los departamentos representan el 100% del total de las unidades de viviendas en oferta.

En cuanto a los precios de ventas, el distrito del Cusco presenta el precio máximo con US\$ 320,000, y el distrito de Santiago presenta el precio mínimo con US\$ 36,538, como se especifica en la cuadro N° 23.

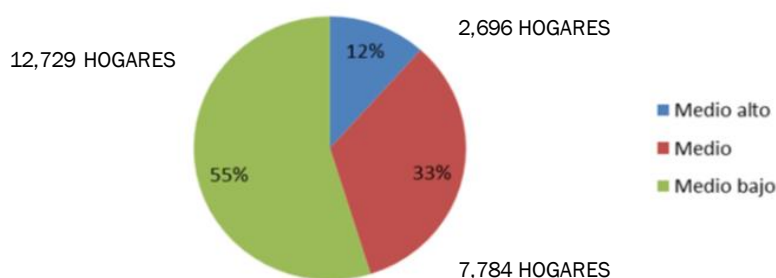
CUADRO N° 23 RANGOS DE PRECIOS DE DEPARTAMENTOS

Distrito	Precio Máximo (US\$)	Precio Mínimo (US\$)	Promedio (US\$)
Cusco	320,000.00	37,692.00	178,846.00
San Jerónimo	232,675.00	60,450.00	146,562.50
San Sebastián	150,000.00	50,690.00	100,345.00
Santiago	112,000.00	36,538.00	74,269.00
Wanchaq	218,950.00	63,000.00	140,975.00

Fuente: Estudio de Mercado CAPECO (2013)

SOBRE LA DEMANDA, el estudio señala que para el año 2012 asciende a 23,209 hogares, distribuidos en tres estratos socioeconómicos, el estrato *medio bajo* representa la mayor demanda con el 54,85%, seguido del estrato *medio* con 33,54% y el estrato *medio alto* con 2696 hogares (11,62%). Ver gráfico N° 23

GRÁFICO N° 23 DEMANDA EFECTIVA DE VIVIENDA SEGÚN RANGOS DE PRECIOS



Fuente: CAPECO, I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco.2012

Asimismo se establece que 22,648 de los 23,209 hogares demandantes no satisfacen sus expectativas de consumo, considerando el precio de la vivienda el 86,30% de la demanda se concentra para las viviendas de menos de US\$ 20,000.

La participación de la demanda insatisfecha de vivienda entre los rangos de precio comprendidos entre US\$ 20,000 y US\$ 40,000 asciende a 13,11%. En cuanto a las principales preferencias de la demanda efectiva, resalta el distrito del Cusco con 32,78% de preferencia, seguido del distrito de San Sebastián con 26,47% y el distrito de Wanchaq con 21,11%.

Estos indicadores permiten determinar que la inversión en el sector inmobiliario es muy rentable, debido a la necesidad de vivienda que existe en la actualidad a causa de la migración y la explosión demográfica que existe en la región del Cusco.

Por otro lado en el Cusco los créditos hipotecarios otorgados hasta mayo del 2012 suman aprox. 31, 000,000 soles, con una tendencia a incrementarse, siendo 97,614 soles por cada préstamo realizado de 49 préstamos el año 2012. Ver cuadro N° 24.

CUADRO N° 24 FONDO MI VIVIENDA – CREDITOS HIPOTECARIOS OTORGADOS

	2008		2009		2010		2011		2012*	
	N° de Prestamos	Monto	N° de Prestamos	Monto	N° de Prestamos	Monto	N° de Prestamos	Monto	N° de Prestamos	Monto
CUSCO	10	688,550	26	2,268,925	96	9,208,386	136	14,078,700	49	4,783,109

Fuente: Estudio de mercado de vivienda social en el Cusco, mayo 2012

La segmentación de acuerdo a los objetivos de la investigación apunta a dirigir el producto al poblador del NSE “MEDIO BAJO”, que no cuenta con una vivienda propia, quien de acuerdo a su nivel de ingreso familiar, el precio de la vivienda y el costo el suelo en los diferentes distritos de la ciudad del Cusco, serán condicionantes para que pueda adquirir un departamento.

CUADRO N° 25 DEPARTAMENTOS VENDIDOS Y NÚMERO DE PROYECTOS POR SECTOR URBANO

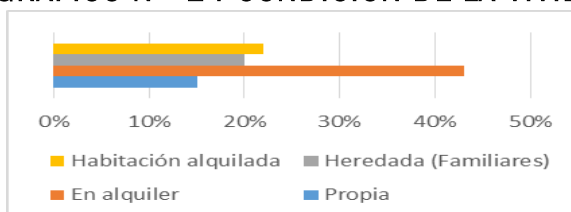
DISTRITO	N° DE UNIDADES	N° DE PROYECTOS	% DE UNIDADES
Cusco	173	15	31.51%
San Jerónimo	64	4	11.66%
San Sebastián	130	8	23.68%
Santiago	28	6	5.10%
Wanchaq	154	13	28.05%
Total	549	46	100%

Fuente Datos de Censo INEI (2007)

De acuerdo al número de departamentos vendidos por distritos, el Cusco se tiene el 31.51% de las unidades, seguida de Wanchaq con el 28.05%, el distrito de San Sebastián presenta el 23.68% y el distrito de San Jerónimo el 11.66%. Ver cuadro N° 25.

En base a las ENCUESTAS realizadas sobre VIVIENDA se tiene:

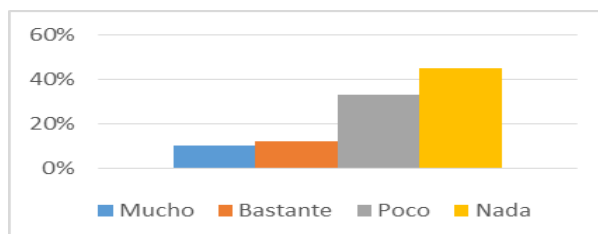
GRÁFICO N° 24 CONDICIÓN DE LA VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

La condición de vivienda de la población encuestada correspondiente al NSE "MEDIO BAJO", el 43% indica que vive en una vivienda en alquiler, un 22% vive en una habitación alquilada, el 20% en vivienda de familiares, y solo el 15% tiene una vivienda propia como se especifica en el gráfico N° 24

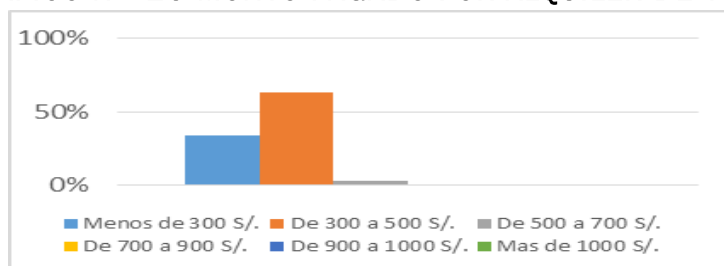
GRÁFICO N° 25 NIVEL DE SATISFACCIÓN



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto al nivel de satisfacción con su vivienda la población encuestada indica que el 45% se encuentra nada satisfecha con su actual vivienda, un 33% poco satisfecha, el 12% se encuentra bastante satisfecha y solo el 10% se encuentra muy satisfecha Ver gráfico N° 25

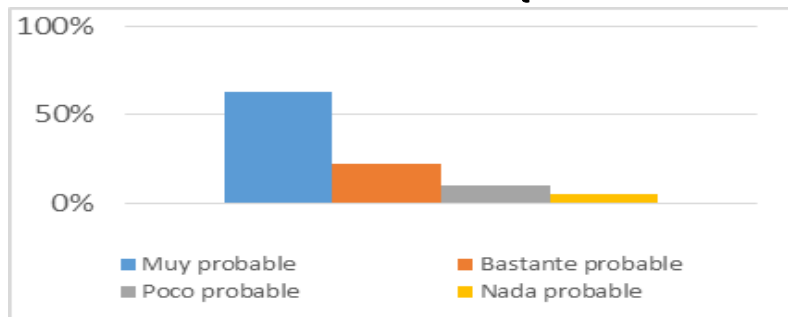
GRÁFICO N° 26 MONTO PAGADO POR ALQUILER DE VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto al monto que se paga actualmente por la vivienda o habitación en alquiler, la población encuestada indica que el 34% paga menos de 300 soles, el 63% paga entre 300 y 500 soles, y solo un 3% paga entre 500 y 700 soles, siendo nulo los montos mayores a 700 soles. Ver gráfico N° 26

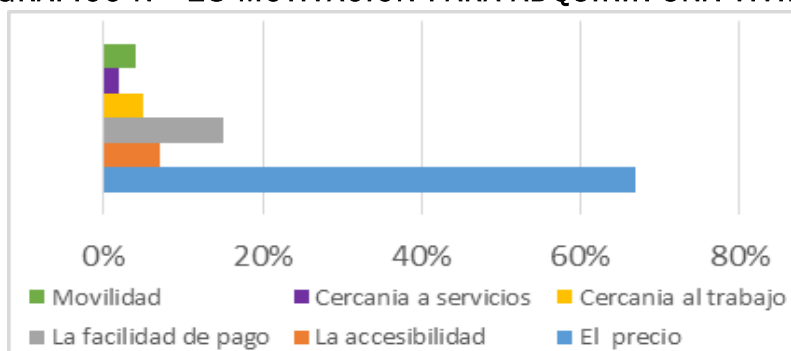
GRÁFICO N° 27 INTERES POR ADQUIRIR UNA VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto al interés por adquirir una vivienda, es muy probable para un 64% de la población encuestada, 21% bastante probable, 10% poco probable y un 5 % nada probable. Ver gráfico N° 27

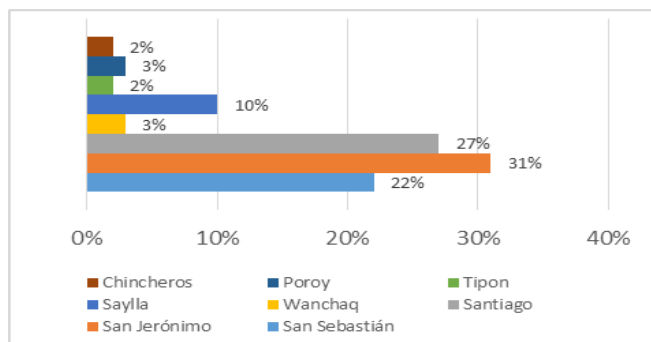
GRÁFICO N° 28 MOTIVACIÓN PARA ADQUIRIR UNA VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto a la motivación para adquirir una vivienda, el precio es el factor más importante para la población encuestada en un 67%, a un 15% de la población le interesa la facilidad de pago, a un 7% la accesibilidad, a un 5% la cercanía al trabajo, a un 4% la movilidad y a un 2% la cercanía a los servicios. Ver gráfico N° 28

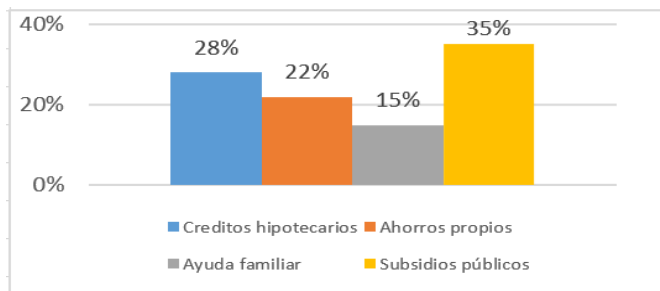
GRÁFICO N° 29 PREFERENCIAS PARA LA UBICACIÓN DE LA VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

Los distritos de mayor preferencia son: San Jerónimo el 31%, Santiago el 27%, San Sebastián el 20%, Saylla 10%, entre otros. Ver gráfico N° 29.

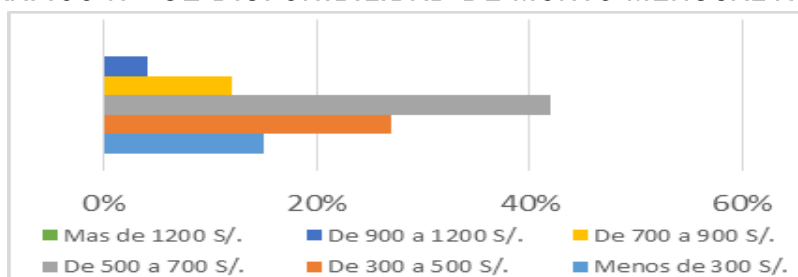
GRÁFICO N° 30 FORMA DE FINANCIAMIENTO



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto a la forma de financiamiento, el 35% de la población pretende acceder a na vivienda mediante los subsidios públicos, el 28% a través de créditos hipotecarios, el 22% declara tener ahorros y el 15% mediante ayudas familiares relacionadas a herencias o venta de bienes. Ver gráfico N° 30.

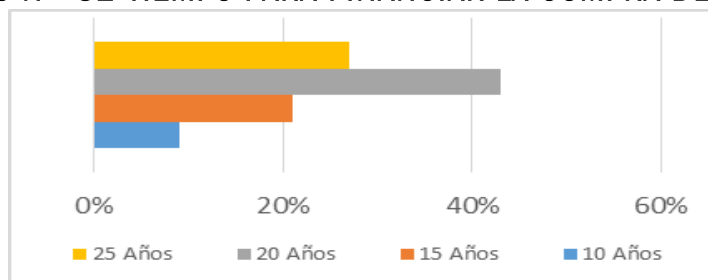
GRÁFICO N° 31 DISPONIBILIDAD DE MONTO MENSUAL A PAGAR



Fuente: Elaboración propia (2017)

El monto que el poblador está dispuesto a pagar por una vivienda propia, los datos indican que el 42% podría pagar entre 500 y 700 soles, el 27% entre 300 y 500 soles, el 15% menos de 300 soles, el 12% entre 700 y 900 soles, solo un 4% entre 900 a 1200 soles, siendo nulo los montos mayores a 1200 soles. Ver gráfico N° 31

GRÁFICO N° 32 TIEMPO PARA FINANCIAR LA COMPRA DE LA VIVENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En cuanto al tiempo para financiar una vivienda propia los datos obtenidos indican que el 41% podría financiar su vivienda hasta en 20 años, el 26% en 15 años, el 18% en 10 años y el 15% en 25 años. Ver gráfico N° 32

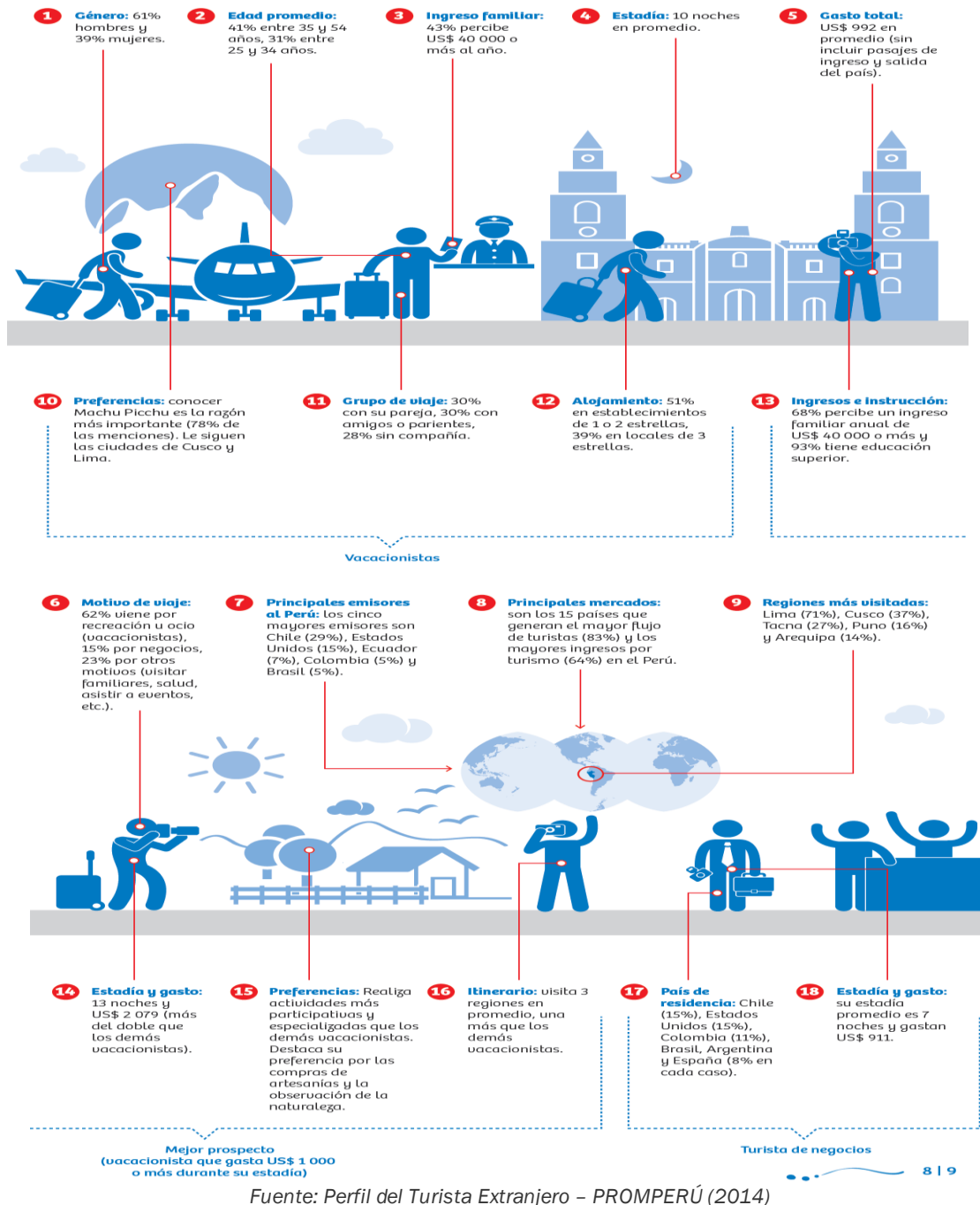
4.4.3 Turismo

El turismo receptivo es uno de los principales sectores económicos del Perú. Además de ser el segundo sector de exportaciones no tradicionales, ha mantenido un crecimiento que en los diez años registró una tasa promedio de 9% anual.

El Perú compite con 13 países en la captación de turistas. Entre ellos destacan China, México, Egipto, India, Argentina y Brasil.

En vista que los destinos se ubican en diferentes zonas del país, el turismo también permite una distribución descentralizada del ingreso y contribuye con el progreso de la población que presta servicios a los visitantes. (PENTUR, 2014)

GRÁFICO N° 33 PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA EL PERÚ



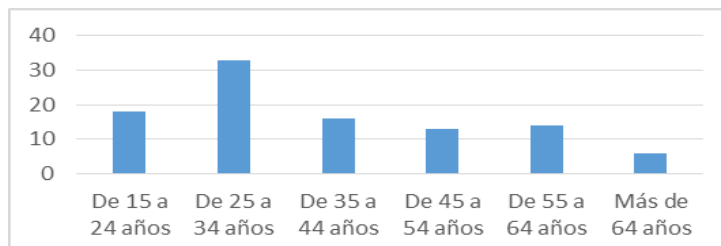
Fuente: Perfil del Turista Extranjero – PROMPERÚ (2014)

El Perfil del Turista Extranjero al 2014 es el resultado de un estudio elaborado con el objetivo de conocer las características y los hábitos de los ciudadanos residentes en el extranjero que vienen al Perú por turismo. Ver Gráfico N° 33

De acuerdo al estudio "El turismo en cifras", realizado por el MINCETUR el año 2017 se define perfil del turista extranjero.

La conformación etárea predominante es de 25 a 34 años (33%). Ver gráfico N° 34.

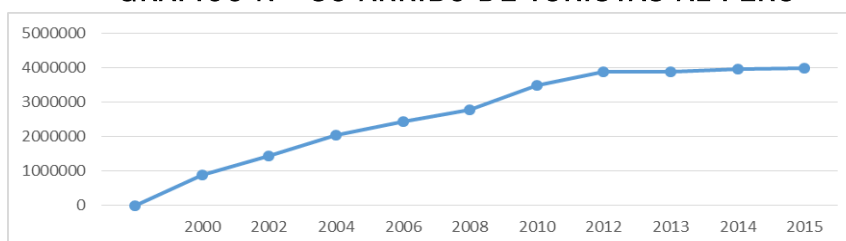
GRÁFICO N° 34 CONFORMACIÓN ETAREA



Fuente: MINCETUR - Perfil del turista extranjero, "El turismo en cifras" (2017)

El arribo de turistas al Perú en los últimos años se ha incrementado llegando de 852.745 el año 2000 a 3.890.298 el año 2015. Ver gráfico N° 35.

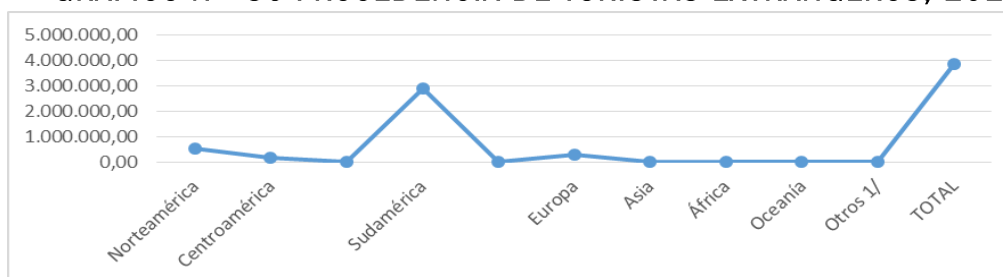
GRÁFICO N° 35 ARRIBO DE TURISTAS AL PERU



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones (2013)

La procedencia de turistas al Perú en los últimos años principalmente es de Latinoamérica, seguido de Norteamérica y Europa el año 2013. Ver gráfico N° 36.

GRÁFICO N° 36 PROCEDENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS, 2013



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones (2013)

De acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad del Cusco a turistas se tiene los siguientes datos.

La conformación del grupo de viaje en un 30% son con amigos y parientes sin niños y en un 24 % del grupo familiar directo. Ver gráfico N° 37.

GRÁFICO N° 37 CONFORMACIÓN DEL GRUPO DE VIAJE



Fuente: Elaboración propia (2017)

El motivo de visita al Cusco, el 77% por vacaciones y recreación, el 15% de visita a familiares, el 5% por negocios, 8% por otros motivos (salud, eventos). Ver gráfico N° 38.

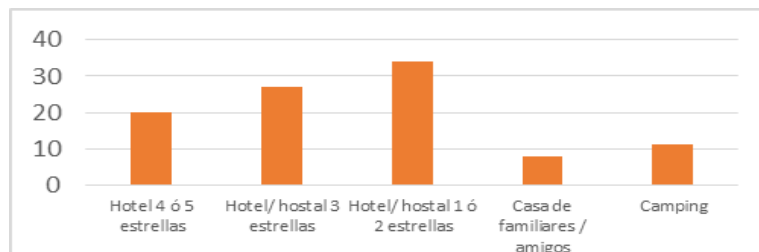
GRÁFICO N° 38 MOTIVO DE VISITA



Fuente: Elaboración propia (2017)

El tipo de alojamiento usado en un 34% a hoteles u hostales de 1 y 2 estrellas, en un 27% de 3 estrellas, y las casas familiares o de amigos en un 8%. Ver gráfico N° 39

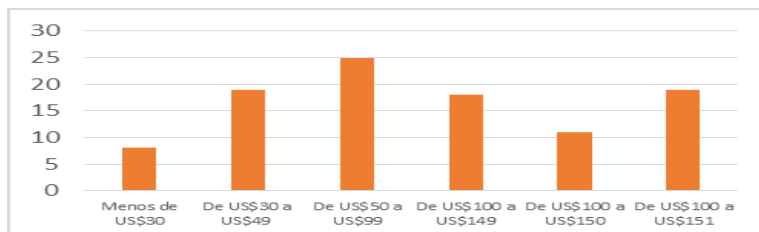
GRÁFICO N° 39 TIPO DE ALOJAMIENTO



Fuente: Elaboración propia en base al RNE

En cuanto al gasto diario por turista diario en un 25% es de US\$ 50 a US\$ 99, en un 19% es de US\$ 33 a US\$ 49, y en un 18% es de US\$ 100 a US\$ 149. Ver gráfico N° 40

GRÁFICO N° 40 GASTO DIARIO DEL TURISTA



Fuente: Elaboración propia (2017)

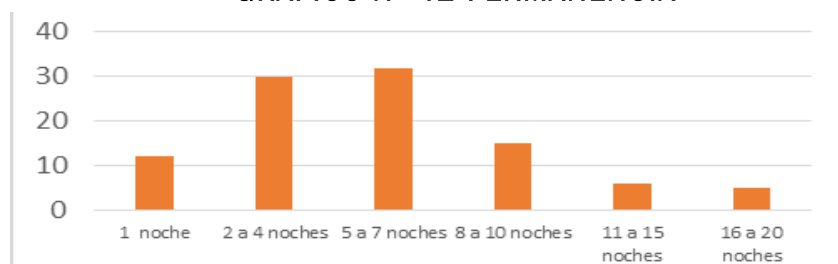
Las características del lugar de permanencia, la preferencia en un 35% es que sea accesible, en un 30% que este cercano a los servicios, un 12% aprecian la comodidad en su estadía y al 10% les interesa la cercanía a la ciudad. Ver gráfico N° 41.

GRÁFICO N° 41 CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR DE PERMANENCIA



Fuente: Elaboración propia (2017)

GRÁFICO N° 42 PERMANENCIA



Fuente: Elaboración propia (2017)

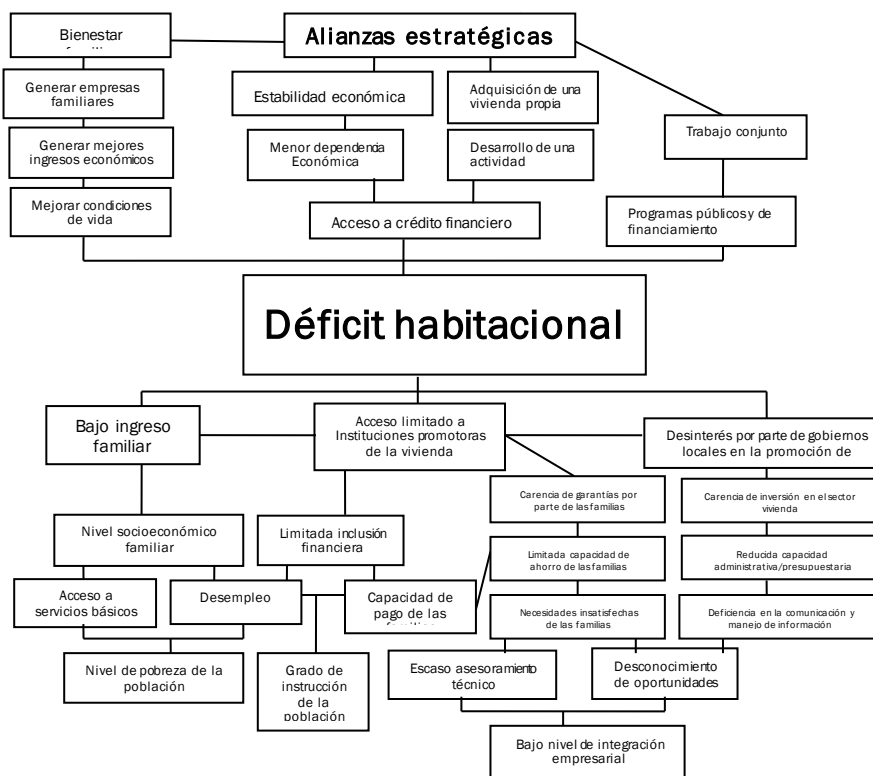
El tiempo de permanencia en la ciudad del Cusco es de 5 a 7 noches para el 32%, de 2 a 4 noches para el 30 % y el 15 % permanecen de 8 a 10 noches. Ver gráfico N° 42.

4.5 PROCESAMIENTO DE DATOS

4.5.1 Vivienda

Alineados con el objetivo del proyecto de investigación de proponer un modelo de gestión y alianza estratégica para la promoción de viviendas populares de alta densidad, que mediante convenios público-privados, permita la producción de una nueva tipología de vivienda con vocación turística para un sector determinado de la población en la región del CUSCO.

GRÁFICO N° 43 ARBOL DE CAUSAS Y EFECTOS “VIVIENDA”



Fuente: Elaboración propia (2017)

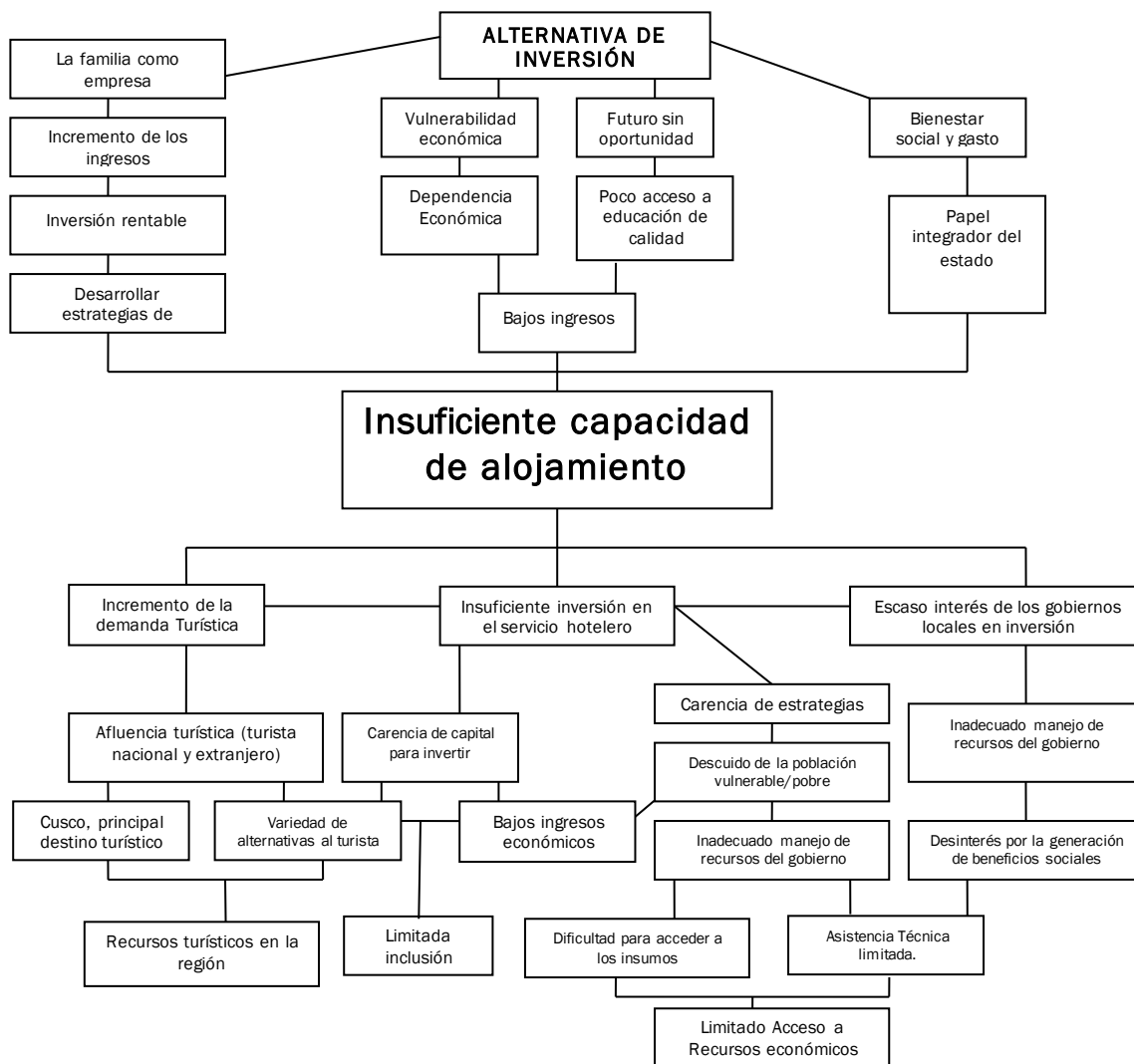
El déficit habitacional está relacionado a los bajos ingresos familiares, a la limitada promoción de la vivienda y al desinterés de los gobiernos locales, por tanto como alternativa de solución planteamos realizar una alianza estratégica orientada a la generación y financiamiento de viviendas populares de alta densidad permita la reducción del déficit habitacional de un sector determinado de la población en la ciudad del Cusco.

Para ello se propone además diseñar una nueva tipología de vivienda con vocación turística, que permita al poblador beneficiario mejorar su nivel de ingreso familiar a través de la gestión del activo como alojamiento alternativo para pagar una vivienda propia.

4.5.2 Turismo

Por otro lado la insuficiente capacidad hotelera en la ciudad del Cusco, está relacionada al aumento de arribos de turistas a la ciudad, por tanto al incremento de la demanda de servicios turísticos, que si bien se tiene una oferta variada, no es suficiente.

GRÁFICO N° 44 ARBOL DE CAUSAS Y EFECTOS “TURISMO”



Fuente: Elaboración propia (2017)

De igual manera, alineados con los objetivos de la investigación se plantea incrementar la oferta turística en la ciudad del Cusco a través de una propuesta de alojamientos alternativos que permita desarrollar una oferta competitiva y de impacto económico y social.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

5.1 POBLACIÓN

5.1.1 Ingresos y gastos de la población

Estudios realizados por INEI APEIM 2016, presenta el siguiente cuadro que resume la situación actual del ingreso familiar mensual de los diferentes NSE.

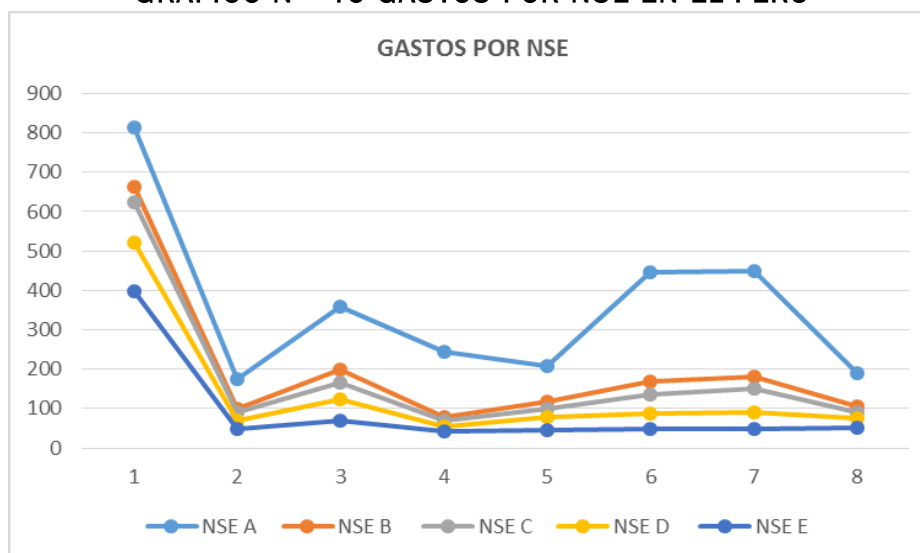
GRÁFICO N° 45 INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2016 - PERÚ URBANO

PROMEDIOS	Total Perú Urbano						
	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 598	S/. 813	S/. 662	S/. 687	S/. 625	S/. 523	S/. 399
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 95	S/. 174	S/. 101	S/. 107	S/. 91	S/. 71	S/. 49
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 182	S/. 360	S/. 200	S/. 223	S/. 166	S/. 123	S/. 70
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 95	S/. 245	S/. 79	S/. 86	S/. 69	S/. 56	S/. 42
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 109	S/. 208	S/. 119	S/. 133	S/. 99	S/. 78	S/. 46
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 173	S/. 447	S/. 168	S/. 188	S/. 137	S/. 89	S/. 50
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 177	S/. 450	S/. 180	S/. 199	S/. 150	S/. 91	S/. 48
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 101	S/. 189	S/. 106	S/. 115	S/. 92	S/. 75	S/. 52
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 2,553	S/. 4,647	S/. 2,746	S/. 2,938	S/. 2,451	S/. 1,883	S/. 1,275
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 3,171	S/. 6,379	S/. 3,363	S/. 3,604	S/. 2,994	S/. 2,161	S/. 1,365

Fuente: * Ingreso estimado en base al gasto - INEI APEIM (2016), Data ENAHO (2015)

Del grafico N° 45, se puede concluir que el ingreso gamiliar promedio en el Peru Urbano es de 3,171 S/. y el Gasto promedio es de 2,553 S/.

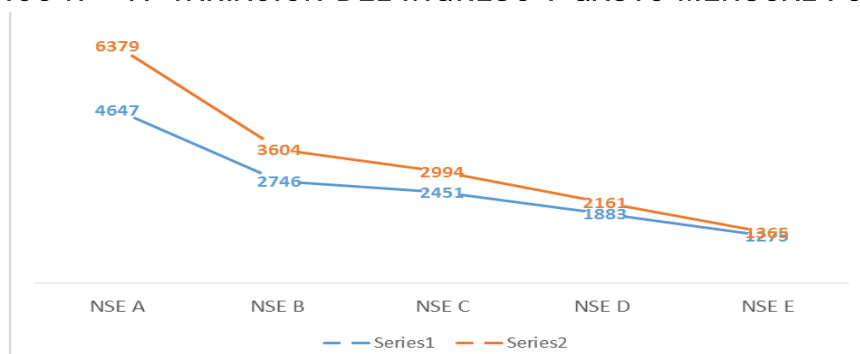
GRÁFICO N° 46 GASTOS POR NSE EN EL PERU



Fuente: * Ingreso estimado en base al gasto - INEI APEIM (2016), Data ENAHO (2015)

La variacion del gasto el ingreso y gasto mensual en el Perú urbano de los diferentes NSE. (celeste y anaranjado respectivamente). Ver grafico N° 47.

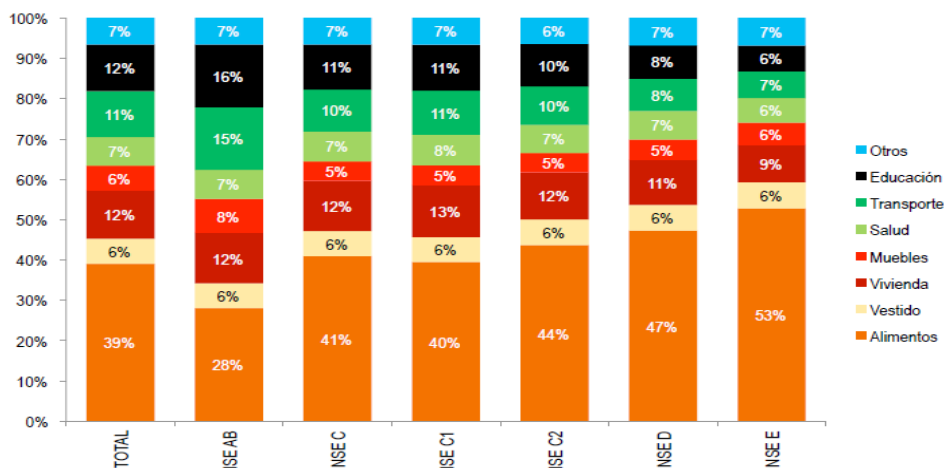
GRÁFICO N° 47 VARIACIÓN DEL INGRESO Y GASTO MENSUAL POR NSE



Fuente: * Ingreso estimado en base al gasto - INEI APEIM (2016), Data ENAHO (2015)

Distribucion del gasto de los diferentes NSE, donde la alimentacion para los NSE C y D superan el 40% del gasto total, seguida de la vivienda hasta en un 13%. Ver grafico N° 48.

GRÁFICO N° 48 DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DEL NSE “MEDIO BAJO” 2016, PERÚ URBANO



Fuente: * Ingreso estimado en base al gasto - INEI APEIM (2016), Data ENAHO (2015)

En cuanto a la distribucion del gasto por NSE en el peru urbano se determina que el monto destinado para la vivienda oscila entre 9% y 13% de total de los gastos mensuales por familia. Ver grafico N° 48

Comparando los datos obtenidos de la investigacion del “Perfil del poblador” con los datos historicos de los diferentes NSE en el Peru urbano de acuerdo al nivel de ingreso se determina lo siguiente:

CUADRO N° 26 CUADRO COMPARATIVO DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL.

NSE	INGRESO FAMILIAR MENSUAL
NSE A	6379 S/.
NSE B	3604 S/.
NSE C	2994 S/.
NSE D	2161 S/.
NSE E	1365 S/.
PERFIL DEL POBLADOR	De 1750 S/. a 2000 S/.

Fuente: Elaboración propia en base a: IPSOS Perú - INEI 2013 v INEI APEIM 2016: Data ENAHO 2015 - Perfil del poblador cusqueño

De la comparacion se concluye que el ingreso familiar mensual definido en la investigacion como “el perfil del poblador cusqueño” tiene un acercamiento al nivel de ingreso familiar

del NSE “MEDIO BAJO”, definido por estudios realizados por IPSOS Perú - INEI 2013 y INEI Apeim 2016. Ver cuadro N° 26.

A partir de los resultados obtenidos, se describe las características del poblador cusqueño en relación a datos obtenidos de las encuestas y de aquellos que corresponden al NSE “D”. Ver gráfico N° 45.

CUADRO N° 27 CARACTERÍSTICAS DEL NSE “MEDIO BAJO”

CARACTERÍSTICAS	NSE “MEDIO BAJO”
Nivel de ingreso	De 1,750 S/. a 2,161 S/.
Nivel educativo	Primaria o secundaria completa, algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad como técnicos.
Bienes - Terreno	Inmuebles rentados en su mayoría, cuentan con al menos dos habitaciones y 1 baño que puede ser completo o medio baño. Material predominante de ladrillo con estructura de concreto y adobe. Los servicios están conectados a la red pública y el acceso a internet y tv cable es limitado.
Bienes - Carro	No tienen carro, 1 televisor a color, y 1 equipo modular barato, DVDs, computadora de escritorio en algunos casos.

Fuente: Elaboración propia en base a: IPSOS Perú - INEI 2013 y INEI APEIM 2016: Data ENAHO 2015 - Perfil del poblador cusqueño

5.1.2 Número de pobladores del NSE medio bajo en el Cusco urbano

La población de la ciudad del Cusco es de 450,095 hab. Datos del INEI 2015, Considerando las Estimaciones APEIM según ENAHO 2015 el NSE medio bajo corresponde al 29.7%, y el 20.6% al NSE medio, del total de la población es decir 133,678 pobladores como se puede observar en el cuadro N° 28.

CUADRO N° 28 ESTIMADO DE POBLADORES DEL NSE “MEDIO BAJO” CUSCO URBANO

NSE	2015	POBLACION
ALTO	16%	71,565
MEDIO ALTO	21%	92720
MEDIO BAJO	30%	133678
BAJO	34%	152132
TOTAL	100%	450095

Fuente: Estimaciones APEIM según ENAHO (2015)

5.1.3 Perfil del poblador cusqueño.

El nivel socioeconómico de una persona u hogar se define a partir de sus ingresos económicos, educación, tenencia de bienes, características de la vivienda, entre otros.

En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio, es decir es la Clase Media Baja.

a) Perfil Educativo del Jefe de Familia: El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas (choferes propietarios del auto), comerciantes fijos o ambulantes (plomaría, carpintería), choferes de casas, mensajeros, cobradores, obreros, etc.

Suelen existir dentro de esta categoría algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad pero que como resultado de varios años de crisis perdieron sus empleos y ahora se dedican a trabajar en la economía informal.

b) **Perfil del Hogar:** Los hogares del NSE “medio bajo”, son inmuebles rentados ó propios generalmente heredados, el material predominante en las paredes exteriores son de ladrillo con estructuras de concreto seguidas de adobe, los pisos de cemento pulido y cerámico, los servicios están conectados a la red pública, acceso a internet limitado, uso de gas para cocinar.

Las casas o departamentos cuentan como máximo dos habitaciones y 1 baño que puede ser completo o medio baño. La mitad de los hogares cuenta calentador de agua y lavadora. Estas casas o departamentos son en su mayoría son independientes y alquiladas con rentas congeladas. Los hijos realizan sus estudios en escuelas del gobierno.

c) **Artículos que posee:** Las personas de este nivel suelen desplazarse por medio del transporte público, y si llegan a tener algún auto es de varios años de uso. La mayoría de los hogares cuenta con un televisor a color y/o equipo modular barato. Uno de cada cuatro hogares tiene DVDs y línea telefónica.

d) **Servicios:** Se puede decir que las personas de NSE “medio bajo”, poseen escasos servicios bancarios y se remiten básicamente a cuentas de ahorros, cuentas o tarjetas de débito y pocas veces tienen tarjetas de crédito nacionales.

e) **Diversión/Pasatiempos:** Asisten a parques públicos, espectáculos organizados por el gobierno, también utilizan los servicios de centros deportivos. Suelen organizar fiestas en sus vecindades. Toman vacaciones una vez al año en excursiones a su lugar de origen o al de sus familiares.

La televisión también es parte importante de su diversión y atienden preferente mente a telenovelas, programas dramáticos y programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

En el cuadro N° 29 se muestra el perfil del poblador encuestado.

CUADRO N° 29 PERFIL DEL POBLADOR ENCUESTADO

ITEM	CARACTERÍSTICA PREDOMINANTE	PORCENTAJE
EDAD	De 35 a 44 años	33%
Estado Civil	Casado - Conviviente	65%
Grado de Instrucción	Técnico - profesional	30%
Lugar de procedencia	Distritos del Cusco	45%
Ingreso familiar mensual		
De la Encuesta	De 1750.00 S/. a 2000. S/.	33%
De los requisitos del FMV	2444.00 S/.	
De INEI APEIM (2016)	2161.00 S/.	
Promedio de ingreso familiar	2201.00 S/.	
N° INTEGRANTES FAMILIA	4 Personas	35%
Ocupación	Empleado	32%
	Técnico	30%

Fuente: Elaboración propia (2017)

5.2 VIVIENDA

5.2.1 Déficit de vivienda en el Cusco urbano

Estudios realizados por *Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO - 2012)*, presenta el siguiente cuadro que resume la situación actual de la tenencia de vivienda por hogares en relación a los diferentes NSE de la ciudad del Cusco.

CUADRO N° 30 TENENCIA DE VIVIENDA EN EL CUSCO URBANO

NSE	NO TIENE (# hogares)	% NT (# hogares)
NSE ALTO	2,696	11.62%
NSE MEDIO ALTO	7,784	33.54%
NSE MEDIO BAJO	12,729	54.85%
TOTAL	23,209	100.00 %

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, CAPECO (2012)

De acuerdo a los estudios del Instituto de la Construcción y Desarrollo, de la Cámara Peruana de la Construcción, señala que para el año 2012 la demanda asciende a 23,209 hogares, distribuidos en tres estratos socio económico. El estrato socio económico medio bajo es el que presenta la mayor demanda efectiva con 12,729 hogares 54.85%. Ver cuadro N° 30.

CUADRO N° 31 POBLACIÓN DEL NSE “MB” SIN VIVIENDA

NSE	POBLACION TOTAL	% SIN VIVIENDA	POBLACION SIN VIVIENDA
MEDIO BAJO	133,678	54,85%	73,323

Fuente: Cámara Peruana de la Construcción, CAPECO (2012)

La población del NSE “medio bajo” en la ciudad del Cusco es de 133.678 habitantes de acuerdo a las estimaciones del ENAHO 2015; de este total el 54,85% no tiene acceso a una vivienda de acuerdo a los estudios realizados por CAPECO 2012, es decir 73.323 Pobladores, que relacionando ambos datos, el número de integrantes por familia sería aproximadamente 5.7 integrantes. Ver cuadro N° 31.

El déficit en el Cusco urbano alcanza a 12.729 hogares, es decir 73.323 pobladores del NSE MEDIO BAJO al 2012.

5.2.2 Condición de la vivienda en la ciudad del Cusco.

Se define las características de la vivienda en base a las encuestas realizadas; la perspectiva del poblador Cusqueño en cuanto a la condición de su vivienda y la necesidad de adquirir una vivienda es la siguiente:

CUADRO N° 32 CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DE LA VIVIENDA

ITEM	CARACTERÍSTICA	PORCENTAJE
CONDICION DE LA VIVIENDA	En alquiler	43%
NIVEL DE SATISFACCION	Nada	45%
MONTO PAGADO POR ALQUILER DE VIVIENDA	De 300 a 500 S/.	63%
INTERES POR ADQUIRIR UNA VIVIENDA	Muy probable	64%
MOTIVACION PARA ADQUIRIR UNA VIVIENDA	El precio	67%
PREFERENCIAS PARA LA UBICACIÓN DE LA VIVIENDA	San Jerónimo	31
MONTO MENSUAL DISPONIBLE PARA UNA VIVIENDA PROPIA	De 500 a 700 S/.	42%
TIEMPO PARA FINANCIAR LA COMPRA DE LA VIVENDA	20 Años	43%
FORMA DE FINANCIAMIENTO	Subsidios públicos Créditos hipotecarios Ahorros propios,	35% 28% 22%

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y datos históricos. (2017)

En el cuadro N°32 se muestra las características de la vivienda de acuerdo a la encuesta realizada para el NSE “medio bajo”.

5.3 TURISMO

Esta parte del capítulo se desarrolla en base a dos estudios: el Perfil del Turista Extranjero 2014 “El Turismo en Cifras”, publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo – PROMPERÚ y al boletín estadístico de turismo al 2015 elaborado por DIRCETUR / MINCETUR y a las encuestas realizadas a turistas en la ciudad del Cusco.

5.3.1 Tipos de alojamiento en el Perú y en la ciudad del Cusco

De acuerdo a la norma técnica A.030 del RNE, los establecimientos de hospedaje se clasifican en:

a) Hotel: Establecimiento que cuenta con no menos de 20 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea. Los establecimientos de Hotel se caracterizan de 1 a 5 estrellas.

b) Apart-Hotel: Establecimiento de hospedaje que está compuesto por departamentos que integran una unidad de explotación y administración. Los Apart-Hotel pueden ser categorizados de 3 a 5 estrellas.

c) Hostal: Establecimiento de hospedaje que cuenta con no menos de 6 habitaciones y que ocupa la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independizado, constituyendo sus dependencias una estructura homogénea.

d) Resort: Establecimiento de hospedaje ubicado en zonas vacacionales, tales como playas, ríos y otros de entorno natural, que ocupa la totalidad de un conjunto de edificaciones y posee una extensión de áreas libre alrededor del mismo.

e) Ecolodge: Establecimiento de hospedaje cuya actividad se desarrollan en espacios naturales, cumpliendo los principios del Ecoturismo.

f) Albergue: Establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado grupo de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines, que determinarán la modalidad del mismo.

5.3.2 Capacidad instalada de alojamientos al 2015

La capacidad instalada en la provincia del Cusco ha ido aumentando en los últimos años, pasando de 758 establecimientos (11,539 habitaciones y 22,427 camas) el 2013 a 881 establecimientos (12,799 habitaciones y 24,854 camas) el 2015. Es decir se incrementaron 2427 camas en dos años. Ver cuadro N° 33.

CUADRON° 33 PROVINCIA DE CUSCO: INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2013 - 2015

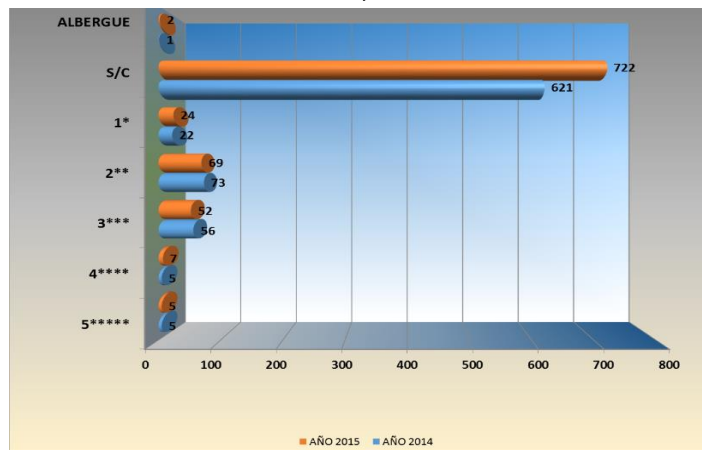
CATEGORIA	2013			2014			2015		
	ESTABLEC	HABITAC	CAMAS	ESTABLEC	HABITAC	CAMAS	ESTABLEC	HABITAC	CAMAS
5*****	5	631	1,275	5	580	1,164	5	576	1,156
4****	5	510	955	5	501	953	7	748	1,386
3***	55	179	3,485	56	1,904	3,666	52	1,785	3,495
SUBTOTAL >3***	65	2,932	5,715	66	2,985	5,783	64	3,109	6,037
2**	73	1,338	2,565	73	1,366	2,586	69	1,330	2,434
1*	18	255	431	22	303	545	24	354	633
S/C	601	7,002	13,650	621	7,312	14,377	722	7,938	15,473
SUB TOTAL <3***	692	8,595	16,646	716	8,981	17,508	815	9,622	18,54
ALBERGUE	1	12	66	1	12	55	2	68	277
(*) TOTAL	758	11,539	22,427	783	11,978	23,346	881	12,799	24,854
VARIACION				25	439	919	98	821	1508

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

De acuerdo a los datos de la oficina de estadística de la DIRCETUR Cusco, se observa que la Provincia mostró un incremento de 98 nuevos establecimientos de corta estancia pasando de 783 en el año 2014 a 881 en el año 2015.

Por su parte, la cantidad ofertada de habitaciones y de camas, nos muestra un incremento de 821 habitaciones y 1,508 camas para el este periodo.

GRÁFICO N° 49 PROV. DE CUSCO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CATEGORÍA, 2014 - 2015



Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

El año 2014 el número de alojamientos “Sin Categoría” fue de 621 y en el año 2015 fue de 722 registrándose un aumento en 101 establecimientos. Ver gráfico N° 49.

En el Cuadro N° 34, se observa que la ciudad del Cusco cuenta con 881 establecimientos de hospedaje, con 12,799 habitaciones y 24,854 camas en el año 2015 registradas en la DIRCETUR Cusco.

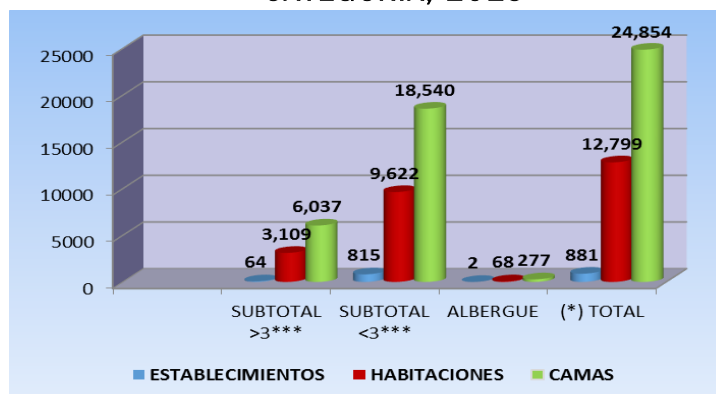
CUADRO N° 34 PROVINCIA DE CUSCO: INFRAESTRUCTURA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015

CATEGORÍA	NUMERO DE				N° HAB / ESTABLEC.	N° CAMAS / ESTABLEC.
	ESTABLEC.	%	HABITAC.	CAMAS		
5*****	5	0.57	576	1,156	115	231
4****	7	0.79	748	1,386	107	198
3***	52	5.90	1,785	3,495	34	67
SUBTOTAL >3***	64	7.26	3,109	6,037	49	94
2**	69	7.83	1,33	2,434	19	35
1*	24	2.72	354	633	15	26
S/C	722	81.95	7,938	15,473	11	21
SUBTOTAL <3***	815	92.51	9,622	18,54	12	23
ALBERGUE	2	0.23	68	277	34	139
(*) TOTAL	881	100.00	12,799	24,854	15	28

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Por su parte, la capacidad disponible que poseen los establecimientos con 3, 4 y 5 estrellas registran 3,109 habitaciones y 6,037 camas; mientras que los hospedajes de menor categoría reúnen un total de 9622 habitaciones y 18,540 camas.

GRÁFICO N° 50 REGIÓN CUSCO: DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015



Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la dirección de turismo (2015)

En cuanto, a la infraestructura promedio se tiene que los alojamientos con más de 3*** disponen de 49 habitaciones y 94 camas en promedio, mientras que los hospedajes con menos de 3*** disponen de 12 habitaciones y de 23 camas aproximadamente. Ver Gráfico N° 50.

De acuerdo al Perfil del Vacacionista Nacional 2015 las noches de permanencia en el lugar visitado para el 57 % es de 4 a 7 noches (5.5), y del perfil del Turista Extranjero 2013 su permanencia asciende a 6 noches en promedio en la región del Cusco.

CUADRO N° 35 OFERTA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015

CONCEPTO	CAMAS	DIAS	CAMAS / MES	PROM. DE PERMAN. (DIAS)	N° TURISTA POR OFERTA MENSUAL	%
OFERTA >3***	6,037	30	181,110	6	30,185	24%
OFERTA <3***	18,540	30	556,200	5,5	101,127.27	75%
ALBERGUE	277	30	8,310	2	8,25	1%
OFERTA TOTAL (1)	24,854	30	745,620	4,5	165,693.33	100%

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de Turismo (2015)

Para el año 2015, la disponibilidad de camas ofertadas por los establecimientos de hospedaje en la provincia del Cusco asciende a 24,854 camas aproximadamente.

Asimismo, el promedio total de días que permanece un turista en la provincia del Cusco es de 4.5. Por lo tanto, si se utiliza el total de la capacidad instalada (745,620/4.5) podrían ser atendidos aproximadamente 165,693.33 visitantes mensualmente en la Región Cusco. Ver cuadro N° 47

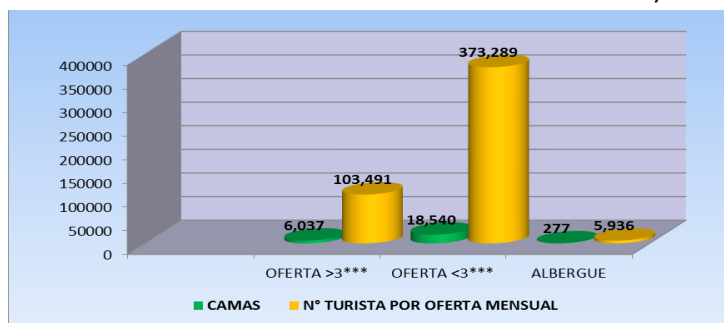
CUADRO N° 36 OFERTA HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015

CONCEPTO	OFERTA MENSUAL
N° DE CAMAS 2015	165,693.3
ARRIBOS OCTUBRE 2015	168,306.0
DEFICIT	-2,612.67

Fuente: Elaboración propia en Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Por su parte, los establecimientos de más de 3*** podrían atender a más de 103 mil turistas y los hospedajes con menos de 3*** a más de 373 mil visitantes. Ver gráfico N° 51.

GRÁFICO N° 51 OFERTA HOTELERA MENSUAL, 2015



Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la dirección de turismo (2015)

La oferta hotelera se concentra en establecimientos de menos de 3***. Ver gráfico N° 51.

5.3.3 Tipos de turistas que llegan al Perú / Cusco

a) El turista

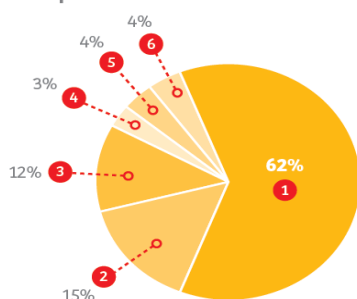
Persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de doce meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no es realizar una actividad remunerada o residir en el lugar de destino.

- **Vacacionista:** Turista que viaja por motivos de recreación u ocio, siendo el propio turista quien decide hacer el viaje turístico. En ocasiones, se visita a parientes y amigos, aunque este no es el motivo principal de la visita.
- **Mejor prospecto de vacacionista:** Vacacionista que gasta US\$ 1,000 o más durante su estadía.
- **Turista de negocios:** Turista que viaja por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la organización para la que trabaja. Además, la realización del viaje y su costeo son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al viajero mismo.

El turismo de vacaciones es el principal segmento del turismo receptivo en el Perú, tanto por el número de arribos como por el gasto realizado. Le sigue el turismo de negocios.

GRÁFICO N° 52 MOTIVOS DE VIAJE Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Participación de mercado



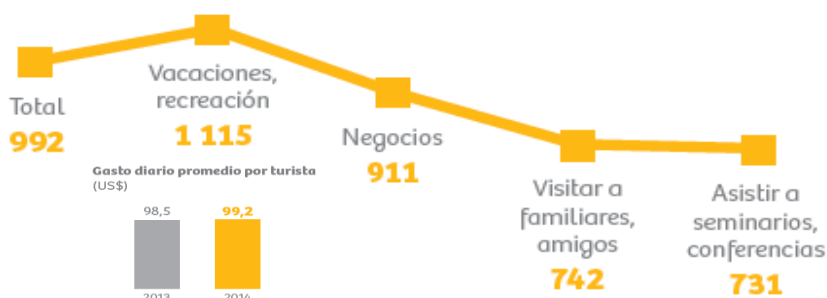
Principal motivo de viaje al Perú	Llegadas de turistas extranjeros 2014
1. Vacaciones	1 894 845
2. Negocios	458 430
3. Visita a familiares	366 744
4. Asistir a seminarios y conferencias	91 686
5. Salud / Tratamiento médico	122 248
6. Otros	122 248
Total	3 056 202

Fuente: Perfil del Turista Extranjero (2014) "El Turismo en Cifras" publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo – PROMPERÚ.

Los vacacionistas fueron los que registraron un mayor gasto durante su estadía. Los turistas de negocios realizaron el mayor gasto diario (US\$ 130). Ver gráfico N° 52.

GRÁFICO N° 53 GASTO POR MOTIVOS DE VIAJE

Gasto por motivo de viaje
(US\$ por turista promedio)



Fuente: Perfil del Turista Extranjero (2014) "El Turismo en Cifras" publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la exportación y el turismo - PROMPERÚ.

Tanto el promedio del gasto durante toda la estadía (US\$ 992) como el gasto diario (US\$ 99,2) se incrementaron con respecto al 2013, montos no incluyen pasajes de ingreso y salida del país. Ver gráfico N° 53.

5.3.4 Arribos de turistas a la provincia del Cusco

En el año 2015 los arribos de turistas experimentó un crecimiento del 5.89% respecto al año 2014, sustentado principalmente por el aumento de los visitantes extranjeros que superó en 9.28% a los arribos registrados en el año 2014.

De los últimos 15 años, se observa que el año 2004 reportó el mayor incremento de arribos de turistas, llegando a 31,44% debido al aumento de visitantes extranjeros (34,72%). Por el contrario, el año 2001 se registró la disminución de visitantes en un 10,34%. Ver cuadro N° 37.

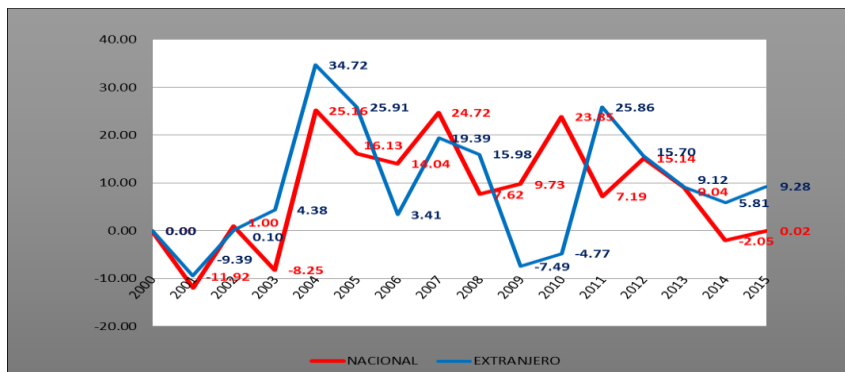
CUADRON° 37 PROVINCIA DE CUSCO: EVOLUCIÓN DEL ARRIBO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS, 2000 - 2015

AÑO	VISITANTES			VARIACION ANUAL PORCENTUAL		
	NACIONAL	EXTRANJERO	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJERO	VAR % TOTAL
2000	175,097	288,695	463,792	-	-	-
2001	154,23	261,595	415,825	-11.92	-9.39	-10.34
2002	155,78	261,859	417,639	1.00	0.10	0.44
2003	142,935	273,319	416,254	-8.25	4.38	-0.33
2004	178,891	368,229	547,12	25.16	34.72	31.44
2005	207,74	463,633	671,373	16.13	25.91	22.71
2006	236,916	479,459	716,375	14.04	3.41	6.70
2007	295,488	572,449	867,937	24.72	19.39	21.16
2008	317,995	663,934	981,929	7.62	15.98	13.13
2009	348,93	614,225	963,155	9.73	-7.49	-1.91
2010	432,152	584,907	1,017,059	23.85	-4.77	5.60
2011	463,243	736,185	1,199,428	7.19	25.86	17.93
2012	533,37	851,75	1,385,120	15.14	15.70	15.48
2013	581,604	929,414	1,511,018	9.04	9.12	9.09
2014	569,663	983,45	1,553,113	-2.05	5.81	2.79
2015	569,781	1,074,750	1,644,531	0.02	9.28	5.89

Fuente: Base de datos MINCETUR - DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Además, el año 2015 la ciudad del Cusco tuvo la presencia de un total de 1, 644,531 turistas entre Nacionales y Extranjeros. Ver gráfico N° 54.

GRÁFICO N° 54 PROVINCIA DE CUSCO: VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL DE ARRIBOS 1996 - 2015



Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la dirección de turismo (2015)

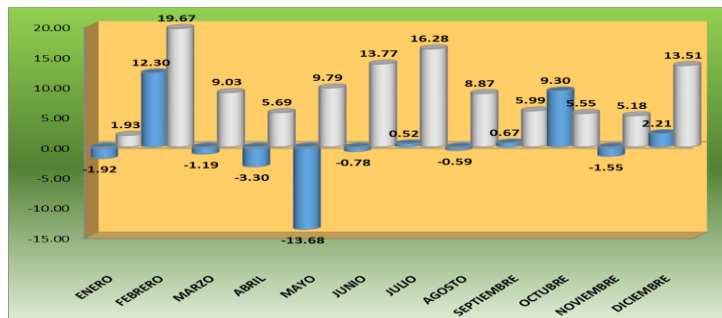
El año 2015 la variación porcentual de arribos aumento en 5.89 %, el aumento se da principalmente en los arribos extranjeros. Ver Cuadro N° 38.

CUADRO N° 38 PROV. CUSCO: EVOLUCIÓN DE LOS ARRIBOS MENSUALES 2014 - 2015

MES	2014			2015			VARIACIONES PORCENTUALES		
	NAC.	EXTR.	TOTAL	NAC.	EXTR.	TOTAL	NAC.	EXTR.	TOTAL
ENERO	46,358	64,445	110,803	45,469	65,69	111,159	-1.92	1.93	0.32
FEBRERO	40,102	43,389	83,491	45,033	51,922	96,955	12.30	19.67	16.13
MARZO	45,283	69,439	114,722	44,746	75,712	120,458	-1.19	9.03	5.00
ABRIL	44,845	87,263	132,108	43,367	92,232	135,599	-3.30	5.69	2.64
MAYO	50,043	93,697	143,74	43,197	102,874	146,071	-13.68	9.79	1.62
JUNIO	45,108	83,714	128,822	44,756	95,243	139,999	-0.78	13.77	8.68
JULIO	51,086	100,583	151,669	51,352	116,954	168,306	0.52	16.28	10.97
AGOSTO	52,11	101,225	153,335	51,803	110,204	162,007	-0.59	8.87	5.66
SEPTIEMBRE	46,401	95,094	141,495	46,71	100,789	147,499	0.67	5.99	4.24
OCTUBRE	51,07	97,162	148,232	55,818	102,558	158,376	9.30	5.55	6.84
NOVIEMBRE	49,897	81,43	131,327	49,122	85,645	134,767	-1.55	5.18	2.62
DICIEMBRE	47,36	66,009	113,369	48,408	74,927	123,335	2.21	13.51	8.79
TOTAL (1)	569,663	983,45	1,553,113	569,781	1,074,750	1,644,531	0.02	9.28	5.89

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

GRÁFICO N° 55 PROV. CUSCO: VARIACIÓN ANUAL POR MESES DE ARRIBOS 2015



Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Asimismo, se observa que el mayor crecimiento de turistas se reportó en el mes de Febrero llegando al 16,13% en comparación al año 2014, debido principalmente al aumento de visitantes extranjeros (19.67%). Seguido del mes de Julio con el 10.97% de incremento debido especialmente al mayor arribo de turistas extranjeros (1628%). Ver gráfico N° 55.

CUADRON° 39 PROV. CUSCO: TENDENCIA DE PERNOCTACIÓN 1996 - 2015

AÑOS	PERNOCTACIONES			ARRIBOS			PERNOCTACIONES/ARRIBOS		
	NACIONAL (NP)	EXTRANJ (EP)	TOTAL (TP)	NACIONAL (NA)	EXTRANJ (EA)	TOTAL (TA)	NACIONAL (NP/NA)	EXTRANJ (EP/EA)	TOTAL (TP/TA)
1996	287,895	409,954	697,849	174,269	167,463	341,732	1.65	2.45	2.04
1997	275,814	403,672	679,486	172,147	170,374	342,521	1.60	2.37	1.98
1998	255,185	441,274	696,459	159,333	192,221	351,554	1.60	2.30	1.98
1999	282,1	569,316	851,416	170,369	240,075	410,444	1.66	2.37	2.07
2000	283,107	654,174	937,281	175,097	288,695	463,792	1.62	2.27	2.02
2001	258,058	603,114	861,172	154,23	261,595	415,825	1.67	2.31	2.07
2002	253,171	605,078	858,249	155,78	261,859	417,639	1.63	2.31	2.06
2003	246,895	610,931	857,826	142,935	273,319	416,254	1.73	2.24	2.06
2004	317,375	853,766	1,171,141	178,891	368,229	547,12	1.77	2.32	2.14
2005	373,334	1,050,826	1,424,160	207,74	463,633	671,373	1.80	2.27	2.12
2006	414,793	1,088,948	1,503,741	236,916	479,459	716,375	1.75	2.27	2.10
2007	511,16	1,253,376	1,764,536	295,488	572,449	867,937	1.73	2.19	2.03
2008	523,745	1,412,960	1,936,705	317,995	663,934	981,929	1.65	2.13	1.97
2009	571,921	1,337,727	1,909,648	348,93	614,225	963,155	1.64	2.18	1.98
2010	701,801	1,241,580	1,943,381	432,152	584,907	1,017,059	1.62	2.12	1.91
2011	743,36	1,529,651	2,273,011	463,243	736,185	1,199,428	1.60	2.08	1.90
2012	867,119	1,751,834	2,618,953	533,37	851,75	1,385,120	1.63	2.06	1.89
2013	965,493	1,886,746	2,852,239	581,604	929,414	1,511,018	1.66	2.03	1.89
2014	906,976	1,987,863	2,894,839	569,663	983,45	1,553,113	1.59	2.02	1.86
2015	914,354	2,105,335	3,019,689	569,781	1,074,750	1,644,531	1.60	1.96	1.84

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Como se observa, la evolución de los arribos y pernoctaciones muestran un crecimiento sostenido principalmente al incremento de visitantes extranjeros, llegando al año 2015 con 3, 019,689 pernoctaciones y 1, 644,531 arribos en la provincia del Cusco. Ver cuadro N° 39

En tanto, el promedio total de permanencia de los visitantes para el año 2015 es de 1.84 Pernoctaciones por arribo; así mismo, siendo del turista extranjero (1.96 pernocte por arribo) y del turista nacional (1,60 pernocte por arribo) en la ciudad del Cusco.

En cuanto a la evolución de arribos de turistas a la Ciudad del Cusco, el año 2015 muestra un significativo crecimiento de arribos de turistas extranjeros, llegando al 6.18% en comparación a los registrados el año 2014.

En cuanto a la procedencia, 25,78% del total de arribos de turistas provienen principalmente de los Estados Unidos de Norte América. Ver cuadro N° 40.

Por su parte, en Sudamérica Brasil es el país con mayor cantidad de emisión de visitantes a la provincia del Cusco aportando con el 8.11% del total.

CUADRO N° 40 PROV. DE CUSCO: ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA

N° DE ORDEN	PAIS	2014	2015	PARTICIPACION % al 2015	VARIACION % 2014-2015
1	ARGENTINA	50,381	56,599	5.45	12.34
2	ALEMANIA	43,497	4,518	0.43	-89.61
3	BOLIVIA	3,59	4,4	0.42	22.56
4	BRASIL	88,74	84,209	8.11	-5.11
5	CANADA	43,793	47,302	4.55	8.01
6	CENTRO AMERICA	6,671	11,455	1.10	71.71
7	COLOMBIA	35,037	33,593	3.23	-4.12
8	CHILE	38,915	44,009	4.24	13.09
9	ECUADOR	9,305	9,891	0.95	6.30
10	ESTADOS UNIDOS (USA)	230,419	267,808	25.78	16.23
11	ESPAÑA	33,351	39,276	3.78	17.77
12	FRANCIA	60,371	66,771	6.43	10.60
13	ITALIA	17,62	19,702	1.90	11.82
14	JAPON	32,446	30,808	2.97	-5.05
15	KOREA DEL NORTE	2,346	2,863	0.28	22.04
16	MEXICO	29,553	36,726	3.54	24.27
17	PARAGUAY	2,091	3,475	0.33	66.19
18	INGLATERRA - REINO UNIDO	56,922	61,252	5.90	7.61
19	URUGUAY	5,942	6,746	0.65	13.53
20	VENEZUELA	3,612	3,315	0.32	-8.22
21	AFRICA	2,12	2,731	0.26	28.82
22	OCEANIA (AUSTRALIA &)	50,946	53,827	5.18	5.66
23	OTROS PAISES DE AMERICA	8,156	9,481	0.91	16.25
24	OTRO PAIS DE ASIA	11,356	13,002	1.25	14.49
25	OTRO PAIS DE EUROPA	83,805	90,25	8.69	7.69
26	INDIA	3,827	4,149	0.40	8.41
27	ISRAEL	12,142	9,969	0.96	-17.90
28	KOREA DEL SUR	2,385	5,518	0.53	131.36
29	REPUBLICA POPULAR CHINA	6,671	12,027	1.16	80.29
30	SINGAPUR	1,266	1,557	0.15	22.99
31	TAIWAN	916	1,427	0.14	55.79
	TOTAL (2)	978,192	1,038,656	100.00	6.18

Fuente: Base de datos MINCETUR - DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la dirección de turismo (2015)

En cuanto al arribo de turistas según departamento de procedencia, para el año 2015, la Provincia registra una reducción del 1.47% de los arribos de turistas nacionales en comparación al año anterior. Ver cuadro N° 41.

En cuanto a la procedencia de los visitantes nacionales a la ciudad del Cusco, el 31.49% de excursionistas están referidos a visitantes del interior de la Región del Cusco. Asimismo, visitantes de Lima Metropolitana y del Callao llegaron al 32.91% del total de visitantes nacionales el año 2015.

CUADRO N° 41 PROV. CUSCO: ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN DEPARTAMENTO DE PROCEDENCIA

NRO DE ORDEN	DEPARTAMENTO	2014	2015	PARTICIPACION PORCENTUAL 2014	VARIACION PORCENTUAL 2013-2014
1	AMAZONAS	434	707	0.12	62.90
2	ANCASH	1,074	1,468	0.26	36.69
3	APURIMAC	25,55	23,11	4.03	-9.55
4	AREQUIPA	34,525	36,344	6.34	5.27
5	AYACUCHO	3,209	3,058	0.53	-4.71
6	CAJAMARCA	3,678	6,031	1.05	63.97
7	CUSCO	200,155	180,599	31.49	-9.77
8	HUANCAVELICA	1,099	1,011	0.18	-8.01
9	HUANUCO	810	800	0.14	-1.23
10	ICA	3,211	3,244	0.57	1.03
11	JUNIN	18,761	1,655	0.29	-91.18
12	LA LIBERTAD	3,61	3,597	0.63	-0.36
13	LAMBAYEQUE	1,911	2,717	0.47	42.18
14	LIMA	150,12	188,724	32.91	25.72
15	LORETO	1,232	970	0.17	-21.27
16	MADRE DE DIOS	20,165	18,944	3.30	-6.06
17	MOQUEGUA	996	1,277	0.22	28.21
18	PASCO	296	433	0.08	46.28
19	PIURA	2,524	2,626	0.46	4.04
20	PUNO	29,767	23,864	4.16	-19.83
21	REGION LIMA	55,256	66,085	11.52	19.60
22	SAN MARTIN	997	1,054	0.18	5.72
23	TACNA	5,159	4,19	0.73	-18.78
24	TUMBES	305	592	0.10	94.10
25	UCAYALI	287	333	0.06	16.03
	TOTAL (3)	565,131	573,433	100.00	1.47

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

En el Cuadro N° 42, se observa un crecimiento continuo de la cantidad de visitantes nacionales y extranjeros a la Ciudad del Cusco en el periodo 2005 al 2020, donde los meses de mayor afluencia es septiembre seguido de agosto y julio.

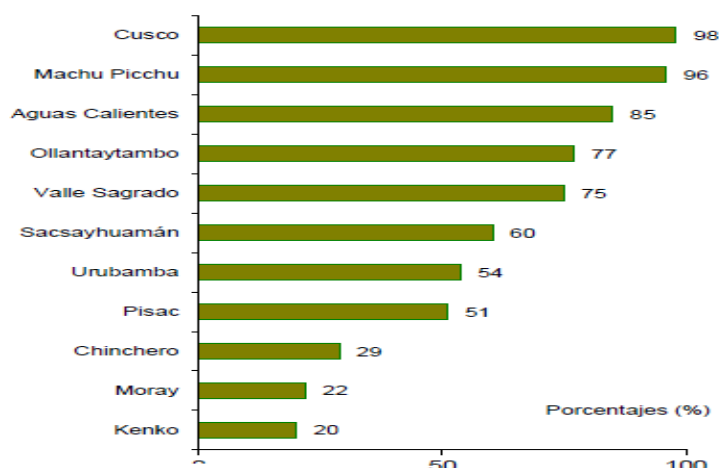
CUADRO N° 42 PROVINCIA DE CUSCO: PROYECCIÓN DE ARRIBO DE TURISTAS, 2016 - 2020

MES	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016/P	2017/P	2018/P	2019/P
ENERO	44,718	45,389	53,103	67,162	68,652	74,917	81,247	97,421	101,119	110,803	112,607	119,396	126,185	132,974	139,763
FEBRERO	39,146	41,364	50,277	57,520	59,361	37,558	65,878	81,800	83,896	83,491	97,712	103,569	109,425	115,282	121,138
MARZO	54,134	53,059	65,821	75,762	71,564	53,426	82,997	100,492	112,423	114,722	120,814	127,482	134,150	140,818	147,486
ABRIL	48,151	61,887	71,302	75,402	83,444	74,097	98,331	117,464	113,760	132,108	136,881	145,754	154,627	163,500	172,373
MAYO	58,686	59,124	70,024	82,592	81,570	94,579	103,558	120,025	134,112	143,740	148,574	157,563	166,552	175,540	184,529
JUNIO	54,921	57,660	71,931	79,840	78,454	93,479	98,988	117,864	129,836	128,822	140,262	148,796	157,330	165,864	174,398
JULIO	69,398	73,214	91,153	100,677	92,872	108,189	126,288	133,688	145,887	151,669	161,103	170,274	179,444	188,615	197,785
AGOSTO	70,990	76,202	93,861	102,708	91,466	108,792	124,731	131,072	151,840	153,335	161,834	170,918	180,003	189,087	198,172
SEPTIEMBRE	63,256	64,078	76,393	92,497	89,456	96,677	106,477	126,364	141,183	141,495	151,218	160,014	168,810	177,607	186,403
OCTUBRE	65,613	72,953	85,860	97,380	96,190	105,338	119,977	140,685	147,961	148,232	162,009	171,649	181,288	190,928	200,567
NOVIEMBRE	58,430	61,310	76,703	81,447	83,054	90,629	101,283	114,903	125,429	131,327	137,884	145,829	153,775	161,720	169,666
DICIEMBRE	43,930	50,135	61,509	68,942	67,072	79,378	89,673	103,342	123,572	113,369	127,515	135,874	144,232	152,591	160,949
TOTAL	671,373	716,375	867,937	981,929	963,155	1,017,059	1,199,428	1,385,120	1,511,018	1,553,113	1,658,413	1,757,117	1,855,821	1,954,525	2,053,229

Fuente: Base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: Oficina de estadística de la Dirección de turismo (2015)

Asimismo, en las proyecciones realizadas al 2020, se observa una tendencia positiva con 2,053,229 visitantes; es decir 394,816 más visitantes que el 2015, por lo tanto se afirma que la ciudad del Cusco es y seguirá siendo el principal destino turístico del País.

GRÁFICO N° 56 REGIÓN DE CUSCO: PRINCIPALES ATRACTIVOS VISITADOS



Fuente: Perfil del Turista Extranjero que visita el departamento de Cusco (2014)

Los principales atractivos en la región del Cusco son: Cusco ciudad, Machupicchu, Sacsayhuaman, Valle Sagrado de los Incas, Ollantaytambo, Pisac, Choquequirao, Típon, Maras, entre otros. Ver gráfico N° 56.

5.3.5 Perfil del turista que visita el Cusco.

A partir de la información recolectada en campo a través de las encuestas y los datos históricos se tiene el perfil del turista que visita la ciudad del Cusco. Ver cuadro N° 43

CUADRO N° 43 EL PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA CUSCO

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS	PORC
Edad	De 25 a 34 años	33%
Estado Civil	Soltero	49%
Grado de Instrucción	Universitaria	49%
País de residencia	EEUU / CHILE	26% / 7%
Ingreso familiar anual	De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	25%
Tenencia de hijos	SIN HIJOS	68%
Ocupación	Estudiante/ Profesional Ejecutivo	16%/13%
Modalidad de viaje al Perú	Usó agencia de viajes/ Vino por su cuenta	50%/50%
Motivo de visita al Perú	Vacaciones, recreación u ocio (compras)	88%
Conformación del grupo de viaje	Con amigos o parientes, sin niños Solo / Con su pareja	35% 33%/28%
Tipo de alojamiento utilizado	Hotel/ hostel 1 o 2 estrellas Casa de familiares y amigos/ Camping	34% 8% /11%
Permanencia	Permanencia promedio Permanencia mediana	6 Noches 5 Noches
Gasto en el Perú (promedio)	De US\$1,000 a US\$1,499	25%
Actividades realizadas en Cusco	Visitar sitios arqueológicos Pasear, caminar por la ciudad Visitar iglesias/catedrales/conventos	93% 86% 79%
Elección de un destino turístico	Cultura diferente/ Variedad de actividades Costo del viaje	81%/70% 47%
Medios de información	Internet (en general) Recomendación de amigos	72% 49%

Fuente: MINCETUR, perfil del turista extranjero - "El turismo en cifras" (2016)

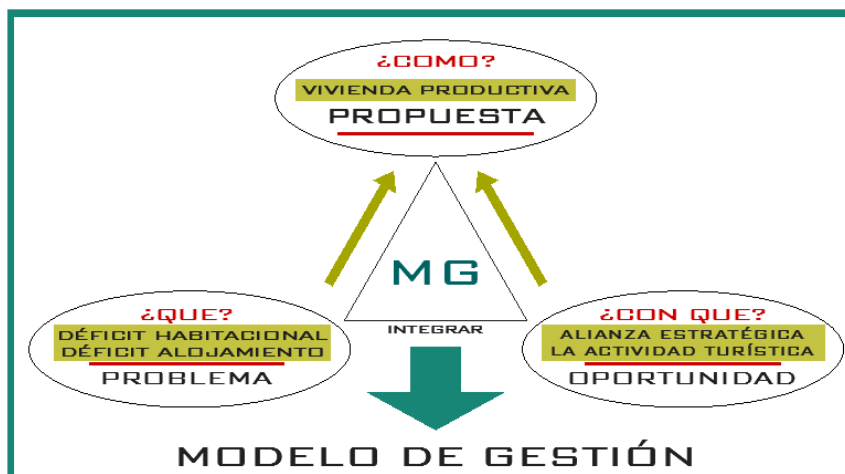
Del 2011 al 2016 el flujo de inversión en hoteles fue de US\$ 600 millones, y al 2021 se espera una inversión de US\$ 1 141 millones, es decir; casi el doble del monto del período anterior.

CAPÍTULO VI: MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS.

El espacio edificado en la ciudad del Cusco sigue en expansión y ha venido ocupando el valle del Huatanay y sus laderas con una tendencia básicamente horizontal; proceso que va generando grandes desafíos para su gestión y sostenibilidad en el tiempo.

La pérdida de la densidad significa el aumento de los costos de todas las infraestructuras y su mantenimiento, la ciudad expulsa población a la periferia y estas áreas constituyen sectores potenciales para la recepción de nuevos proyectos y programas que impliquen la renovación del sector en el que se encuentran y alrededores; sin embargo esta perspectiva también es aplicable a sectores que aun estando en zonas consolidadas de la ciudad no son aprovechadas en todo su potencial; por ello, se pretende generar una oportunidad para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la ciudad, de la infraestructura instalada, la disponibilidad de servicios y equipamiento público, garantizando el acceso al suelo de diversos sectores socio económicos.

GRÁFICO N° 57 MODELO DE GESTIÓN - TRIPLE HELICE



Fuente: Elaboración propia (2017)

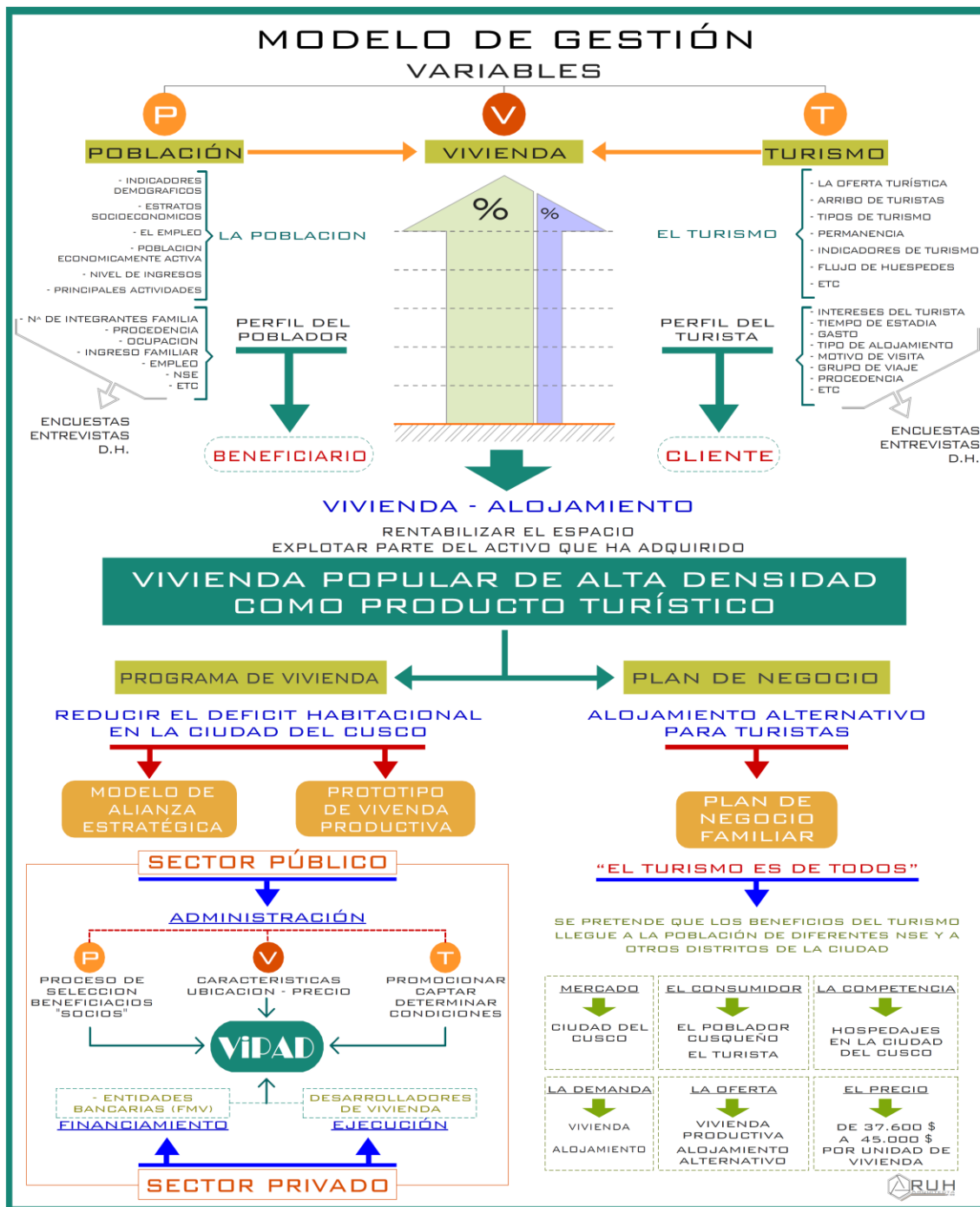
Así, el objetivo del modelo de gestión es proponer un programa de vivienda a partir del estudio de las tres variables: población, vivienda y turismo; que integrando la participación del sector público y privado promovida por el estado permita desarrollar viviendas productivas de alta densidad para reducir el déficit habitacional e incrementar la capacidad de alojamiento en la ciudad del Cusco.

Un aspecto importante en la propuesta es la densificación urbana, que busca modelos más compactos, sostenibles y armónicos con la ciudad en beneficio de la población más necesitada, acentuando su sentido de pertenencia y su derecho ciudadano.

El modelo de gestión como aporte del investigador se traduce en el gráfico N°58, donde partiendo de las tres variables estudiadas en capítulos anteriores, se propone una vivienda productiva de alta densidad, donde el poblador beneficiario pueda explotar parte del espacio que ha adquirido.

Para complementar el modelo de gestión se ha propuesto un programa de vivienda ViPAD, que contempla el modelo de alianza estratégica y un prototipo de vivienda productiva y para la gestión del alojamiento alternativo un modelo de negocio.

GRÁFICO N° 58 APOORTE DEL INVESTIGADOR “MODELO DE GESTIÓN”



Fuente: Elaboración propia (2017)

6.1 ANTECEDENTES

El proceso de urbanización en el Valle del Cusco está determinado en buena parte por los procesos de migración del campo a la ciudad, este hecho ha significado cambios importantes en las dinámicas de crecimiento urbano y en las condiciones de vida de la población. En lo referente a las zonas rurales, es notorio el proceso de despoblamiento debido a que la población joven busca mejores condiciones económicas y acceso a diversos servicios.



Las viviendas en las zonas periurbanas y urbanas en su mayoría se asientan sin asesoramiento técnico y en zonas donde no se han realizado los estudios correspondientes, por lo que en la mayoría de los casos se encuentran en condiciones precarias debido a los escasos recursos de sus propietarios y al limitado apoyo de las entidades competentes.

Para hacer frente a la pobreza y la precariedad de la vivienda es necesario implementar programas de desarrollo y financiamiento para el mejoramiento y ejecución de viviendas dirigidas a las familias más vulnerables.

El modelo de gestión planteado contempla el aprovechamiento del suelo, la densificación urbana y un factor de producción en cada unidad vivienda para aumentar el nivel de ingreso familiar, utilizando algunos espacios de manera alternativa para alojar al turista hasta concluir con el pago de la vivienda; se busca por tanto instituciones intermediarias de financiamiento del sector privado para conceder créditos a los beneficiarios, por otro lado se identifica a los diseñadores y ejecutores como empresas comprometidas y con la experiencia que garanticen la calidad de la “Vivienda productiva”

Estas unidades de vivienda productiva que contempla el modelo de gestión, cuenta con todos los servicios básicos, están moduladas siguiendo los lineamientos normativos y desde una perspectiva socio cultural se apuesta por el contacto directo de pobladores y turistas en un espacio de aprendizaje y desarrollo generando oportunidades de convivencia, para ello es necesario que los pobladores estén al nivel y capacitados en aspectos relacionados al buen servicio y el funcionamiento de actividades productivas relacionadas al hospedaje.

Los cambios que viene incorporando al sector turismo este tipo de alojamiento alternativo, son por ejemplo: diseminar la concentración de los turistas en otras áreas de la ciudad; así se tiene que los espacios para alojamiento están fuera de las zonas hoteleras; en consecuencia, el turista consume en estos vecindarios y ayuda a repartir la derrama económica. Hasta 50% de lo que gasta el visitante se queda en los negocios locales.

6.2 ALCANCE

El modelo de gestión se realiza en base a los estudios y datos históricos de la región del Cusco y se enfoca en familias de nivel económico medio bajo, con ingresos familiares menores a 2,161.00 soles.

La vivienda de acuerdo a lo estudiado en capítulos anteriores, se desarrolla en los sectores destinados a otros usos OU y en zonas residenciales R-5 y R-8; zonas identificadas en el plano de zonificación del plan de desarrollo urbano al 2023, que permite el uso de vivienda con elevados niveles de densificación urbana 2250 hab/ha, hasta 10 niveles edificatorios de hasta 30.00 ml de altura.

La vivienda productiva de alta densidad “ViPAD”, presenta 02 tipos de vivienda dentro del conjunto habitacional proyectado hasta 10 niveles edificatorios con la finalidad de potenciar la densificación en predios existentes en zonas urbanas consolidadas, en el distrito de Santiago y de San Jerónimo de la ciudad de Cusco. Ver gráfico N° 59.

Las viviendas proyectadas son departamentos de 66.00 m² y de 79.00 m², y cuenta de 1 a 2 dormitorios de acuerdo al número de integrantes del grupo familiar y monto de financiamiento, cada unidad habitacional cuenta con: 01 cocina, 02 sshh, 01 sala comedor, lavandería y un sector independiente para el alojamiento. La característica es que los propios beneficiarios se ocuparán de la gestión, implementación y mantenimiento del ambiente en alquiler.

GRÁFICO N° 59 VIVIENDA PRODUCTIVA DE ALTA DENSIDAD "ViPAD"



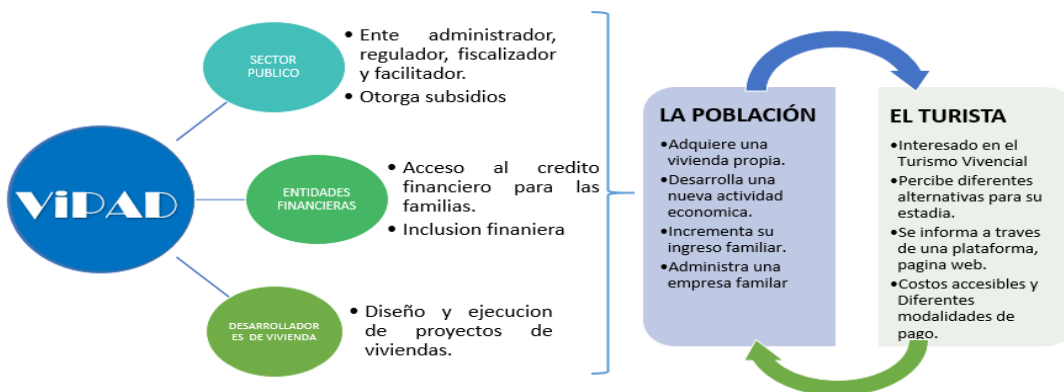
Fuente: Elaboración propia (2017)

6.3 ORGANIZACIÓN

La organización es aquel sistema diseñado para alcanzar satisfactoriamente determinados objetivos o metas; para la investigación la organización está conformada por un grupo de personas que representan a diferentes entidades e interactuarán en el marco de una estructura sistémica para cumplir con los objetivos propuestos.

Para lograr los objetivos planteados, es necesario que la organización presente una política comprometida con el desarrollo de la vivienda productiva y esté involucrada en la identificación de aliados estratégicos, desarrollo del proyecto, selección de los beneficiarios, búsqueda de subsidios, asistencia técnica, entre otros, pero principalmente en la búsqueda del compromiso del gobierno para implementar políticas de vivienda social en base a proyectos innovadores; de esta manera la organización permitirá una correcta y oportuna ejecución de la propuesta.

GRÁFICO N° 60 MAPEO DE ACTORES



Fuente: Elaboración propia (2017)

La organización está conformada por una diversidad de actores, con quienes se deberá mantener una coordinación permanente y a quienes se hará el seguimiento correspondiente de acuerdo a las funciones asignadas, de manera que se garantice la correcta transmisión de la información y que los procesos se lleven de la mejor manera.

Los involucrados son:

- Ministerios y direcciones regionales relacionadas a vivienda, turismo y trabajo.
- Gobiernos locales.
- Colegios profesionales
- Entidades financieras y desarrolladores de viviendas.

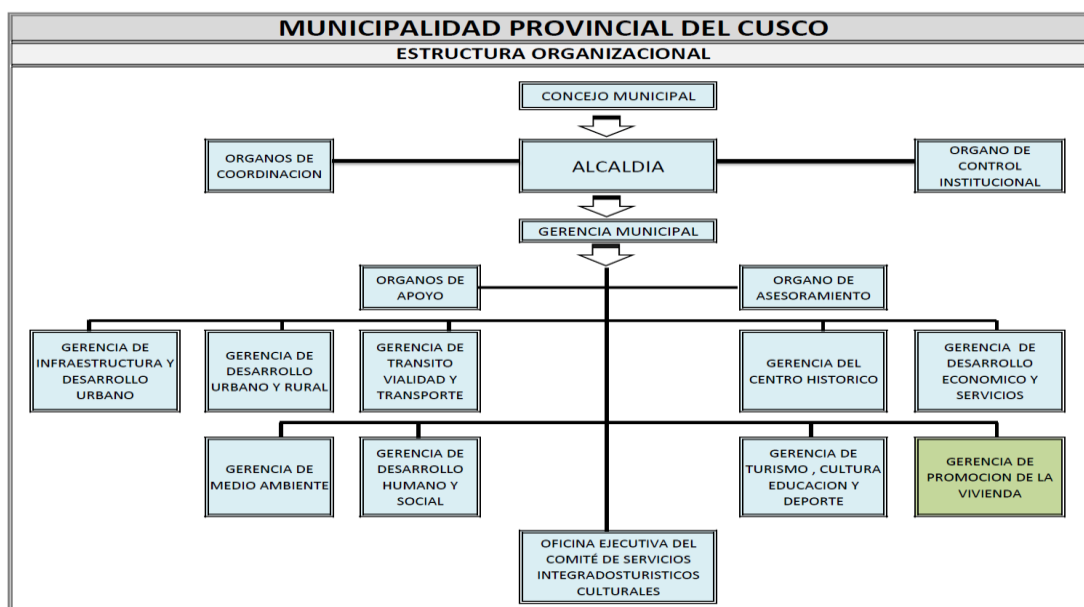
6.3.1 El gobierno local

El gobierno local como organización gubernamental, encabeza el desarrollo y ejecución de proyectos sociales dentro del ámbito de su jurisdicción; en cuanto a vivienda las municipalidades provinciales como parte de sus funciones específicas compartidas está el diseñar y promover la ejecución de programas municipales de vivienda para las familias de bajos recursos.

Por tanto se propone implementar dentro de la estructura organizacional de la Municipalidad Provincial del Cusco, la gerencia de promoción de la vivienda como una unidad multidisciplinaria reúne a los involucrados del sector público, del sector privado, la población beneficiaria, promotores, colaboradores y clientes a fin de garantizar el éxito del modelo de gestión, y estará en carga de administrar, promocionar y supervisar el proyecto de vivienda productiva de manera integral. Estas funciones estarán supervisadas por el MVCS. Ver gráfico N ° 61.

La Gerencia de Promoción de la Vivienda es la organización gubernamental de base que integra los esfuerzos e intereses de las organizaciones en pro de lograr objetivos comunes.

GRÁFICO N° 61 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL “MPC”



Fuente: Elaboración propia (2017), en base al organigrama de la MPC.

6.3.2 Sector público

El sector público está integrado por diferentes organismos administrativos por el estado con el propósito de cumplir las políticas expresadas en las leyes del país. En la investigación está considerada como parte integrante de la alianza estratégica encargada de regular, supervisar, garantizar, certificar y promover el modelo de gestión.

Se consideran a las entidades competentes en relación a vivienda, turismo y trabajo.

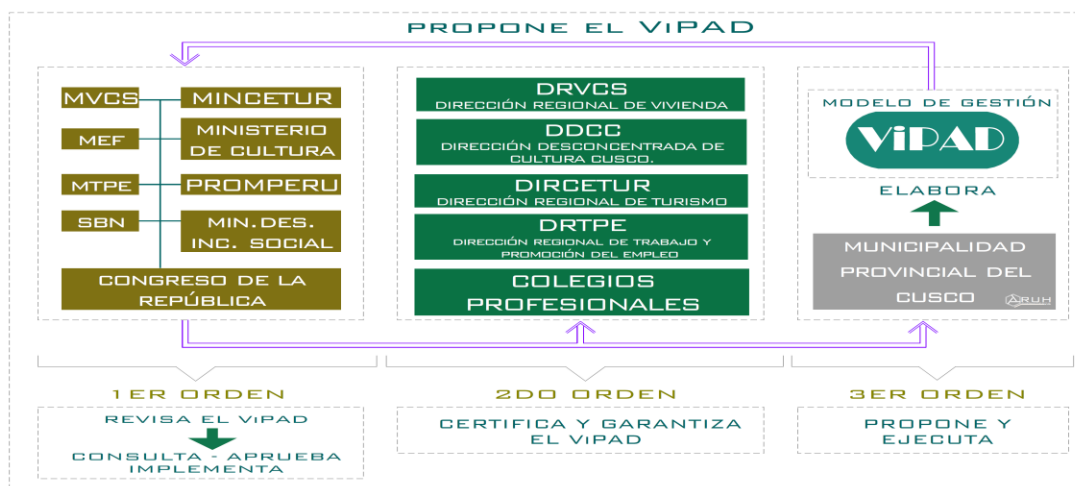
- MVCS: Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, es el ministerio que regula las actividades de construcción públicas y privadas así como los servicios de agua y saneamiento y que además provee viviendas públicas, el abastecimiento de agua potable y los servicios de desagües y alcantarillado público.
- Fondo MIVIVIENDA S. A. (FMV S.A.) Es un organismo público abscrito al MVCS
- SBN: Superintendencia nacional de bienes estatales, es un organismo público descentralizado adscrito al MVCS. Tiene personería jurídica de derecho público y goza de

autonomía económica, presupuestal, financiera, técnica y funcional necesaria para la ejecución de los actos de adquisición, disposición, administración, registro y control de los bienes de propiedad estatal.

- MEF: Ministerio de Economía y Finanzas, es el ministerio que regula y financia la economía pública nacional.
- MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, es el ministerio dedicado a la regulación del comercio de exportaciones e importaciones y a la actividad turística.
- Ministerio de Cultura: Es el ministerio dedicado a la defensa del patrimonio material e inmaterial de la nación y al apoyo y difusión de la identidad cultural nacional.
- MTPE: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo: Es el ministerio que regula y promueve el trabajo público y privado.
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, es el ministerio dedicado a los programas de ayuda social y desarrollo de los sectores menos favorecidos de la población.
- PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
- DRVCS: Dirección regional de vivienda construcción y saneamiento Cusco, emite ordenanzas, resoluciones y acuerdos
- DDCC: Dirección desconcentrada de cultura Cusco.
- DIRCETUR, Dirección regional de comercio exterior y turismo
- DRTPE, Dirección regional de trabajo y promoción del empleo
- SUNARP, superintendencia nacional de registros públicos. Regularización de títulos de propiedad, simplificación de trámites, entre otros.
- Colegios profesionales.

Los involucrados en el desarrollo del modelo de gestión están organizados de acuerdo a la jerarquía institucional, aquellos que se encuentran en el primer orden aprueban, implementan y lo transmiten a quienes serán los encargados de su ejecución y promoción. Ver gráfico N° 62.

GRÁFICO N° 62 INVOLUCRADOS DEL SECTOR PÚBLICO



Fuente: Elaboración propia (2017)

6.3.3 Sector privado

El sector privado es aquella parte de la economía que busca lucrar con su actividad, como integrante de la alianza estratégica, estará encargado del financiamiento y ejecución del proyecto de la vivienda productiva.

El financiamiento y ejecución de la vivienda debe ser realizada por empresas con la capacidad financiera y experiencia suficiente, por ello se propone establecer sociedades con promotoras inmobiliarias, con el fin movilizar capitales permanentemente hacia un sector de la construcción calificado.

Se consideran las siguientes entidades:

- Empresas Financieras: Crediscotia, Nueva visión, Edyficar, Efectiva, Proempresa, etc.
- Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC): Arequipa, Cusco, Huancayo, Ica, etc.
- Desarrolladores de viviendas: Corporación Kayser S.A.C, Freak Constructores y Consultores, Ingenius Construcciones.
- Operadores de turismo: Xtreme Tourbulencia, Cusco Navel Of The World Tour Operator.
- AATC, Asociación de Agencias de Turismo del Cusco: Alfa Tours EIRL, Amazonas Explorer S.A, Andean Adventure S.R.L., Andean World Expeditions E.I.R.L, Apus Perú S.A.C, etc

6.4 POLÍTICA

Se concibe a la vivienda como un sistema en el que intervienen el mercado (población demandante así como otros agentes económicos y sociales), el suelo, los derechos de propiedad, la normativa de urbanización y edificación, el financiamiento, los procesos productivos, los servicios domiciliarios, el equipamiento social, la investigación y desarrollo.

Por tanto la política está relacionada al programa de viviendas productivas de alta densidad, “ViPAD” implementada en el gobierno provincial de Cusco, se busca que sea accesible, moderna y duradera para los sectores más vulnerables de la ciudad.

6.5 RESPONSABILIDADES

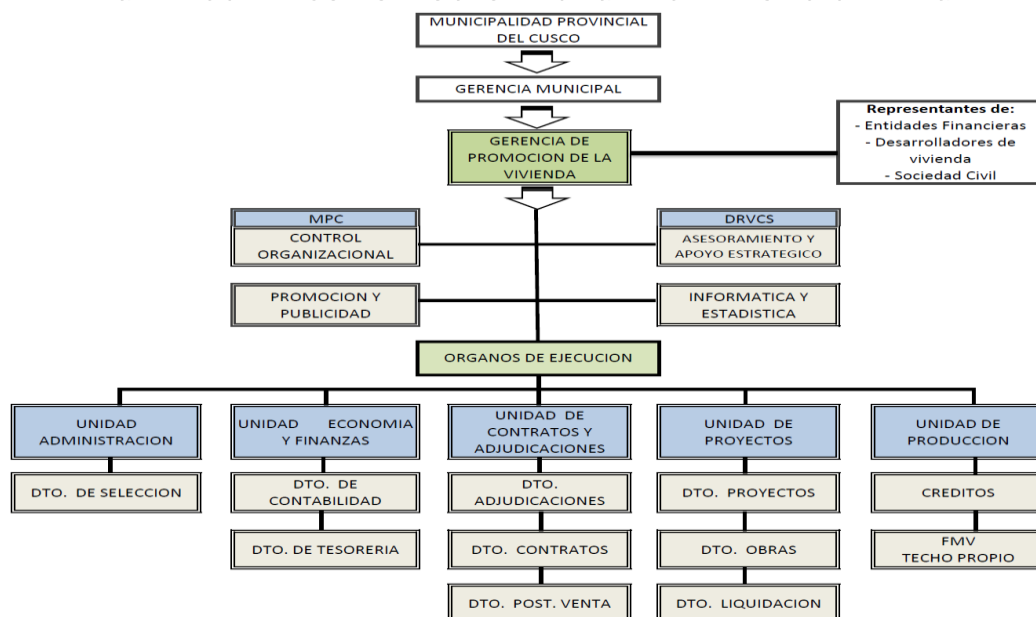
El objetivo principal de cualquier organización es ofrecer un producto y/o servicio para satisfacer necesidades, deseablemente siguiendo los lineamientos del documento que establece las obligaciones y funciones de cada involucrado.

6.5.1 La gerencia de promoción de la vivienda. “GPV”

Organismo público que administra la promoción de vivienda e interviene en la selección de los agentes que financiarán y construirán las viviendas, es decir cumple un rol facilitador y promotor de la iniciativa en cuanto a lo siguiente:

La GPV implementa del modelo de gestión, está encargada de la organización y es patrocinador de los grupos postulantes. Ver gráfico N° 63.

GRÁFICO N° 63 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL “GPV”



Fuente: Elaboración propia en base a organigramas del FMV (2015)



- La GPV, analiza las actividades realizadas en base a los informes de las distintas áreas del proyecto, a fin de deducir las decisiones y acciones a corto y largo plazo.
- La GPV a través de la unidad de administración identifica los aliados estratégicos y selecciona a los beneficiarios del proyecto y está en cargada de brindar Información y orientación a solicitantes de vivienda y alojamiento y a otras entidades intervinientes.
- La GPV a través de la unidad de producción y gestiona otros aportes que puedan provenir de fuentes públicas o privadas (municipios, fundaciones, corporaciones), que complementan el financiamiento del proyecto y que se adicionan a los montos de ahorro y subsidio.
- La GPV a través de la unidad de proyectos estará encargada de identificar los terrenos disponibles con posibilidad de subsidio, de elaborar el proyecto de vivienda de acuerdo a los parámetros requeridos intensificando el uso del suelo para reducir los costos de la vivienda y participación en la ejecución y liquidación del proyecto.
- La GPV a través de la unidad de administración y planificación estará encargada de organizar y llevar a cabo talleres para capacitar al interesado antes y durante en proceso de adquisición de la vivienda, en temas relacionados a la promoción de la vivienda, la atención al turista, la administración, entre otros temas.
- La GPV a través de la unidad de contratos y adjudicaciones estará encargada de generar los contratos y realizar las adjudicaciones de viviendas productivas con los pobladores beneficiarios.
- La GPV a través de las áreas de publicidad e informática crea una plataforma para promocionar las viviendas productivas a nivel nacional e internacional, por otro se busca coordinar permanentemente con operadores y agentes de turismo con la finalidad de captar la mayor cantidad de usuarios y promocionar el producto. La plataforma permitirá también evaluar al potencial usuario “turista”.
- La GPV a través del área de informática estará encargada de llevar un registro actualizado, coordinación e intercambio de información con los involucrados.
- La GPV a través de la unidad de economía y finanzas estará encargada de la valorización de costo/beneficio de las viviendas productivas, identificación de mecanismos de financiamiento del proyecto en coordinación con las entidades financieras directamente y la elaboración de informes dirigidos a los pobladores beneficiarios y a las entidades de supervisión.
- El gobierno provincial muy aparte de ser el ente regulador y normativo, será un instrumento de integración y captación de recursos a largo plazo para inversiones de vivienda productiva, minimizando el dominio del mercado por los promotores que buscan lucrar sin riesgos financieros.

6.5.2 Los beneficiarios

Integrada por los pobladores cusqueños y por los turistas nacionales y extranjeros, quienes serán elegidos a través de un proceso de selección determinado por la MPC.

La población; Estarán organizados en una asociación para obtener los beneficios de manera equitativa por los servicios prestados en el alojamiento.



- Deberán cumplir los requisitos establecidos por la GPV, definido en “El perfil del poblador beneficiario” y participar en un proceso de selección, firmar el contrato y así constituirse como el adjudicatario.
- Los pobladores deberán asistir a los talleres de capacitación antes, durante y después del proceso de selección a fin de garantizar su labor como microempresa, de esta manera podrán ser acreedores de una certificación como premio al esfuerzo y compromiso con el proyecto.
- Los adjudicatarios de vivienda deben presentar un fondo de ahorro obligatorio que corresponde al 10% del precio de la vivienda, ello permitirá al promotor, constructor empezar con la construcción del proyecto de vivienda.

Los turistas; Son los grupos que llegan al Perú interesados en conocer sus atractivos turísticos y a su gente, que buscan entornos familiares para su estadía.

- Deberán cumplir los requisitos establecidos por la GPV, definido en “El perfil del turista”, y participar en un proceso de selección, aprobar y constituirse como cliente potencial.

6.5.3 Sector público

El gobierno local actúa directamente a través de la GPV y depende de su prestigio como entidad pública para garantizar los servicios, el otorgamiento de licencia, además de la difusión de la vivienda productiva a nivel local nacional e internacional, por otro lado coordinará directamente diversos temas con otras entidades del sector como:

- Con el MVCS, la aprobación e implementación del modelo de gestión ViPAD.
- Con el Fondo MIVIVIENDA, la implementación de una política similar alineados con los objetivos de FMV, su experiencia con el sector privado como base para la elaboración de “ViPAD” y la necesidad de incluir su fondos dentro del programa para la reducción del déficit habitacional en la ciudad del Cusco.
- Con la Superintendencia nacional de bienes estatales, para la disposición de terrenos para la construcción de vivienda de interés social.
- Con el MINCETUR, el Ministerio de Cultura y PROMPERU para la regulación de la actividad turística orientada a mejorar la calidad de vida del poblador cusqueño, la difusión de la identidad cultural a través del turismo vivencial y la promoción de ViPAD, mediante una certificación en merito a la iniciativa social y cultural.
- Con el MVCS y la Dirección Regional De Vivienda Construcción y Saneamiento para realizar estudios de vivienda en la ciudad del Cusco y por otro lado el otorgamiento de una certificación en merito a la perspectiva social del proyecto.
- Con MINCETUR, DIRCETUR, DDCC para llevar a cabo talleres de capacitación y el otorgamiento de certificación del buen servicio al turista. Y la coordinación de estrategias para la promoción y difusión del proyecto.
- Con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y la Dirección regional de trabajo y promoción del empleo para promover iniciativas para desarrollar actividades socioeconómicas desde la vivienda propia.

- Con la SUNARP, para la regularización de títulos de propiedad y simplificación de trámites administrativos.
- Con los Colegios profesionales, para la participación en la evaluación de los proyectos de vivienda productiva planteados de acuerdo a las especialidades correspondientes.
- Con la Gerencia de Desarrollo Urbano y Rural de la MPC, la modificación de parámetros urbanísticos según el uso de suelo en las áreas destinadas para la construcción de vivienda productiva.

6.5.4 Sector privado.

Conformada por organizaciones privadas de personería jurídica y natural, quienes serán los que fundamentalmente se encargaran del financiamiento, diseño, la ejecución, comercialización y promoción de la vivienda productiva.

- *Empresas Financieras:* que es la entidad Integración privada sin ánimo de lucro para la construcción de Viviendas productivas.
- *Desarrolladores de viviendas:* Empresas constructoras, inmobiliarias y de consultoría, dedicadas a la ejecución de proyectos inmobiliarios con financiamiento privado y con el FMV. Elaboración de los estudios previos, diseño y ejecución de la vivienda productiva.
- *AATC, Asociación de Agencias de Turismo del Cusco:* Es la entidad representativa en el orden regional de las más importantes empresas de viajes y turismo de Cusco. Los socios actualmente suman más de 190, son tanto operadores turísticos como agencias de viajes. Está vinculada a la programación de viajes, captación de turistas y visitas guiadas.

Esta apertura y coordinación con el sector municipal logra también una mejor articulación de inversiones públicas y privadas en el sistema de financiamiento.

6.6 PROGRAMAS

Los programas propuestos en el modelo de gestión, se han elaborado con la finalidad de mejorar las acciones previas de la propuesta, y están relacionadas principalmente a la selección de los beneficiarios, a la sostenibilidad y a la participación colaborativa en las diferentes fases del proyecto.

El Programa ViPAD, se ocupa tanto de la entrega de nuevas viviendas, como del saneamiento físico y legal de la propiedad, a través del otorgamiento de servicios básicos, espacios de producción y regularización de tenencia de los terrenos, este programa articula al estado, la demanda y el sector privado, proveyendo principalmente el terreno para la implementación del proyecto.

6.6.1 Programa de selección de beneficiarios (P-SEL).

Referido a la selección de los beneficiarios del programa ViPAD, será realizado por la unidad de administración de la GPV, se evaluará a los pobladores postulantes en base “Al perfil del poblador beneficiario”, se describe a continuación los requisitos para las fases del programa:

- a) Fase de postulación.
 - Solicitud de Formato Único de Postulantes al ViPAD.
 - Copia de DNI.

- Declaración Jurada de no tener una propiedad o vivienda a nivel nacional y no ser socio de asociaciones de vivienda o beneficiario de algún programa social de vivienda.
- Tener carga familiar de hijos, padres u otros.
- Acreditar tener secundaria completa mínimamente.

b) Fase de adjudicación.

- Certificado negativo de propiedad de registros públicos.
- Solicitud de aceptación y conformidad de la adjudicación y forma de pago.
- Certificados de capacitación.
- Comprobante de pago.

6.6.2 Programa de autoconstrucción residencial participativa (P-CONST)

Tiene la finalidad de incluir al poblador beneficiario en el proceso constructivo de la vivienda productiva; este programa es opcional para quienes tienen las capacidades y están interesados en empezar a aportar con trabajo efectivo en el pago correspondiente de su vivienda.

6.6.3 Programa de capacitación (P-CAP)

Provee esquemas de capacitación y difusión para orientar a las familias hacia la atención al turista, el mantenimiento y conservación adecuada de sus viviendas, por otro lado permite que la asociación de beneficiarios se organice para la participación de los beneficios de manera equitativa y ayuda a otras familias.

La capacitación estará relacionada a calidad del servicio turístico, administración, hotelería, cocina, repostería, gastronomía, entre otros; los cuales deben ser certificados para validar y asegurar el desempeño del poblador.

Por otro lado se considera también talleres de sensibilización a la población y a los actores involucrados para inducción, coordinación y mediación del proyecto.

6.6.4 Programa de asesoramiento (P-AS).

Relacionada a la asesoría jurídica y de financiamiento para poner en conocimiento sobre las modalidades del programa y préstamos inmobiliarios.

Por otro lado la capacitación en la alimentación de la plataforma administrada por el área de informática de la MPC y la creación de una plataforma particular para gestionar las redes y del marketing de manera personalizada e independiente, con la premisa de: “Captar más turistas significa captar más ingresos” y mantener siempre ocupados los ambientes destinados para el alojamiento.

6.6.5 Programa de innovación. (P-I)

Relacionada a los aportes individuales y grupales que podrían surgir para mejorar el servicio de alojamiento, estas propuestas creativas deberán ser validadas y premiar a las familias que los implementen con el objetivo de incrementar o mantener los ambientes del alojamiento siempre ocupados.

Estas iniciativas pueden desarrollarse de manera familiar para promocionar una habitación o de manera multifamiliar para captar un mayor grupo de turistas, ya que los ambientes para el alojamiento están dispuestos de manera que permita la disponibilidad de hasta 4 habitaciones adyacentes para un mismo grupo.

Estas propuestas dotaran de una ventaja competitiva a los alojamientos familiares y podrían estar relacionados a:

- La decoración de los ambientes con diversas temáticas: tendencia rustica, moderna, u otros, dotando de flexibilidad a los espacios de acuerdo a la preferencia de los clientes.
- La comida: Se puede incluir la alimentación en el servicio, si el cliente lo prefiere, de ser así, permitirá ofrecer una variedad de platos típicos al turista.
- Permitir el uso compartido de los ambientes sociales como sala, comedor y cocina con los turistas y desarrollar actividades con el grupo familiar.
- Incluir al servicio de alojamiento un paquete de visitas guiadas y contacto con operadores y traslado a diferentes sectores de la ciudad.
- Incluir un sector para la exposición, venta de Suvenirs o talleres artesanales.
- Trabajo con operadoras y agencias de turismo de manera independiente, para contactar el mayor número de turistas.
- Desarrollo de estrategias de marketing digital para la promoción y difusión del producto, mediante medios de comunicación masivo. (Redes sociales)

6.7 VARIABLES

Las variables en la investigación son factores manipulables y medibles; y que pueden variar en torno a las condiciones del contexto.

6.7.1 Población.

Indica las características en términos cualitativos y cuantitativos de la población de los NSE “Medio bajo”, con la finalidad de definir el perfil del poblador beneficiario en el Cusco urbano.

6.7.2 Vivienda

Determina las características cualitativas y cuantitativas de la vivienda en la ciudad del Cusco y del prototipo de vivienda productiva.

6.7.3 Turismo

Indica las características en términos cualitativos y cuantitativos del comportamiento del turismo en la ciudad del Cusco, con la finalidad de definir el perfil del turista usuario del alojamiento alternativo.

6.8 OBJETIVOS

- 1) Promover la implementación de la gerencia de promoción de vivienda “GPV” en la municipalidad provincial del Cusco, con la finalidad de articular y constituir sociedades público y privado sin ánimo de lucro para promover el desarrollo de proyectos de vivienda productiva, como una alternativa para reducir el déficit habitacional e incrementar la capacidad hotelera.
- 2) Establecer mecanismos de coordinación intersectorial a través de la “GPV” para vincular los intereses de los involucrados en pro de mejorar la calidad de vida de la población y por otro lado incrementar la oferta de servicios turísticos.
- 3) Incentivar la participación de las instituciones financieras privadas en el fondo de créditos hipotecarios para aquellos segmentos de bajos ingresos, y para minimizar los altos riesgos iniciales el estado otorgará una cobertura a través de MIVIVIENDA.

6.9 ESTRATÉGIAS

La estrategia de “ViPAD” está diseñada para atender el déficit de vivienda de familias de bajos ingresos, para ello se estable relaciones entre comunidades de bajos recursos,

gobiernos, desarrolladores de vivienda y el sector financiero, se propone las siguientes estrategias alineados con el plan nacional de vivienda en:

6.9.1 Integralidad: “Vivienda para todos”

En concordancia con la Ley de Presupuesto General de la República 2017, donde se destaca la reformulación de los planes habitacionales para masificar la entrega de viviendas populares a familias de menos recursos que carecen de capacidad de ahorro o de acceso a crédito, se propone una solución habitacional que permita la generación de ingresos para su rentabilidad.

6.9.2 Inclusión: “El turismo es de todos”

Se pretende que los beneficios del turismo lleguen al mayor número de ciudadanos posibles, a través de una red que alcance a todo el tejido comercial y de servicios, y no solo a los grandes agentes del sector.

6.9.3 Progresividad: “Apoyo a quienes menos tienen”

Permite otorgar una herramienta de trabajo a las familias consolidadas como un apoyo al esfuerzo, especialmente aquellas familias de menores ingresos.

6.9.4 Subsidiariedad: “Apoyo desde el estado”

El estado como la máxima autoridad en relación al mejoramiento de la calidad de vida, ejecuta una labor orientada al bien común, mediante la adopción de actitudes favorables que intervienen en la comercialización, producción y financiamiento habitacional.

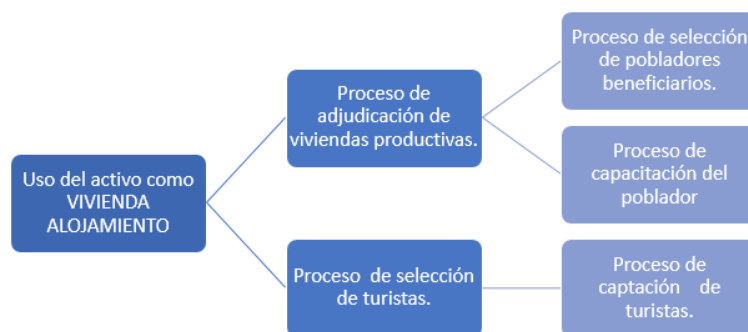
6.10 PROCESOS

Los Procesos son acciones o actividades organizadas e interrelacionadas, orientadas a obtener un resultado específico, el proceso define los pasos a seguir para conseguir una determinada actividad, que en el caso particular de la investigación los procesos son:

- Proceso de selección de pobladores beneficiarios.
- Proceso para la adquisición y adjudicación de viviendas productivas.
- Proceso de captación y selección de turistas.

Los procesos identificados para la ejecución del proyecto han sido colocados en el Mapa de Procesos que se muestra a continuación.

GRÁFICO N° 64 MAPA DE PROCESOS



Fuente: Elaboración propia (2017)

En el mapa de procesos se detalla la secuencia de los procesos, ya que de acuerdo a la característica del proceso en algunos casos la realización o culminación del proceso es importante para el inicio del siguiente. Ver gráfico N° 64.

6.11 PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos definen la secuencia de pasos para ejecutar una tarea, donde se detallan y especifican como deben proceder los responsables de su ejecución.

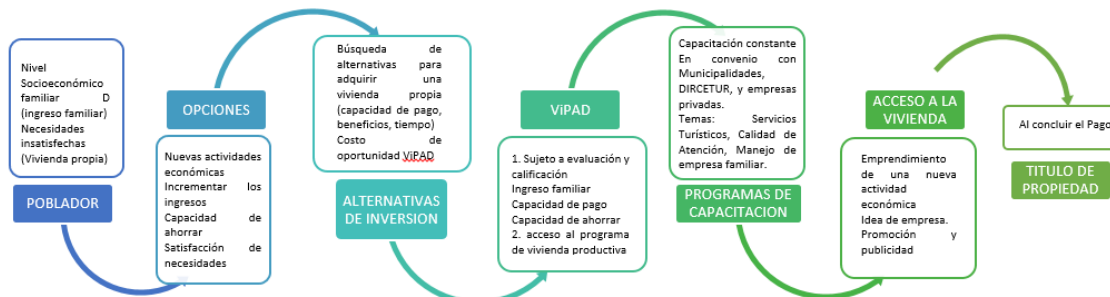
GRÁFICO N° 65 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE POBLADORES BENEFICIARIOS



Fuente: Elaboración propia (2017)

El proceso de selección de beneficiarios, estará basado en requisitos establecidos en base a un perfil determinado del usuario, posteriormente será sometido a una evaluación y clasificación. Ver gráfico N° 65.

GRÁFICO N° 66 PROCEDIMIENTO DE ADQUISICIÓN Y ADJUDICACIÓN DE VIVIENDA.



Fuente: Elaboración propia (2017)

El procedimiento de adquisición y adjudicación de la vivienda productiva, consiste inicialmente en la búsqueda de opciones y alternativas de inversión para adquirir una vivienda, se elige “ViPAD”, se postula a “ViPAD”, se selecciona a los beneficiarios y se elige la forma y tiempo de financiamiento y se concluye con la adjudicación de la vivienda. Posteriormente se continúa con programas de capacitación al poblador en convenio con instituciones relacionadas al servicio turístico. Ver gráfico N° 66.

GRÁFICO N° 67 PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DEL ALOJAMIENTO



Fuente: Elaboración propia (2017)

Procedimiento para la acceder a los alojamientos está relacionado al interés del turista en viajar a un destino determinado; para ello se informa a través de plataformas, fóruns en internet, reportajes y de manera directa con otros turistas sobre las ventajas, los costos y la variedad en la oferta de servicios turístico, entonces elige la forma de viaje que puede ser

de manera independiente o a través de operadores de turismo quienes orientan de acuerdo al interés del turista en las alternativas para su alimentación, permanencia, servicios, entre otros. Ver gráfico N° 67.

Por otro lado es importante la selección del tipo de usuario del alojamiento, para ello se ha definido un perfil del turista, que entre sus principales características es que esté interesado en el turismo vivencial y en el apoyo a proyectos con proyección social.

6.12 RECURSOS

Es el conjunto de elementos disponibles para llevar a cabo una actividad, para ello se ha definido actividades clave en el trabajo con la población y otras entidades para de manera conjunta producir un beneficio colectivo.

1) Trabajando con los pobladores: La estrategia de vivienda productiva se basa en la noción de que las personas de bajos ingresos sí son capaces de pagar sus propias viviendas. A través del programa de autoconstrucción residencial participativa se brinda a los individuos la posibilidad de participar en la construcción de la vivienda como un paso hacia la adquisición de su propia vivienda. Implica por lo tanto la capacitación para la construcción de casas y de negocios sostenibles.

2) Trabajando con desarrolladores: se propone trabajar de la mano con desarrolladores privados para canalizar los recursos, tecnología y conocimiento técnico y financiero para el desarrollo de la vivienda productiva, para ello el modelo de Vivienda establece alianzas, provee asesoría, experiencia e introduce esquemas financieros que benefician al desarrollador como a la población, promoviendo la construcción de comunidades sustentables con viviendas más accesibles.

6.13 NORMATIVA

El modelo de gestión se desarrolla dentro del marco de la normativa correspondiente y los procedimientos que se encuentran en los reglamentos vigentes según la ley.

En general se ha estudiado planes sectoriales y normas técnicas de vivienda, que reglamentan la producción de soluciones habitacionales al establecer los estándares mínimos de hábitat para el logro de condiciones de vida digna, se ha analizado la aptitud del uso del suelo para asentamientos humanos concentrados, y las normas correspondientes a hospedajes en sus respectivos tipos y categorías. Tenemos:

- Reglamento Nacional De Edificaciones, Decreto Supremo Nro. 011-2006 - VIVIENDA, del 05.05.2006 y sus respectivas modificaciones.
- Ley de regulación de habilitaciones urbanas y edificaciones.
- Parámetros urbanos según el gobierno provincial del Cusco.
- Reglamento nacional de construcciones.
- La “Norma Técnica, Metrados para Obras de Edificación y Habilitaciones Urbanas”.
- Ley de creación del registro del agente inmobiliario del ministerio de vivienda construcción y saneamiento, entre otros.

6.14 RESULTADOS

El “Modelo de Gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico en la región del Cusco”, es una propuesta que contempla los lineamientos para el desarrollo de viviendas productivas de alta densidad, para ello se ha elaborado el contenido en base a proyectos similares a nivel nacional como es el FMV, el PROMUVI y otros de proyectos exitosos implementados en otros países como en el caso de España, donde al igual que la ciudad del Cusco presenta una variedad de recursos



turísticos a ser visitados de una manera más frecuente, donde el arribo de turistas año a año se va incrementando, que permite la generación y potenciamiento de actividades socioeconómicas sostenibles en el tiempo.

6.15 OPINIÓN EXPERTOS

En base a las entrevistas realizadas y a las consultas a especialistas en temas de vivienda y turismo, coinciden en la necesidad de abordar la problemática del déficit habitacional con iniciativas innovadoras, que si bien el modelo ya ha tenido inicios con FMV y PROMUVI, el éxito en esta nueva propuesta estaría por un lado en generar una alianza estratégica para canalizar los esfuerzos públicos y privados a través de la administración del gobierno local y por otro lado el incluir un factor de producción en la vivienda orientada al turismo, permitiría la sostenibilidad de un negocio familiar, para ello recomiendan adicionar un plan de negocio para insertar este nuevo producto en el mercado.

Se menciona también la importancia de permanecer alineados con la normativa correspondiente a vivienda y hospedajes y la importancia de incluir en la propuesta las ventajas y beneficios que ofrece el FMV, en cuanto a la política habitacional por los objetivos similares y a los subsidios que ofrece a través de los bonos familiares habitacionales y bono de buen pagador.

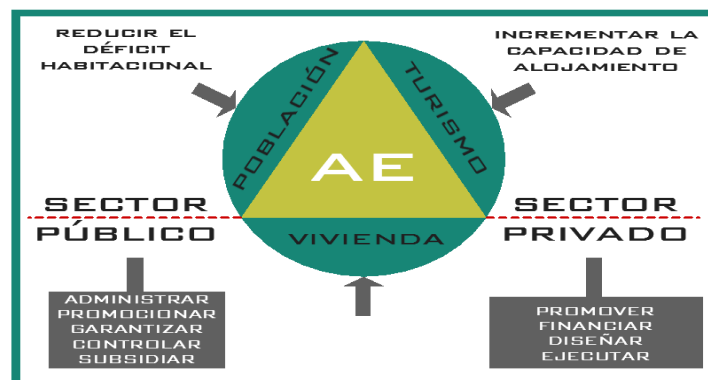
CAPÍTULO VII: ALIANZA ESTRATÉGICA PARA LA GENERACIÓN DE VIVIENDAS

La colaboración entre los sectores públicos y privados multisectoriales se propone con objetivos de desarrollo, que implican riesgos, sistemas de organización y operación compartidos.

La alianza estratégica es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar un objetivo social principal y otros objetivos para cada parte independientemente.

La alianza estratégica planteada tiene el objetivo de dar una respuesta para viabilizar la propuesta de vivienda productiva dirigido a los sectores más vulnerables y al mismo tiempo ser un aporte para la constitución de una política de vivienda sostenible.

GRÁFICO N° 68 MODELO DE ALIANZA ESTRATÉGICA



Fuente: Elaboración propia (2017)

El modelo de la alianza estratégica integra al sector público y privado, con el objetivo de reducir el déficit habitacional e incrementar la oferta de alojamiento en la ciudad del Cusco. Ver gráfico N° 68

7.1 CRITERIOS PARA LAS ALIANZAS PÚBLICO - PRIVADAS

Para realizar las alianzas públicas y privadas, se determina inicialmente los criterios de compatibilidad, complementariedad, contribución de la empresa, neutralidad competitiva y subsidiariedad, que detallan a continuación. (Alianzas público, privadas para el desarrollo, 2008)

7.1.1 Compatibilidad.

Los intereses deben ser compatible con los objetivos sociales, para ello es importante que la alianza identifique los objetivos sobre los que van a tener impactos positivos, y que dichos objetivos estén alineados con las prioridades nacionales definidas, teniendo en cuenta los compromisos recogidos directamente de los interesados. Esos objetivos deben ser medibles y evaluables, y también debe serlo el impacto sobre el desarrollo del conjunto de la actividad de las empresas partícipes en la sociedad.

7.1.2 Características de las edificaciones

Las características de las edificaciones construidas en la ciudad del cusco se definen en base al tipo de edificación, materiales de construcción y los servicios.

• Edificios multifamiliares

- Nro. de pisos de edificación: 8 pisos : 58.82 % 5 pisos : 10.70 %
- Nro. de dormitorios por departamento: con 3 : 60.43%

- Nro. de baños por departamento : con 2 : 69.98 %

- **Materiales y acabados predominantes**

- Paredes: ladrillos y concreto : 82.02%
- Pisos: cerámica : 47.74 %
- Techos: ladrillo y concreto : 86.22 %

- **Servicios comunitarios entregados con la edificación según precio de la vivienda**

- Con ascensor : 33.55 %
- Con portería : 16.61 %
- Con gas : 10.64 %

7.1.3 Complementariedad

Debe existir complementariedad entre los esfuerzos de las entidades públicas y los de la empresa privada de tal forma que se consigan de la manera más eficiente posible los objetivos de ambos actores. En la alianza se presentara objetivos de interés público y de interés privado. La complementariedad se plasma también en la asunción compartida de los riesgos.

7.1.4 Contribución de la empresa.

La empresa debe contribuir al proyecto con un aporte financiero y/o humano significativo. Este esquema debe buscar, entre otros objetivos, el aumentar el volumen de financiación y recursos proveniente del sector privado. La contribución en cuanto al aporte de recursos debe ser significativa y flexible, y estará relacionada con los objetivos de interés público y de interés privado, así como en la asunción de riesgos de los diferentes actores de la alianza. La lógica es alinear y facilitar la dedicación de fondos y recursos privados a conseguir objetivos de interés general y no al contrario. En este mismo sentido también se ha de considerar la aportación de valor mediante herramientas, procesos y conocimientos no empleados en esquemas de cooperación tradicionales, pero que pueden mejorar la eficacia para alcanzar los objetivos de desarrollo.

7.1.5 Neutralidad competitiva

En el proceso de conformación de la alianza, todas las empresas interesadas deben ser informadas oportunamente, para ello es necesario que la estrategia de fomento como la definición y criterios operativos sea objetiva, clara, detallada, transparente, pública, publicada y abierta a cualquier actor empresarial o de desarrollo, que cumpla los requisitos que se establezcan.

7.1.6 Subsidiariedad

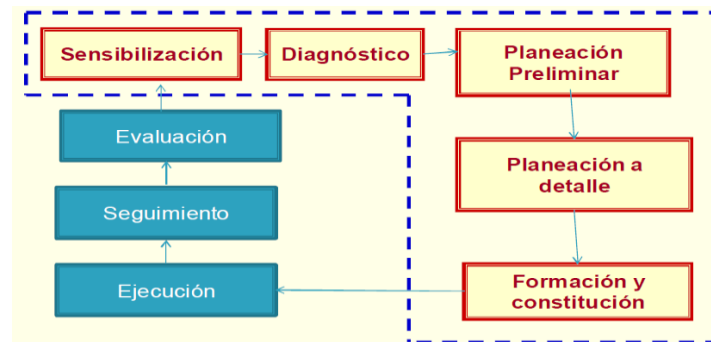
Es importante conocer si las empresas llevarían a cabo la intervención sin el apoyo público. Es necesario que el instrumento de cooperación al desarrollo no permita que se incluyan proyectos que por sí mismos podrían y serían realizados por la iniciativa privada, sin apoyo o financiación pública. Para ello la estrategia operativa debe contemplar procedimientos precisos y eficaces en la identificación, selección, aprobación, seguimiento y evaluación, con el fin de invertir en aquellas propuestas realmente alineadas con los objetivos de cooperación.

7.2 DISEÑO DE LA ALIANZA ESTRATÉGICA

El diseño de la alianza estratégica debe ser elaborada con la finalidad de ampliar la cobertura de viviendas y debe ser realizado por un grupo multidisciplinario para abordar los intereses de cada parte, ya que de su consolidación dependerá el éxito de la

propuesta. Las etapas para la implementación del modelo de la alianza estratégica son: Ver gráfico N° 69.

GRÁFICO N° 69 EL DISEÑO DE LA ALIANZA



Fuente: Implementación del modelo de alianza estratégica (2010)

7.2.1 Sensibilización de directivos de las entidades públicas y privadas

Llevar a cabo pláticas organizadas para la presentación del Modelo de Alianza Estratégica con base en la Integradora.

Dar a conocer las principales ventajas a lograrse con la alianza Integradora, mismas que han de beneficiar a la población, a los turistas y a las entidades participantes.

Estructurar talleres de desarrollo dirigido a las empresas participantes en la alianza, a la población de manera independiente y de manera conjunta, para identificar las principales falencias y proponer soluciones coherentes. De estos talleres se obtendrá información para la toma de decisiones y la estructuraron los programas respectivos.

7.2.2 Diagnóstico de las empresas participantes

Con los datos obtenidos en los talleres presenciales, del análisis de datos históricos, y proyecciones de la empresa, se realizará el diagnóstico de las empresas susceptibles de participar en la alianza.

- A nivel interno para conocer su proceso de planeación y de gestión, el estilo directivo, sus recursos humanos, sus procesos de producción, comercialización y financiamiento.
- A nivel externo para obtener información respecto a su situación de mercado, productos, competencia e imagen institucional. Para ello, se aplican y analizan los cuestionarios y se hace la evaluación del desempeño y la propuesta de mejoras.

De esta manera se elabora el diagnóstico de cada entidad, el cual les será presentado a través de la GPV a MVCS, y a las entidades competentes para llegar a un acuerdo de alianza. La información generada permitirá la planeación de la alianza estratégica.

7.2.3 Planeación preliminar de la alianza estratégica

En esta etapa, se desarrolla el proceso de involucramiento de los empresarios en las actividades de planeación de la alianza, llevando a cabo actividades relacionadas al: análisis de encuestas, análisis de información obtenida mediante observación directa, consulta a fuentes secundarias, análisis del diagnóstico empresarial elaborado por los consultores de la GPV, elaboración del perfil del proyecto, considerando los aspectos de factibilidad económica, técnica y financiera del mismo.

7.2.4 Planeación al detalle.

Tomando como referencia el perfil del proyecto se lleva a cabo la planeación al detalle que consiste en la elaboración del proyecto completo.

- a) **Estudio del mercado:** Se lleva a cabo un estudio de clientes, competencia, proveedores, intermediarios y factores macro ambientales para definir los siguientes elementos:
- b) **Mercado meta.** Para la alianza estratégica que se constituye con la participación de las empresas relacionadas a la vivienda y el turismo, desarrolladores de vivienda, entidades financieras, operadores de turismo, etc.
- c) **Servicio que se ofrece.** Satisfacción de necesidades de los pobladores cusqueños y turistas nacionales y extranjeros en cuanto a la vivienda y alojamientos alternativos, con un servicio especializado innovador y precios competitivos nacionales.
- d) **Estrategia de comercialización.** Es la ampliación geográfica del mercado, tratando de llegar con los servicios que se ofrecen a nuevos mercados.
- e) **Estudio técnico.** Se puede operar con las inversiones que tienen actualmente. Los arribos de turistas aumentan por lo tanto los alojamientos aseguran la ocupación de sus camas. Los costos variables se incrementan sobre el monto actual.
- f) **Estudio financiero.** Con la información del estudio de mercado y el estudio técnico, se analizan las estrategias alternativas para la alianza estratégica y en función de ello se evaluarán para determinar la estrategia que adoptará la alianza. Se realiza el estudio financiero, que parte de la elaboración del estado de resultados y los indicadores de productividad.

Una vez planteadas las estrategias alternativas que puede adoptar la alianza estratégica, es responsabilidad de la directiva del gobierno local como entidad responsable e Integradora tomar la decisión respecto a la estrategia de mercado que se aplicará en la alianza.

7.2.5 Formación y constitución

En esta etapa la alianza estratégica adopta la forma jurídica y organizacional más adecuada dependiendo de sus objetivos, área de actividad y legislación vigente. Se optó por que la alianza este administrado por el gobierno local y que las empresas conserven su forma jurídica actual.

- a) La entidad integradora se constituye en la gerencia de promoción de la vivienda, tomando en cuenta los términos de los decretos que le dan origen, para la operación de la alianza y la representatividad ante terceros.
- b) Un punto importante en relación con la GPV como integradora está relacionado con el tratamiento de la propiedad en las innovaciones, que vendría a ser de la alianza y así es registrada por la empresa integradora; por lo tanto, todas participan en los beneficios.
- c) Requiere especial atención la toma de decisiones en la GPV, las decisiones se toman por los directivos y por mayoría calificada (2/3 del total) o por mayoría relativa (50%), dependiendo del tema de que se trate.
- d) Así mismo, cuenta con un consejo de administración conformado por el gerente de la GPV, los directivos de las entidades integradas, y las jefaturas de las unidades

correspondientes y representantes de las organizaciones de supervisión, quienes cuales toman decisiones relacionadas con la administración de la alianza. Finalmente, las decisiones de corto plazo relacionadas con la operación se toman en acuerdos participativos entre jefes y trabajadores en las unidades correspondientes.

- e) La organización formal, una vez constituida como la GPV, el siguiente paso es el diseño de la forma de organización por procesos siguiendo las cuatro etapas que plantea la teoría de Deming: Planear, Hacer, Verificar, Actuar.

7.3 IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS POTENCIALES

Un aliado potencial es aquella empresa que no es competencia directa, se dirige al mismo mercado y tiene necesidades muy similares, además también están interesados en generar vínculos con otra empresa para desarrollar un producto de manera conjunta. Se tiene en la ciudad del Cusco las empresas identificadas de acuerdo al rubro, como:

7.3.1 Control y supervisión

El control y supervisión del sector inmobiliario en la ciudad del Cusco, está dado por: el Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo, Gobiernos Municipales, Electro Sur Este, Pública de Servicios de Saneamiento - Seda Cusco, INDECOPI a través de la Gerencia de Supervisión y Fiscalización, Colegio de Ingenieros de Perú – Consejo Departamental Cusco, Colegio de Arquitectos del Perú – regional Cusco, el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, mediante Ley No 27792, el Ministerio de Cultura, y Entidades Financieras.

7.3.2 Desarrolladores Inmobiliarios

Empresas constructoras, inmobiliarias y de consultoría, dedicadas al diseño y ejecución de proyectos inmobiliarios con financiamiento privado y con el FMV. Ver cuadro N° 44.

CUADRO N° 44 DISEÑO Y EJECUCIÓN

DESCRIPCION	CONSTRUCTORA	IMBOLIARIA	CONSULTORA	TIPO DE FINANCIAMIENTO	FONDO MI VIVIENDA
CORPORACION KAYSER S.A.C.	SI	SI		PRIVADO	SI
GRUPO INMOBILIARIO LOS FAROS	SI	SI		PRIVADO	
CONSTRUCTEC	SI	SI		PRIVADO	
GRUPO ALFARD S.A.C.	SI	SI		PRIVADO	
CONSTRUCTORA MECH	SI	SI		PRIVADO	
FREAK CONSTRUCTORES Y CONSULTORES	SI	SI	SI	PRIVADO	SI
GRUPO DEGOL S.A.C.	SI	SI		PRIVADO	
CONSTRUCTORA JERGO S.A.C.	SI	SI		PRIVADO	
CONSTRUCTORA JLR	SI	SI		PRIVADO	
CORPORACION AYAR S.A.C.	SI	SI		PRIVADO	
DETEC PERU I.R.L	SI	SI		PRIVADO	
ADVL INGENIEROS S.A.C	SI	SI		PRIVADO	
WASICHAY . COM IMBOLIARIA	SI	SI		PRIVADO	
WAMOL S.R.L	SI	SI	SI	PRIVADO	
INGENIUS CONSTRUCCIONES	SI	SI		PRIVADO	SI

Fuente: Elaboración propia en base a datos de CAPECO

En base a las características de mercado el porcentaje de participación de las empresas constructoras en la ciudad del Cusco es: Ver cuadro N° 45.

CUADRO N° 45 PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS CONSTRUCTORAS

EMPRESAS	% DE PARTICIPACIÓN
CORCON Córdova Construcciones	20%
LOS FAROS Constructora e Inmobiliaria	15%
FREAK Constructores y consultores	12%
SANSON Constructora e Inmobiliaria	10%
P y V Constructora e Inmobiliaria	8%
LOS MÁGNIFICOS Contratistas SAC	7%
TOMISAC Constructora e Inmobiliaria	5%
Otros	2.3%
	100%

FUENTE: De la Tesis “Plan de Negocios para un Proyecto Inmobiliario con Innovación Tecnológica” UPC

Los proyectos inmobiliarios más recientes en el mercado objetivo. Ver cuadro N° 46.

CUADRO N° 46 PROYECTOS INMOBILIARIOS

INMOBILIARIA	PROYECTO	UBICAC. DISTRITO	CARACTERÍSTICAS				COSTO	COSTO
			DOR M	ESTA C	SS. HH	AREA (M2)	(U\$)	M2 (U\$)
LOS FAROS INMOBILIARIA	RESIDENCIAL LA FLORIDA	Cusco	3	5	2	90	\$115,000	\$1,277
	RESIDENCIAL GOLD FIDERANDA	Wanchaq	3	17	2	85	\$105,000	\$1,235
	RESIDENCIAL GOLD VELAZ	Wanchaq	2	6	1	65	\$70,000	\$1,076
CORPORACION KAYSER S.A.C	LAS TORRES DE KAYSER	Cusco	2	0	1	85	\$100,000	\$1,295
	LAS TORRES DE CAMINO REAL II	Wanchaq	2	5	2	75	\$65,000	\$866
CONSTRUTEC INGENIEROS & ARQUITECTOS	RESIDENCIAL SAN ANDRES	Wanchaq	3	5	2	85	\$90,000	\$1,058
	RESIDENCIAL SANTA LUZMILA	Wanchaq	2	3	1	65	\$72,000	\$1,107

FUENTE: De la Tesis "Plan de negocios para un proyecto inmobiliario con innovación tecnológica" UPC

7.3.3 El sistema financiero

- **Empresas Bancarias:** Banco de Comercio, Banco de Crédito del Perú, Banco Interamericano de Finanzas (BANBIF), Banco Financiero, BBVA Banco Continental, Interbank, Mibanco, Scotiabank Perú.
- **Entidades Financieras Estatales:** Agrobanco, Banco de la Nación, Cofide, Fondo Mivivienda.
- **Compañías de Seguros:** El Pacífico Vida, El Pacífico-Peruano Suiza, Invita Seguros de Vida, Mapfre Perú Vida, La Positiva.
- **Administradores de Fondos de Pensiones:** AFP Habitat, AFP Profuturo, AFP Integra, AFP Prima.
- **Empresas Financieras:** Crediscotia, Nueva visión, Edyficar, Efectiva, Proempresa, Mitsui, Qapac s.a.
- **Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC):** Arequipa, Cusco, Huancayo, Ica, Sullana, Tacna.

7.3.4 Entidades y órganos de control

- **Banco Central De Reserva:** es un organismo constitucional autónomo del estado peruano. La finalidad del BCRP es preservar la estabilidad monetaria y sus funciones son regular la cantidad de dinero, administrar las reservas internacionales, emitir billetes y monedas e informar sobre las finanzas nacionales.
- **La Superintendencia De Banca, Seguros y AFP:** es el organismo encargado de la regulación y supervisión de los sistemas financiero, de seguros y del sistema privado de pensiones, así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Su objetivo primordial es preservar los intereses de los depositantes, de los asegurados y de los afiliados al SPP.
- **La SBS:** Institución de derecho público cuya autonomía funcional está reconocida por la constitución política del Perú. Sus objetivos, funciones y atribuciones están establecidos en la ley general del sistema financiero y del sistema de seguros y orgánica de la superintendencia de banca, seguros y AFP (ley 26702).
- **Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores:** es un organismo público descentralizado adscrito al ministerio de economía y finanzas del Perú. tiene como

finalidad promover el mercado de valores, velar por el adecuado manejo de las empresas y normar la contabilidad de las mismas. asimismo, tiene como finalidad velar por el cumplimiento de la ley del mercado de valores. tiene como sede la ciudad de lima.

7.3.5 Clientes

Según el estudio del ICD ente que pertenece a la Cámara de Construcción CAPECO, demuestra que la demanda adquisitiva alcanza el 50% del total, sumando las solicitudes de los sectores medio y medio alto. Donde se tiene la capacidad adquisitiva para costear los presupuestos. En cuanto al comercio y negocios la demanda es superior.

7.3.6 Promotores

La participación del promotor inmobiliario, entidades financieras, diseñadores y constructor que apuestan por el sector inmobiliario como unidad de negocio.

7.3.7 Colaboradores,

Se considera a las AATC, Asociación de Agencias de Turismo del Cusco y operadores.

7.4 MISIÓN.

El gobierno provincial como ente integrador, a través de alianzas estratégicas contribuirá a satisfacer las necesidades de vivienda y de servicios de alojamiento alternativo en beneficio de pobladores, intermediarios y turistas en la ciudad del Cusco.

7.5 VISIÓN.

Al cabo de cinco años constituirse en un modelo de gestión de vivienda productiva sostenible y una alternativa en el mercado de servicios de alojamiento en la región del Cusco, permitiendo que los beneficios del turismo pueda alcanzar un mayor número de personas de diferentes distritos de la ciudad.

7.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

Mejorar el nivel de competitividad de la actividad estatal en relación a la vivienda a nivel regional, mediante el manejo de precios y diferenciación del producto desde una perspectiva social.

Constituir a la gerencia de promoción de la vivienda dentro de la estructura organizacional del gobierno provincial, como el organismo integrador con la finalidad de incrementar los ingresos de la población hasta en un 20 % anual, durante los próximos cinco años.

Generar las condiciones que posibiliten estilos de vida caracterizados por la integración y cohesión familiar y social de los pobladores con los turistas.

Lograr una relación cooperativa basada en la buena comunicación y en el trabajo en equipo en todos los niveles.

7.7 VALORES

7.7.1 Innovación

La temática habitacional y calidad de vida de las familias es una preocupación constante que incentiva a la formulación proyectos que permita el aprovechamiento de los recursos como una iniciativa multisectorial para su financiamiento.

7.7.2 Sostenibilidad

Incrementando el fondo de crédito del estado para subsidiar a través de los BFH a los sectores más vulnerables e introduciendo una estrategia de financiamiento complementario a través de organizaciones no gubernamentales, por otro lado fortaleciendo las acciones complementarias relacionadas a la capacitación y articulación de actores para desarrollar emprendimientos tipo microempresas relacionadas al rubro del turismo en cuanto a alojamiento.

El programa busca fuentes de financiamiento de bajo costo para incrementar el fondo de crédito y/o aportes no reembolsables para las actividades de capacitación y articulación de actores.

7.7.3 Colaboración

Para lograr mejoras en cuanto a financiamiento, asistencia técnica, participación ciudadana en las políticas públicas relacionadas a la vivienda. A través de:

- 1) Del apoyo a las familias de bajos ingresos para acceder a un subsidio gubernamental para obtener una vivienda de calidad.
- 2) De facilitar el financiamiento complementario a través del microcrédito para completar el ahorro y el crédito hipotecario directo o a través de las entidades financieras integradas asociadas.
- 3) De las facilidades en los tres niveles de gobierno para la implementación de la política habitacional.

7.8 EJECUCIÓN

Consiste en definir la forma y secuencia en que se va a ejecutar la alianza estratégica y los criterios de seguimiento para continuar alineados a los objetivos estratégicos.

La ejecución está basada en procesos, si algún proceso pone en riesgo la operatividad y eficiencia de la alianza, de ser necesario deberá ser replanteada o modificada para hacer más eficiente su operación.

Se define un período específico para llegar a la integración total, generando relaciones de confianza y colaboración.

Se evalúa el nivel de compromiso de las entidades integradas para resolver los imprevistos que se presenten en la ejecución.

Los procesos están sujetos a una mejora continua para aumentar la satisfacción de los usuarios y mejorar la productividad propia de los procesos.

7.9 ORGANIZACIÓN

7.9.1 La gerencia de promoción de la vivienda.

El gobierno provincial del Cusco a través de la GPV, es el ente integrador conformado por una directiva de funcionarios y representantes del sector público y privado, quienes serán los encargados de administrar, monitorear, supervisar el proyecto.

Por tanto, la GPV es un instrumento de captación de recursos a largo plazo para inversiones en vivienda social, para un sector de la población quienes para ser adjudicatarios deben presentar un fondo de ahorro obligatorio.

7.9.2 Los involucrados

a) Sector público

Tiene una participación en la junta directiva y están encargados de Regular, Garantizar, Promover el modelo, regularización de títulos de propiedad.

Aporte de terrenos y las garantías para que las edificaciones puedan acceder a los servicios.

b) Sector privado

Participan empresas con capacidad financiera y profesional comprobada para asegurar la ejecución del proyecto en cada una de sus etapas; las promotoras inmobiliarias con experiencia permiten movilizar el capital hacia un sector de la construcción calificado, la labor del sector privado consiste en lo siguiente:

- Elaboración de los estudios previos, diseño y ejecución del proyecto de vivienda.
- Promoción de actividades económicas y de servicios.
- El financiamiento sin ánimo de lucro para la construcción de viviendas sociales.

Si bien la rentabilidad que generan estos proyectos de vivienda social no es igual otros, las velocidades de venta por la necesidad de vivienda permiten reducir costos financieros y también apoyar a las familias con los trámites de subsidios.

En el caso de familias de bajos ingresos la ampliación el crédito hipotecario significaría una mayor producción de viviendas, un producto rediseñado con mayores plazos y montos que podrían favorecer los intereses del sector privado.

CUADRO N° 47 LOS INVOLUCRADOS

		CARACTERÍSTICA	ROL	INVERSIÓN	FINANCIAMIENTO	PUBLICO	PRIVADO
BENEFICIARIOS	POBLADORES NSE "MB" NÚCLEOS FAMILIARES	NO CUENTA CON UNA VIVIENDA PROPIA	FUTURO PROPIETARIO	AHORROS FAMILIARES, PAGO MENSUAL	INGRESOS POR TRABAJOS FORMALES, INFORMALES O INDEPENDIENTES	TRABAJA EN ENTIDADES ESTATALES	INDEPENDIENTE, TRABAJOS EVENTUALES
	TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS	BUSCAN EXPERIENCIAS EN ENTORNOS FAMILIARES A COSTOS ACCESIBLES	CLIENTE	PAGO POR SU ESTADÍA	AHORROS PROPIOS	-	-
	ENTIDADES FINANCIERAS	BUSCAN CONSEGUIR UNA UTILIDAD	FINANCIA LA VIVIENDA ALOJAMIENTO	LE CORRESPONDE EL 80 % APROX	FONDOS PROPIOS	-	CMAC HUANCAYO CUSCO
GESTIÓN	GOBIERNO LOCAL	INTEGRA ALIANZAS	PROMOTOR	INTERMEDARIO	% COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	-	-
INVERSIONISTAS	DESARROLLADORES DE VIVIENDA	EXPERIENCIA EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS INMOBILIARIOS.	DISEÑA Y EJECUTA EL PROYECTO DE VIVIENDA	-	PRESTAMOS	-	-
FINANCIERAS	MICRO FINANCIERAS, EDYPIMES, BANCOS	REALIZA PRESTAMOS DE DINERO, GENERA INTERESES	FINANCIA LA VIVIENDA ALOJAMIENTO	-	FONDOS PROPIOS	-	CMAC HUANCAYO CUSCO
GARANTES	GOBIERNO LOCAL	PROPIETARIO DEL TERRENO	SUBSIDIA UN % DEL TERRENO	-	-	MUNICIPALIDAD	-
COLABORADORES	AGENTES Y OPERADORES DE TURISMO	CAPTÁ TURISTAS	CONTACTA A LOS TURISTAS CON LA ASOCIACIÓN				

Elaboración propia (2017)



7.10 IMPACTO SOCIAL

El monto definido debe cubrir los todos los costos de todo el programa, considerando en éstos los costos de operación de las líneas de crédito, costos de ejecución, como los costos de las actividades complementarias de capacitación y articulación de actores.

La meta programada sería:

- Facilitar el acceso a viviendas nuevas a 800 personas por bloque construido de 10 niveles, en el que se dispondrá de 16 unidades de vivienda por nivel, es decir 160 familias de 5 integrantes por familia, al construirse 3 bloques los beneficiarios directos serán 2400 personas, 480 familias.
- Por otro lado está el capacitar por lo menos a un integrante de la familia en temas de buen servicio al turista, es decir 480 beneficiarias que permitirá el desarrollo de la actividad socioeconómica en la vivienda en un entorno de convivencia comunitaria y con el turista.

A través de la alianza se busca consolidar a la sostenibilidad de la vivienda a largo plazo, promoviendo la participación de pobladores en actividades que apoyen las capacidades empresariales y que mejoren el entorno para la empresa privada familiar.

CAPÍTULO VIII: TIPOLOGÍA DE VIVIENDA PRODUCTIVA

8.1 DEFINICIÓN DE LA PROPUESTA

La vivienda como resultado de las influencias “verticalistas” de acuerdo con los planteamientos modernos de los CIAM, donde los edificios en altura para albergar a la población constituirían uno de los aliados principales de la política de vivienda propuesta en el modelo de gestión para los NSE “medio bajo”.

Estas viviendas de alta densidad serán administradas por la Gerencia de Promoción de la Vivienda de la Municipalidad Provincial del Cusco y estará dirigido a pobladores, quienes serán seleccionados por cumplir ciertas características en régimen de compra alquiler de vivienda, por el que pagará un monto mensual durante un plazo determinado hasta concluir con el pago de la vivienda.

Para facilitar el pago de la vivienda se propone alquilar parte de la vivienda a turistas, quienes serán inquilinos eventuales, y de quienes se obtendrá un beneficio económico que deberá ser utilizado para completar el monto mensual a pagar por la vivienda.

8.1.1 Desarrollo tipológico.

Se le denomina “ViPAD” o vivienda productiva de alta densidad a la “vivienda en altura”, el criterio adoptado es por el número de pisos y el número de unidades de vivienda; esto quiere decir que la vivienda en altura se realiza con la finalidad de generar mayor volumen de densificación poblacional bajo cierto nivel de planificación que busca el máximo aprovechamiento del suelo reuniendo iniciativas sociales y económicas para su realización.

Bajo la informalidad se ha dado este tipo de edificaciones sin superar las seis plantas por los sistemas constructivos utilizados o por las estructuras deficientes; no obstante, existe una gran dificultad para localizar estas edificaciones en la ciudad, principalmente por los parámetros urbanísticos definidos en los planes y planos de zonificación.

8.1.2 Condiciones del lugar.

La tipología está definida también por las condiciones de lugar, en este caso; el valle del Cusco tiene zonas bajas, laderas medias y zonas altas, entre los 3300 y los 4000 m.s.n.m. El clima varía de acuerdo a la altitud, la temperatura promedio anual es de 15°C y existen dos épocas marcadas; de lluvias y de sequía.

La configuración geográfica condiciona también el desarrollo de la vivienda, por ejemplo; las partes altas de la ciudad por la informalidad de la propiedad, los costos bajos del suelo, la ausencia de servicios básicos y la limitada accesibilidad se encuentra la población menos favorecida, a diferencia de la población en las laderas medias o en el piso de valle donde tienen mejores condiciones y calidad de vida.

8.1.3 La tipología de vivienda

La vivienda propuesta, tiene influencia del antiguo patrón de los asentamientos prehispánicos de “la cancha incaica”, donde la organización espacial es “unidimensional”, con un núcleo para el uso de vivienda y otro espacio abierto central como elemento ordenador en él se desarrollan actividades productivas.

- En la propuesta, cada unidad de vivienda contará con dos sectores diferenciados y organizados de tal manera que el primer sector corresponde a la vivienda con los

espacios mínimos para vivir y un área social compartida, y el segundo sector corresponde al alojamiento alternativo para el turista.

- Las unidades de vivienda productiva en cada nivel se dispondrán de manera longitudinal con un área de circulación central, en el que además se disponen algunas áreas sociales públicas.

8.2 CLASIFICACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL POTENCIAL USUARIO

Como ya se ha descrito anteriormente se cuenta con dos tipos usuarios, quienes tienen el propósito de tener un lugar para habitar.

8.2.1 El Beneficiario “El poblador cusqueño”

Definido en “El perfil del poblador beneficiario”.

8.2.2 Cliente “ El turista”

Definido en “El perfil del turista”

8.3 NORMATIVA

8.3.1 Reglamento Nacional De Edificaciones, “RNE”

La norma establece los criterios y requisitos mínimos de diseño arquitectónico que deberán cumplir las edificaciones con la finalidad de garantizar lo estipulado en el reglamento nacional de edificaciones.

1) NORMA A- 010, “Condiciones generales de diseño”

Estipula que el diseño se debe realizar en concordancia con los parámetros urbanísticos y edificatorios en relación a: Zonificación, secciones de vías actuales, usos del suelo permitidos, coeficiente de edificación, porcentaje mínimo de área libre, altura de edificación expresada en metros, retiros, área de lote normativo, aplicable a la subdivisión de lotes, densidad neta expresada en habitantes por hectárea, exigencias de estacionamientos para cada uno de los usos permitidos, áreas de riesgo o de protección que pudieran afectarlo, calificación de bien cultural inmueble, de ser el caso y condiciones particulares

CUADRO N° 48 NORMA A.010 “CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO”

REQUISITOS MINIMOS	NORMA A.010, CONDICIONES GENERALES DE DISEÑO
Distancia entre edificaciones por razones de privacidad e iluminación natural	con vanos de ambientes de dormitorios y salas de estar, deberá ser mayor 1/3 de la altura de la edificación más alta
	Distancia mínima de 6.00 mts
	Con vanos de ambientes de cocinas, pasajes y patios techados, deberá ser mayor a 1/4 de la altura de la edificación más alta,
	Distancia mínima de 4.00 mts.
Pozos para iluminación y ventilación natural	Tendrán una dimensión mínima de 2.20 mt
	Los pozos de luz pueden estar techados con una cubierta transparente y dejando un área abierta para ventilación
Ancho de los pasajes y circulaciones horizontales	Interior de las viviendas 0.80 mts.
	Pasajes que sirven de acceso hasta a dos viviendas 1.00 mts Pasajes que sirven de acceso hasta a 4 viviendas 1.20 mts.

Fuente: Reglamento Nacional De Edificaciones, norma técnica A.010 (2006) y modificaciones.

2) NORMA A- 020, “Vivienda”

Aquellas edificaciones destinadas a la residencia de unidades familiares, y cuentan por lo tanto con la infraestructura necesaria para facilitar la realización de las funciones propias de una familia.

En la norma específica las condiciones mínimas que debe cumplir toda vivienda; mínimamente con espacios para las funciones de aseo personal, descanso, alimentación y recreación.

CUADRO N° 49 NORMA A.020 “REQUISITOS MÍNIMOS DE VIVIENDA”

REQUISITOS MÍNIMOS	VIVIENDA
NORMA	A.020
TIPO	Conjunto Residencial, se trata de dos o más viviendas en varias edificaciones independientes y donde el terreno es de propiedad común.
DENSIDAD	01 dormitorio - 02 habitantes
HABITACIONAL	02 dormitorios - 03 habitantes 03 dormitorios - 05 habitantes
Densidad Neta máxima	Zonas Residenciales R3: 1,300 habitantes/hectárea Zonas Residenciales R4, R5, R6 y R8 2,250: hab/hect
Area mínima de vivienda	40 mt ² .
Area mínima habitación	8 mt ² .
Espacios mínimos para:	Aseo personal, Descanso, Alimentación y recreación. Y amoblamiento mínimo
La altura mínima	2.40 mts. piso terminado del ambiente con nivel más alto
Escaleras y corredores	Ancho mínimo de 0.90 m.
Ascensor	Apartir de 6 niveles
Acceso	Permitir la Accesibilidad a Personas Con Discapacidad Norma A-120
Ss.hh	1 inodoro, 1 lavatorio, 1 ducha, 1 lavadero
Materiales	Que demanden un bajo grado de mantenimiento.
	solución estructural que
	Garantice la estabilidad de la edificación.
Estacionamiento	Uno por cada tres unidades de vivienda.
Las instalaciones eléctricas	TENSIÓN de 220 voltios
MEDIDORES	Proveer uno por vivienda. Y un medidor totalizador del consumo de cada edificio.
DUCTOS	Las montantes verticales de agua fría, caliente, desagüe o electricidad, debe ser accesible
Distancias entre las edificaciones	A-010 Condiciones generales de diseño.
las redes principales de agua potable y alcantarillado	Deberán ubicarse en áreas libres o debajo de vías de sección no menor a 7.20 MI., y a una distancia no mayor de 25.00 MI

Fuente: Reglamento Nacional De Edificaciones, norma técnica A.020 (2006) y modificaciones.

Multifamiliar, cuando se trate de dos o más viviendas en una sola edificación y donde el terreno es de propiedad común.

Conjuntos Residenciales, cuando se trate de dos o más viviendas en varias edificaciones independientes y donde el terreno es de propiedad común, el objeto es posibilitar el acceso a servicios comunes que generan un beneficio a sus habitantes.

Estos servicios son: recreación pasiva (áreas verdes y mobiliario urbano), recreación activa (juegos infantiles y deportes), seguridad (control de accesos y guardianía) y actividades sociales (salas de reunión).

La Densidad Neta máxima para los Conjuntos Residenciales R8 - 2,250 hab/hectárea y se calcula de acuerdo el número de habitantes de una vivienda, depende del número de dormitorios.

3) NORMA A-030, “Hospedaje”

La presente norma técnica es de aplicación a las edificaciones destinadas a hospedaje cualquiera sea su naturaleza y régimen de explotación.

La norma técnica presenta conceptos, las condiciones de habitabilidad y funcionabilidad, diseño, número de ocupantes, requisitos específicos, clasificación y categorización de los establecimientos de hospedaje. Ver cuadro N° 6.

CUADRO N° 50 TIPOS DE ALOJAMIENTO

CLASE	CATEGORÍA
Hotel	Uno a cinco estrellas
Apart-hotel	Tres a cinco estrellas
Hostal	Una a tres estrellas
Resort	Tres a cinco estrellas
Ecolodge	-
Albergue	-

Fuente: RNE, norma Técnica A.030

Las edificaciones destinadas a hospedaje para efectos de la aplicación de la presente norma se definen como establecimientos que prestan servicio temporal de alojamiento a personas y que, debidamente clasificados y/o categorizados, cumplen con los requisitos de infraestructura y servicios señalados en la legislación vigente sobre la materia

En el Artículo 6 hace referencia a las siguientes condiciones mínimas:

CUADRO N° 51 NORMA A-030 “REQUISITOS MÍNIMOS DE HOSPEDAJE”

REQUISITOS MÍNIMOS	HOSPEDAJE
NORMA	A.030
HABITACIONES	Contar con seis (06) habitaciones como mínimo
AREA MÍNIMA	De 8.00 m ² , incluir clóset y/o guardarropa dentro de las habitaciones.
SS.HH	Contar con servicios higiénicos privados dentro de las habitaciones, con un área útil mínima de 2.50 m ² y cuenta con inodoro, lavatorio, tina y/o ducha, los pisos y paredes de material impermeable y el revestimiento de la pared tiene una altura mínima de 1.80 m.
AGUA FRIA Y CALIENTE	Contar con red de agua fría y caliente, las 24 horas del día, en duchas y/o tinas, cuyo sistema no puede ser activado por los huéspedes.
VENTILACIÓN Y/O CLIMATIZACIÓN	Contar con ventilación y/o climatización, que proporcione niveles de confort, temperatura, ventilación, humedad, entre otros,
ASCENSOR DE USO PÚBLICO	Contar con ascensor de uso público a partir de un nivel de circulación común superior a 12m sobre el nivel de ingreso a la edificación.
INSTALACIÓN SANITARIA	Contar con sistema de instalación sanitaria que garantice el suministro permanente de agua potable a todo el hospedaje.
RESIDUOS SÓLIDOS.	Contar con sistema de recolección, almacenamiento y eliminación de residuos sólidos.
SISTEMA ELÉCTRICO	Contar con sistema eléctrico y con servicio de comunicación, teléfono u otro, para uso público de los huéspedes.

Fuente: Reglamento Nacional De Edificaciones, norma técnica A.030 (2006) y modificaciones.

8.4 ORIENTACIÓN DE LA VIVIENDA.

La orientación más favorable de acuerdo al desplazamiento solar es al NORTE para ambientes que necesitan mayor ganancia solar e iluminación durante el día, es decir los dormitorios y orientado al sur otros ambientes.

8.5 EMPLAZAMIENTO DE LA VIVIENDA.

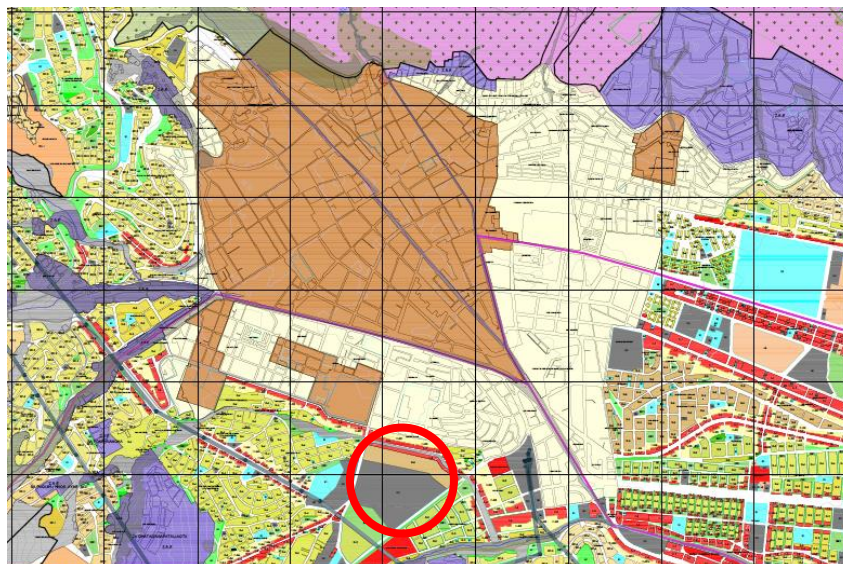
Disposición de suelo urbano para la atención de la demanda habitacional que pueda contar con suelo para el desarrollo de un programa dirigido a familias de bajos ingresos en:

- Terrenos de dominio privado/particular en áreas urbanas o de expansión urbana
- Terrenos de dominio público del Estado en áreas urbanas o de expansión urbana
- Terrenos de comunidades campesinas localizados en las áreas de expansión urbana.
- Además para la ubicación del proyecto piloto de Vivienda, se considera lo siguiente:
- La conexión vial con el resto de la ciudad como una de las condicionantes principales.
- Lograr una mayor integración con la ciudad, conexión a todas las redes de servicios de infraestructura. Es decir vincular con los centros de salud, instituciones educativas, centro de trabajo y el entorno en general.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Parámetros que permita la construcción en altura por tanto la densificación del suelo.

8.6 UBICACIÓN.

La zona residencial de alta densidad (R - 8) y la vivienda taller de alta densidad (I1-R8) respectivamente está orientado al uso multifamiliar y de conjuntos residenciales, permite la construcción de hasta 10 pisos en una altura de edificación de hasta 30 ml con una densidad de 2250 hab/ha, al igual que las zonas de OU que es la ubicación para el desarrollo de la vivienda productiva. Ver gráfico N° 70.

GRÁFICO N° 70 UBICACIÓN DE LA VIVIENDA



Fuente: Plano de zonificación / plan de desarrollo urbano de la provincia del Cusco al 2023

GRÁFICO N° 71 FOTOGRAFÍA DEL EMPLAZAMIENTO



Fuente: Toma propia (2017)

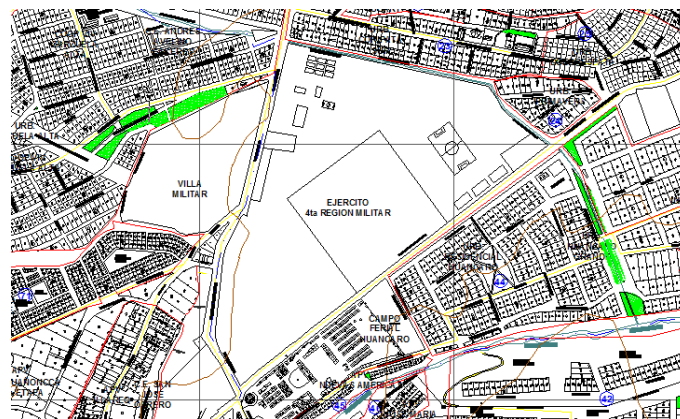
El plano de zonificación permite el uso residencial, equipado con infraestructura, dotaciones y servicios básicos necesarios para las mismas.

8.7 ACCESIBILIDAD.

Conexión urbana, adyacente a una vía de primer y segundo orden.

Av. Mariscal Gamarra
Ca. Alfonso Ugarte

GRÁFICO N° 72 ACCESIBILIDAD AL TERRENO



Fuente: Elaboración propia (2017)

La propuesta de vivienda se conecta a la trama urbana a través de la apertura de calles interiores y accesos múltiples.

Mejora la conectividad a través de nexos viales y peatonales, transporte público, y una mejor organización de recolección de residuos

8.8 CONCEPCIÓN DE LA VIVIENDA.

- **DENSIDAD**, Se propone un incremento de la densidad del sector por medio del crecimiento en altura, como la mejor manera de aumentar el número de la población y lograr suelo urbano
- **DIVERSIDAD**. Transformar el sector, no quitar sus usos característicos pero si inyectar nuevos espacios para la comunidad. La diversidad de usos complementa la con la diversidad de usuarios, cambian intensidades dentro de la misma.

- **INNOVACION:** Posibilidad de unir o dividir las unidades habitacionales, según la necesidad de cada familia.
- **SOSTENIBILIDAD:** Búsqueda de condiciones de ventilación e iluminación con sistemas pasivos. Incluir actividades relacionadas al turismo
- **ESPACIO PÚBLICO:** En lo concerniente al espacio público, el arquitecto y teórico danés Jan Gehl establece tres tipos de actividades exteriores, con características diferentes en el espacio, que son: actividades necesarias, actividades opcionales y actividades sociales. Un espacio público de calidad permite muchas más actividades opcionales, que son diversas y tienden a ser demoradas, debido a la necesidad del contacto en todos los ámbitos que tiene el ser humano. El carácter de estas actividades está condicionado por la configuración física de la ciudad (Gehl, 2004).

8.9 PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

8.9.1 Planteamiento arquitectónico

La concepción se interpreta como un masa porosa que permite la iluminación y libre circulación a través de espacios públicos lineal aéreo que atraviesa vacíos que invita al encuentro, intercambio de actividades compartidas, el elemento de circulación unifica el proyecto, enfatiza la conexión entre viviendas, otorga dinamismo a la propuesta.

Estructura filar de superficie mínima, liviana y permeable.

Se exteriorizan las instalaciones sanitarias, para facilitar el movimiento de los núcleos húmedos, (cajón sanitario)

Las unidades se resuelven desde lo tecnológico, con simpleza y practicidad constructiva, a través de la estandarización.

El lenguaje resultante evidencia la adaptación y flexibilidad de los espacios para realizar diferentes actividades, el uso de paneles verticales móviles que tamizan la luz solar, dinamizando la fachada.

En cuanto al acondicionamiento climático se optó por sistemas pasivos de regulación: ventilación cruzada, filtros solares en las envolventes, según las orientaciones, recolección de aguas de lluvia, tratamiento de aguas grises para su posterior reutilización.

Espacio público perimetral, senderos elevados,

Espacios públicos generados por la optimización de áreas en la vivienda y por la densificación orientada a la verticalidad, es decir evitar áreas reducidas que podrían causar un deterioro en la densidad de habitantes y de acontecimientos.

8.9.2 Planteamiento estructural.

Estructura de concreto armado con muros portantes de varias plantas, en cuyo interior se organizan funciones individuales y sociales. Integrada a la manzana existente, se respeta la normativa, parámetros urbanos aportando una superficie de espacio público que permita la socialización (calidad de espacios)

La propuesta se desarrolla a partir de una estructura modular de muros portantes al interior y exterior de los ambientes, formalmente articulada con el entorno inmediato, modulada cada 4m con posibilidades de crecimiento progresivo.

Están previstos también de áreas productivas sustentables, espacios públicos sociales.

8.10 CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO DE VIVIENDA

Destinar del 25% al 32% de la vivienda para alquiler, el área restante para vivienda, proyectándose un crecimiento posible que pudiera exigir albergue hasta para 3 hijos integrantes del grupo familiar, y 2 padres llegando a un máximo de 5 componentes familiares.

Desarrollar “VIVIENDAS PRODUCTIVAS” a partir del concepto “viviendas multifamiliares en altura y alta densidad” de hasta de 10 pisos.

- La vivienda garantiza las condiciones de habitabilidad para familias de 3, 4 y 5 integrantes, con posibilidad a realizar ampliaciones futuras al concluir el pago de la vivienda en los ambientes alquilados.
- Se plantea dos plantas tipo, que se adecuan a la cantidad de integrantes del núcleo familiar, el cual esta diferenciado por el área.
- La vivienda cuando haya sido cancelada en su totalidad, la fa
- El diseño de la vivienda productiva garantiza la permanencia conjunta de hasta un grupo de 8 integrantes de turistas.
- El mobiliario por habitación (cama) debe tener características para adecuarse a la cantidad de turistas (min 1 y máx. 2)

8.11 DISEÑO DEL PROTOTIPO DE VIVIENDA

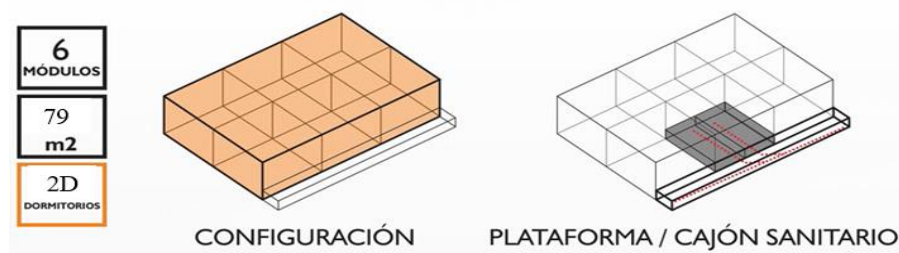
CUADRO N° 52 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO REFERENCIAL

USO	CANTIDAD N°	UNIDAD ESPACIAL
VIVIENDA	1	DORMITORIO PRINCIPAL (1)
	1	DORMITORIO (2)
	1	SALA
	1	COMEDOR
	1	COCINA
	1	SS.HH
	1	LAVANDERIA
ALOJAMIENTO	1	HABITACION EN ALQUILER
	1	SS.HH
		TOTAL

Fuente: Elaboración propia (2017)

En base a una programación de una vivienda tradicional, con todos los ambientes que permita el desarrollo de todas las actividades además incluye una habitación en alquiler, el que contara con un servicio higiénico independiente.

GRÁFICO N° 73 MODULACIÓN Y CONFIGURACION

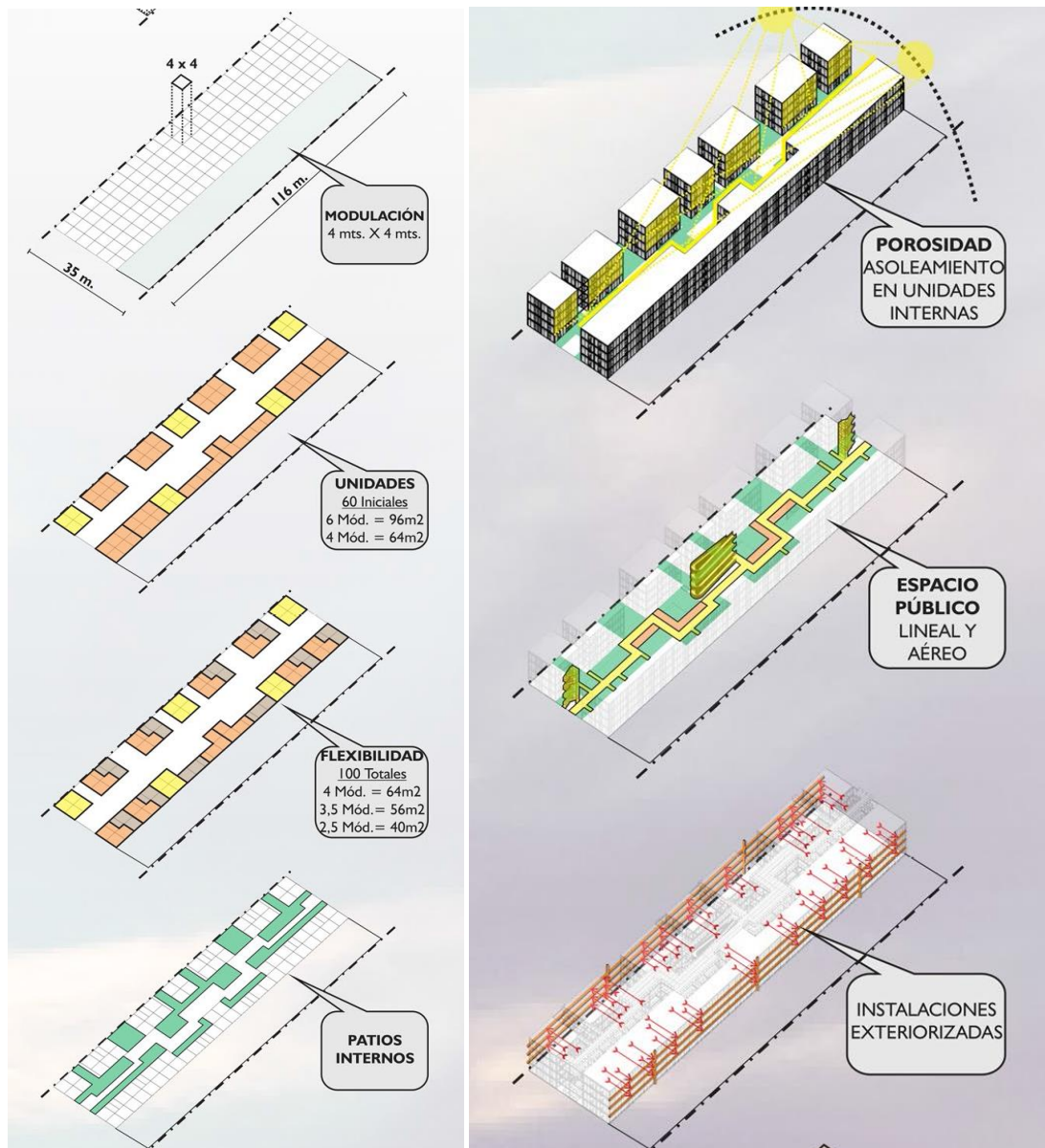


Fuente: Elaboración propia (2017)

La modulación estructural se realiza para zonificar el espacio y generar elementos modulares que permita su fácil y rápida construcción.

A continuación se muestra parte del proceso de concepción de la vivienda productiva desde una perspectiva formal, funcional y constructiva; donde cada elemento está diseñado de acuerdo a un orden preestablecido.

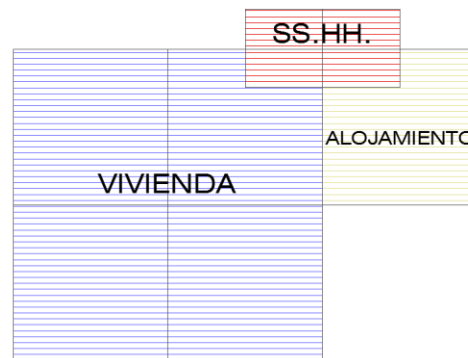
GRÁFICO N° 74 SECUENCIA DEL DESARROLLO DE LA VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

El conjunto es la suma de partes, es decir que cada unidad es funcional en sí misma y es un elemento imprescindible del conjunto.

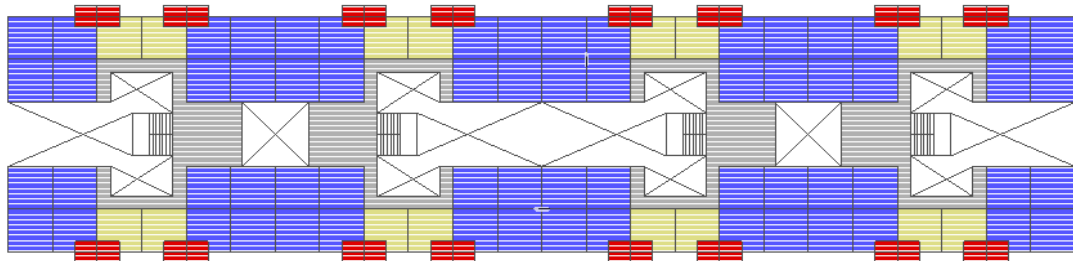
GRÁFICO N° 75 ZONIFICACIÓN POR UNIDADES ESPACIALES



Fuente: Elaboración propia (2017)

Cada planta presenta tres sectores definidos: sector 1: vivienda, sector 2: alojamiento y sector 3: áreas húmedas (ss.hh). Ver gráfico N° 75

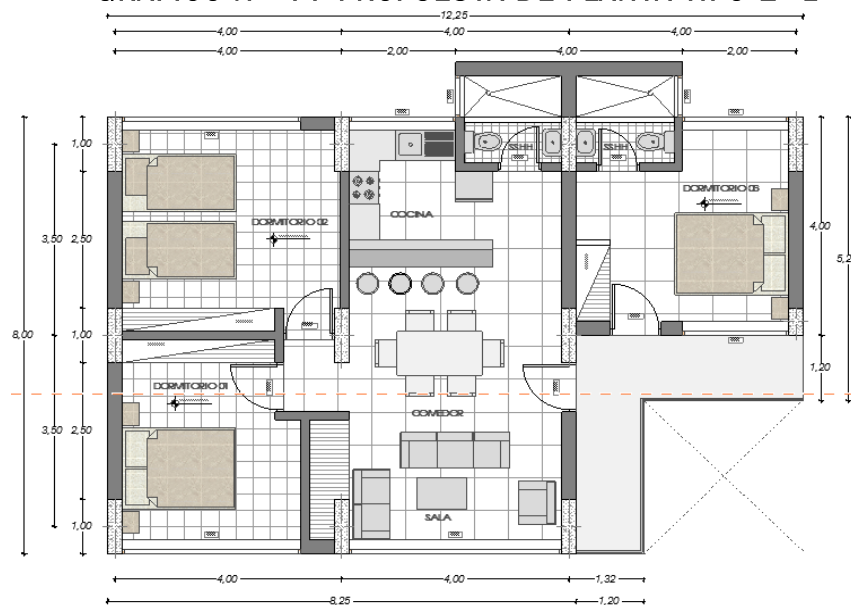
GRÁFICO N° 76 DISPOSICIÓN DE LAS UNIDADES ESPACIALES



Fuente: Elaboración propia (2017)

En el gráfico N° 76 se puede ver la disposición de las unidades espaciales en cada piso, donde el azul corresponde a la vivienda, el amarillo al ambiente en alquiler y el rojo las unidades sanitarias agrupadas.

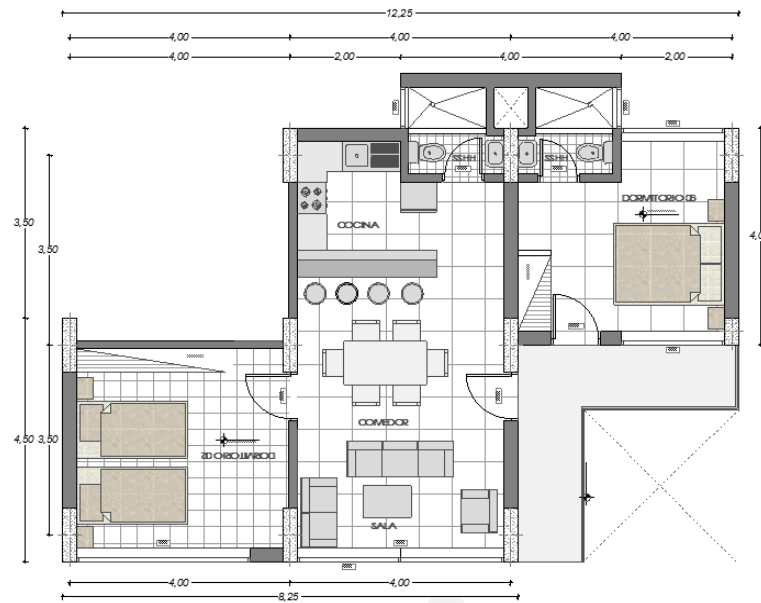
GRÁFICO N° 77 PROPUESTA DE PLANTA TIPO 1 "L"



Fuente: Elaboración propia (2017)

La planta tipo 1 "L" corresponde a la unidad de vivienda de 79.00 m², cuenta con dos habitaciones en el sector de la vivienda y una habitación para alquiler.

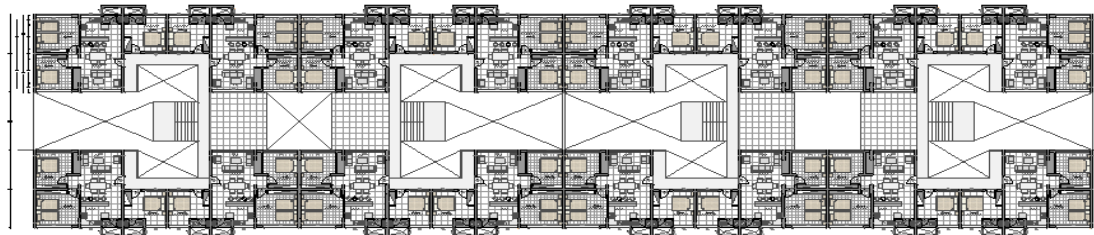
GRÁFICO N° 78 PROPUESTA DE PLANTA TIPO 2 “S”



Fuente: Elaboración propia (2017)

La planta tipo 1 “S” corresponde a la unidad de vivienda de 66.00 m², cuenta con una habitación en el sector de la vivienda y una habitación para alquiler.

GRÁFICO N° 79 BLOQUE DE VIVIENDA



Fuente: Elaboración propia (2017)

En un bloque de vivienda se tiene 16 unidades de vivienda, presenta un área central libre de circulación y permanencia, lateralmente están ubicados las zonas húmedas

GRÁFICO N° 80 REFERENCIA DE PLANTA GENERAL



Fuente: Proyectos de vivienda particular

GRÁFICO N° 81 REFERENCIA SECCIÓN GENERAL



Fuente: Proyectos de vivienda particular

En un bloque de vivienda se tiene 16 unidades de vivienda, presenta 10 niveles.

8.12 PRESUPUESTO.

CUADRO N° 53 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA

TIPO VIVIENDA	AREA (m ²)	PRECIO DE VENTA	INICIAL	MONTO PAGAR	FINANCIAMIENTO DOLARES			
			10%		10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	79	45006	4501	40506	98,834	120,707	137,719	149,871
TIPO 02	66	37600	3760	33840	82,570	100,844	115,057	125,209

Fuente: Elaboración propia (2017)

CUADRO N° 54 PRECIO MENSUAL POR UNIDAD DE VIVIENDA

TIPO VIVIENDA	FINANCIAMIENTO			
	10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	824	671	574	500
soles	2694	2193,5	1877	1634,1
TIPO 02	688	560	479	417
soles	2250,7	1832,6	1568,1	1365,2

Tipo de cambio 13/05/17

3,271

Fuente: Elaboración propia (2017)

El rango de precios será de 569,7 dólares por m², con un precio de 45.006 y 37.600 dólares por unidad de vivienda como precio de venta.

CAPÍTULO IX: GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El modelo de negocio es una herramienta de planificación que permite desarrollar una idea de negocio, la Región del Cusco es considerado uno de los principales destinos Turísticos a nivel nacional e internacional, debido a la variedad de atractivos turísticos que posee, razón por la cual diversas actividades económicas relacionadas al Turismo se han desarrollado notablemente en los últimos años, entre ellas resalta la actividad socioeconómica del servicio de hospedaje, brindando al turista nacional y extranjero diversas alternativas acorde al estrato socioeconómico del mismo; sin embargo esta actividad beneficia principalmente al sector privado, es por ello la necesidad de crear un modelo de negocio innovador y original que beneficie social y económicamente a la población desfavorecida, permitiendo la posibilidad de adquirir una vivienda productiva.

El modelo de negocio permite se basa en una fórmula que demuestra como la idea es viable, sostenible y escalable.

FORMULA N° 4 RELACIÓN DE VARIARIABLES

$$Y = F(X)$$

Fuente: Elaboración propia (2017)

Donde:

Y = Variable dependiente “Modelo de gestión de viviendas populares de alta Densidad con vocación turística”

F(x) = Variable independiente “Alianza estratégica”, “tipología de vivienda” y “Modelo de negocio”

FORMULA N° 5 RELACIÓN DE VARIARIABLES “PROBLEMA”

$$Y (Y1, Y2, Y3) = F(X1, X2, Y3) - (a)$$

$$Y1 = F(x1)$$

$$Y2 = F(x2) - (b)$$

$$Y3 = F(x3)$$

Fuente: Elaboración propia (2017)

Donde:

Y1= F(x1) = “Alianza estratégica”

Y2= F(x2) = “Tipología de vivienda”

Y3= F(x3) = “Modelo de negocio”

FORMULA N° 6 RELACIÓN DE VARIARIABLES “HIPOTESIS”

F(x1, x2, y3) determina Y (y1, y2, y3)

F(x1) determina y1

F(x2) determina y2

F(x3) determina y3

Fuente: Elaboración propia (2017)

El modelo de negocio se enfoca en el desarrollo de viviendas productivas y su comercialización como alojamiento alternativo para el turista en la ciudad del Cusco.

9.1 MISION:

“Brindar a nuestros huéspedes hospitalidad, historia y cultura en un entorno familiar, creando valor agregado en las experiencias y a la vez generando un impacto socioeconómico positivo a los beneficiarios de VIPAD”

9.2 VISION:

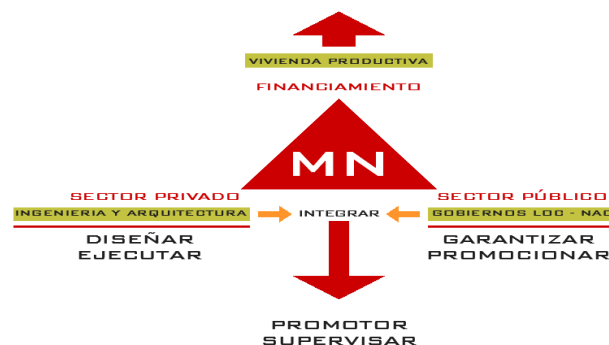
Ser reconocido como una alternativa innovadora y original para el turista, encarnando la calidez de la hospitalidad, preservando y promoviendo nuestros valores y costumbres histórico-culturales y sociales, creando experiencias únicas que motiven a nuestros huéspedes a volver, a la vez creando valor de forma sostenible en el tiempo.

9.3 LEMA-SLOGAN

“El Turismo es de Todos”

La región del Cusco actualmente constituye uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional e internacional por variedad de atractivos turísticos que posee, este potencial favorece el desarrollo de una gama amplia de actividades afines que si bien tiene un alcance a los pobladores de la región, son las empresas privadas las que más beneficios obtienen.

GRÁFICO N° 82 MODELO DE NEGOCIO “TRIPLE HÉLICE”
"EL TURISMO ES PARA TODOS"



Fuente: Elaboración propia (2017)

Bajo el lema “El Turismo es de Todos” se pretende que los beneficios del turismo llegue a la población de diferentes NSE, a otros sectores o distritos de la ciudad fuera del centro histórico del Cusco permitiendo también el desarrollo actividades complementarias que forman parte de la oferta turística y no solo beneficie a los grandes agentes del sector, que favorece a un único modelo de turismo: El hotelero.

Es decir; se pretende ser parte de la oferta alternativa de competencia en el ámbito del turismo, beneficiando a la población que habita en un sector determinado de la ciudad (propietarios, empleados, colaboradores, comerciantes y demás personas vinculadas al sector turístico no hotelero)

9.4 VALORES:

Identificados con la cultura andina, se asume y promueven los siguientes valores:

- Sabiduría (yachay).- Transmitiendo conocimientos históricos, culturales y costumbristas como resultado de un legado ancestral que es transmitido de generación en generación.
- Trabajo (Llank'ay).- permitiendo al huésped formar parte integrante de la familia, siendo participe en las actividades cotidianas de la familia, buscamos satisfacer todas las expectativas de nuestros huéspedes dando lugar a nuevas experiencias, además de contribuir al progreso socio-económico de nuestra región.
- Voluntad (munay).- asumiendo el compromiso responsable dirigida a ofrecer facilidades para hacer más confortable la estadía y mejorar continuamente la experiencia de todos nuestros usuarios.
- Solidaridad y reciprocidad (Ayni).- Respetando a todos nuestros huéspedes, clientes, colaboradores, proveedores y miembros de la comunidad para promover relaciones armoniosas; así como la práctica de la Integridad en cada una de nuestras acciones, enfrentando todas las situaciones con honestidad, amabilidad y calidez.

9.5 IDEA DE NEGOCIO, CANVAS

“La vivienda como producto turístico”, se ha definido como la infraestructura de vivienda social que forma parte de la oferta turística, es decir un alojamiento alternativo para un tipo de turista, que además de buscar entornos accesibles para su permanencia, está interesado en conocer y formar parte del día a día del poblador cusqueño, cuanto a costumbres, actividades, gastronomía, etc. en un ambiente familiar que además de brindar comodidad este cercano a la ciudad y a los servicios”

GRÁFICO N° 83 MODELO DE NEGOCIO “CANVAS”

“ LA VIVIENDA COMO PRODUCTO TURÍSTICO ”

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CLIENTES	SEGMEN TO DE CLIENTES
INVERSIONISTAS: ENTIDADES FINANCIERAS EJECUTORES: DESARROLLADORES DE VIVIENDA CONSUMIDORES: SOCIOS POBLADORES CLIENTE - TURISTA PROMOTORES: LA ASOCIACION ENTIDADES PUBLICAS Y PRIVADAS CONTROL Y GARANTIA: GOBIERNOS LOCALES ENTIDADES PUBLICAS Y PRIVADAS	INTERMEDIARIO: PUBLICO Y PRIVADO POBLACION Y TURISTA CONTACTO: CON LOS CUENTES DIRECTA O VIRTUAL A TRAVES DE UNA PLATAFORMA O APP EVALUACIONE CTE MARKETING: INSERTAR LA PROPUESTA EN EL MERCADO RECURSOS CLAVE PERSONAL: PROFESIONALES DE DIFERENTES ESPECIALIDADES SOCIOS INFRAESTRUCTURA: LOCAL, SEDES, ETC PLATAFORMA: TECNOLOGIA CAPITAL: PROPIO Y APORTE DE SOCIOS	APORTE: "LA VIVIENDA COMO PRODUCTO TURÍSTICO" DOTAR DE UNA ACTIVIDAD SOCIOECONOMICA COMO FUENTE DE INGRESO EXTRA INCREMENTAR LOS INGRESOS DE LA POBLACION ADQUIRIR UNA VIVIENDA A BAJO COSTO PROBLEMA QUE RESUELVE: -REDUCIR EL DEFICIT HABITACIONAL -INCREMENTA CAP. ALOJAMIENTO	"EL TURISMO ES PARA TODOS" ENFOQUE SOCIAL: CONTACTO DIRECTO Y PERSONALIZADO, ASESORAMIENTO CTE. RAPIDEZ FINANCIERO: MENORES COSTOS, CUOTAS FLEXIBLES CANALES MEDIOS VIRTUALES: PLATAFORMAS WEB, CUENTAS, CORREO, REDES SOCIALES APLICACIONES, TELEF. RESENAS, CALIFICACION DEL SERVICIO, ETC MEDIOS FISICOS: LOCALES, SEDES, OPERADORES O AGENCIAS DE TURISMO	BENEFICIARIO: POBLADOR QUE VIVE EN LA CIUDAD DEL CUSCO DEL "NSE D" QUE NO CUENTA CON UNA VIVIENDA, ESTA INTERESADO EN UNA FUENTE DE INGRESO EXTRA CLIENTE: TURISTA NACIONAL O EXTRANJERO QUE VISITA LA CIUDAD DEL CUSCO Y BUSCA ENTORNOS FAMILIARES PARA SU PERMANENCIA EN LA CIUDAD A MENOR COSTO
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
INFRAESTRUCTURA FISICA: LOCAL DE LA ASOCIACION PERSONAL: INGENIEROS, ARQUITECTOS ADMINISTRADORES ASESORES LEGALES Y FINANCIEROS PERSONAL OBRERO	IMPUESTOS: PREDIALES DERECHOS ADMINISTRATIVOS TRAMITES LEGALES CONSTRUCCION: MATERIALES PERSONAL EQUIPOS - HERRAMIENTAS	BENEFICIARIO: POBLADOR QUE VIVE EN LA CIUDAD DEL CUSCO DEL "NSE D" FORMA DE PAGO: CUOTAS FLEXIBLES MENSUALES AHORROS PROPIOS CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO FINANCIERO COBRO POR M2 POR TIPO DE VIVIENDA	CLIENTE: TURISTA NACIONAL O EXTRANJERO QUE VISITA LA CIUDAD DEL CUSCO FORMA DE PAGO: TARGETAS, EFECTIVO TARIFA VARIABLE POR LOS DIAS DE PERMANENCIA Y OTROS SERVICIOS ADICIONALES	

Fuente: Elaboración propia (2017)

Este tipo de alojamiento para el turista, debe ser realizado dentro de un marco jurídico estable donde sean consideradas todas las formas alternativas de organización.

La ciudad del Cusco viene experimentado importantes cambios gracias a los beneficios del turismo, que direccionado de una manera innovadora podría permitir lograr ventajas competitivas para la población, el incremento de ingresos, desarrollo de actividades complementarias y por qué no ser una oportunidad para emprendimientos de tipo inmobiliario.

9.6 ANÁLISIS DEL CONTEXTO

9.6.1 Análisis FODA

Kotler y Keller (2005) explican que el análisis DAFO es la evaluación general de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa o un sector concreto. El objetivo principal de este análisis es determinar cómo se puede posicionar a la empresa en un sector de manera que se aprovechen de una manera correcta las oportunidades al mismo tiempo que se tratan de evitar o minimizar las amenazas del entorno. (Ireland y Hoskisson, 2006).

El análisis FODA permite identificar los puntos fuertes o ventajas competitivas de la empresa y ayuda a localizar aquellas oportunidades que la empresa no ha sido capaz de aprovechar aún. El estudio de las cuatro características del análisis FODA es uno de los puntos de partida para ubicar correctamente a la empresa. A continuación se muestran las Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y Amenazas que caracterizan a la Empresa.

CUADRO N° 55 ANÁLISIS DEL CONTEXTO “FODA”

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS (INTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contamos con riqueza en herencia e identidad cultural andina. - Capacidad de coordinar y establecer alianzas estratégicas. - Desarrollo de una nueva alternativa atractiva para el turista. - Fácil acceso a medios de comunicación e información (internet, tv, redes sociales). - Contamos con la información necesaria, conocimientos para brindar mejores servicios al turista. - Capacidad de ofrecer una experiencia inolvidable al turista (cultural-vivencial) 	<p>DEBILIDADES (INTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ausencia de un sistema integrado de información que facilite la toma de decisiones. -Disponibilidad limitada de recursos económicos. -Débil posicionamiento en el mercado, frente a diversas alternativas para el turista. - insuficiente modernización en la gestión administrativa (costo-beneficio en el factor tiempo para el turista) - Limitada experiencia por parte de los miembros de la familia. -Limitada innovación tecnológica en cuanto a las comodidades que se pueda brindar al turista.
<p>OPORTUNIDADES (EXTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cusco, destino turístico a nivel nacional e internacional, que permite la afluencia de visitantes. -Situación económica del país. -Ubicación geográfica y acceso a opciones para adecuar un ambiente llamativo y confortable para el huésped. - Desarrollar el marketing digital. -Oportunidad de acceder al crédito financiero, a baja tasa de interés. Inversión productiva en mejorar la calidad del servicio que brindamos. -El hábito consumista de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> -Utilizar los recursos turísticos representados en el servicio que brindamos, llamativo para el turista, incrementando así el valor cultural al servicio. -Desarrollar eficientemente alianzas estratégicas entre diversos sectores. - Desarrollar estratégicamente políticas que identifiquen a la empresa como una alternativa potencial en la Región. -Enfocar eficientemente la publicidad empresarial de manera virtual y accesible (internet, redes sociales). - Inversión en capacitación para mejorar la calidad del servicio y administración de la empresa. -Realizar programas de integración con el turista que contribuya económicamente a la familia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de un sistema integral de información dirigido al turista. -Desarrollar planes preventivos a corto, mediano y largo plazo. -Realizar actividades culturales y atractivas para el turista en zonas cercanas. -Implementar periódicamente la publicidad empresarial mediante el uso de medios de comunicación masiva. -Acceder a créditos empresariales, que agilicen el proceso de capacitación y mejoras en la atención al huésped. (Aspectos técnicos y administrativos). -Venta de experiencias, cultura, historia, de la mano de bienes/artesanía, etc.
<p>AMENAZAS (EXTERNO)</p> <ul style="list-style-type: none"> Empresas ya posicionadas que brindan el servicio de hospedaje (competencia). Limitación para la capacitación externa para mejorar las condiciones de servicio. Debido al costo que esté representa. Posicionamiento y fidelidad de la competencia. Uso eficiente de los medios de comunicación masiva. Dependencia de la temporada alta y baja de afluencia del turismo. Situación económica y social del país, el cual repercute en la afluencia de turistas. Variación de alternativas para el turista. 	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar planes de difusión y posicionamiento en el mercado local. -Enfocar las alianzas estratégicas a la maximización de beneficios, y logros de objetivos. -utilizar los recursos culturales de manera eficiente para lograr la diferenciación frente a la competencia. -Control y seguimiento adecuados a la publicidad vendida al turista por medios de fácil acceso. -Realizar planes estratégicos bajo calendario que brinden variedad de opciones al turista. - aprovechar adecuadamente la ventaja comparativa de la empresa frente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> Agilizar la toma de decisiones, mediante la implementación de un sistema de información. Adecuación de alianzas estratégicas con entidades del estado que faciliten el acceso a capacitación. Formular y plantear una marca empresarial dentro del mercado, vendiendo recursos culturales(vivenciales-históricos (diferenciación) Capacitación en marketing digital, que promueva a la empresa dentro del mercado como una alternativa más al turista.

Fuente: Elaboración propia (2017)

9.6.2 Análisis CAME

El Análisis CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) es una herramienta de diagnóstico estratégico que se utiliza para definir el tipo de estrategia que debe de seguirse en una compañía tras haber identificado, mediante un Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), cuales son los aspectos clave que caracterizan a una compañía desde la perspectiva externa o del entorno (que nos informa de amenazas y oportunidades) e interna (que nos informa de las debilidades y fortalezas en relación con el entorno). El Análisis CAME siempre debe realizarse tras haber completado el Análisis DAFO; porque lo que persigue es corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades que se derivan del Análisis DAFO

CUADRO N° 56 ANÁLISIS DEL CONTEXTO “CAME”

CAME	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	Estrategias ofensivas: -Orientación al turismo vivencial y proyección social. -Explotar relaciones con entidades del estado y entidades financieras. -Realizar ofertas en determinadas épocas del año.	Estrategias de reorientación: - Invertir en I+D. -Desarrollar alianzas estratégicas con entidades del estado. - Desarrollar un plan de actividades originales y atractivas para el turista.
AMENAZAS	Estrategias defensivas: -Ampliación de la gama de servicios. -Crear valor añadido en el servicio, mediante la oferta de nuevas experiencias y proyección social. -Desarrollar un plan de calidad orientado a cubrir la máxima satisfacción del cliente.	Estrategias de supervivencia: -Desarrollar sistemas de información adecuados e innovadores. -Búsqueda de recursos adecuados y siempre compartiendo los valores de la compañía. Implementar estrategias de publicidad empresarial para incrementar la demanda.

Fuente: Elaboración propia (2017)

9.7 ANÁLISIS DEL MERCADO

El crecimiento del turismo en la región ha permitido el desarrollo masivo de los servicios turísticos en sus diversas formas, es así que el mercado de servicios de alojamiento ha crecido notablemente en la ciudad del Cusco, sin embargo existen muchas formas que aún no son aprovechadas, es el caso de la empresa familiar, beneficiaria de VIPAD, que además de brindar el servicio de alojamiento, ofrece una variedad de experiencias que el turista puede adquirir en convivencia con la familia prestadora del servicio

9.8 EL CONSUMIDOR

El individuo que demanda de un bien o servicio en el mercado, es considerado un **actor económico** que dispone de recursos materiales (dinero) y de trabajo para satisfacer sus necesidades.

Para efectos de la investigación, el consumidor es el turista nacional y/o extranjero en la ciudad de Cusco, que más allá del estrato socioeconómico al que pertenezca tienen el interés y la preferencia por el Turismo vivencial, el compartir experiencias directamente con la población, la cultura, costumbres; además está orientado en el apoyo a proyectos con proyección social.

La convivencia del turista con la familia cusqueña y su quehacer diario representa para el turista un paso importante en la contribución a su desarrollo personal e integral, así como al bienestar de la familia prestadora de los servicios.

Se muestra a continuación la distribución de la población según el interés por viviendas productivas por distrito en la ciudad del Cusco:

CUADRO N° 57 POBLACIÓN INTERÉSADA EN VIVIENDAS PRODUCTIVAS

DISTRITO	UNIVERSO	INTERESA	NO INTERESA	NO SABE	% INTERESA
Cusco	20	12	5	3	12%
San Jerónimo	20	16	4	1	16%
San Sebastian	20	15	4	1	15%
Santiago	20	16	2	2	16%
Wanchaq	20	7	13	0	7%
Total	100	66	28	7	66%

Fuente: Elaboración propia (2017)

El 66% de la población encuestada está interesada en adquirir una vivienda, como se puede observar en el cuadro N° 55; los distritos de Santiago y San Jerónimo son los que muestran mayor interés por adquirir una viviendas, con un 16% en ambos casos, que para fines de la investigación representa otro indicador para la ubicación del proyecto: Distrito de Santiago.

9.8.1 Análisis del consumidor

El consumidor es aquel que concreta el consumo de un bien y/o servicio.

El análisis del consumidor sobre el producto/servicio facilita la toma de decisiones respecto a gustos y preferencias del consumidor, de tal manera poder orientar el servicio a un segmento definido, cabe mencionar que en la ciudad del Cusco se cuenta con diversidad de alternativas para el turista; desde la prestación de servicios turísticos hasta las actividades de ocio; por otro lado se toma como referencia también la tendencia creciente por el turismo vivencial el cual viene consiguiendo logros importantes en beneficio de la familia prestadora de servicios turísticos.

Para el modelo de negocio planteado se tiene dos tipos de consumidores, quienes están caracterizados de la siguiente manera:

1) EL BENEFICIARIO “EL POBLADOR CUSQUEÑO”

Se le define como el beneficiario directo quien podrá adquirir una vivienda productiva; es decir una vivienda donde pueda desarrollar una actividad socioeconómica.

A. CARACTERÍSTICAS

- Hogares que pertenecen al NSE “MEDIO BAJO”, de acuerdo al perfil del cuadro N° 58
- Están interesados en adquirir una vivienda.

CUADRO N° 58 PERFIL DEL POBLADOR CUSQUEÑO

EDAD	ESTADO CIVIL	GRADO DE INSTRUCCIÓN	LUGAR DE PROCEDENCIA	INGRESO FAMILIAR MENSUAL	N° INTEGRANTES FAMILIA	OCUPACIÓN
De 35 a 44 años	Casado Conviviente	Técnico	Distritos del Cusco	De 1750 S/. a 2000 S/.	4 Personas	Empleado Eventual

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas y datos históricos.

B. REQUISITOS

- Debe cumplir con los requisitos definidos por la ASOCIACIÓN para ser socio beneficiario.

- Debe tener acceso al BBP “bono del buen pagador” del PMV – Techo propio (presentar el formato de evaluación emitida por la entidad financiera, donde indique que es apto)
- Debe tener ahorros.
- Debe demostrar su ingreso familiar y mostrar capacidad de pago.
- Disponibilidad de tiempo para atender un “negocio familiar” en su propia vivienda.
- Uno o más integrantes de la familia debe estar capacitado para ejercer actividades relacionadas a la atención de turistas. (Alojamiento, alimentación, orientación, etc)
- Disposición para capacitarse de manera permanente para mejorar la actividad socioeconómica que debe desarrollar en la vivienda que está adquiriendo.
- Compromiso con las reglas y normas de control interno de la asociación.
- El poblador puede captar turistas directamente a través de la plataforma de la asociación o por medios propios, quienes también deben registrarse y cumplir con los requisitos establecidos por la asociación.

C. NOTA:

- La familia beneficiaria debe continuar pagando el % del ingreso familiar mensual destinado para la vivienda y el % del ingreso por alquiler del ambiente de la vivienda destinado para el alojamiento, el cual puede ser variable y mejorar de acuerdo a la iniciativa y mejoras que el poblador pueda emprender.
- El poblador tiene la libertad de implementar ideas innovadoras que permita mejorar la actividad para captar mayor cantidad de turistas.

1) EL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO

Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y no mayor de doce meses consecutivos.

A. CARACTERISTICAS

- Persona interesada en conocer la cultura los atractivos turísticos, cultura, arquitectura del lugar que visita.
- Tiene interés por conocer e interactuar con familias cusqueñas.
- Busca entornos más accesibles en cuanto a costos y ubicación para su permanencia.
- Está orientado principalmente al tipo Vacacionista, que es el turista que viaja por motivos de recreación u ocio, siendo el propio turista quien decide hacer el viaje turístico.
- Preferencia por el Turismo Vivencial (experiencias de vida que se adquieren con el compartir diario con la familia cusqueña)
- Están interesados en el apoyo social y económico que pueda generar su visita.

B. REQUISITOS

- Debe estar interesado en el turismo vivencial y/o proyección social.
- Debe tener los documentos en regla.
- Disposición para aprender mediante la experiencia.
- Compromiso con las reglas y normas de la empresa.
- Persona interesada en conocer los atractivos turísticos del lugar que visita.
- Interés por interactuar con familias cusqueñas.
- Debe demostrar capacidad de pago para su permanencia en la ciudad. (pago por adelantado)
- Debe contactarse previamente con ViPAD para reservar un espacio en la vivienda productiva por medio de agentes u operadores de turismo, por la web, o directamente en la asociación.

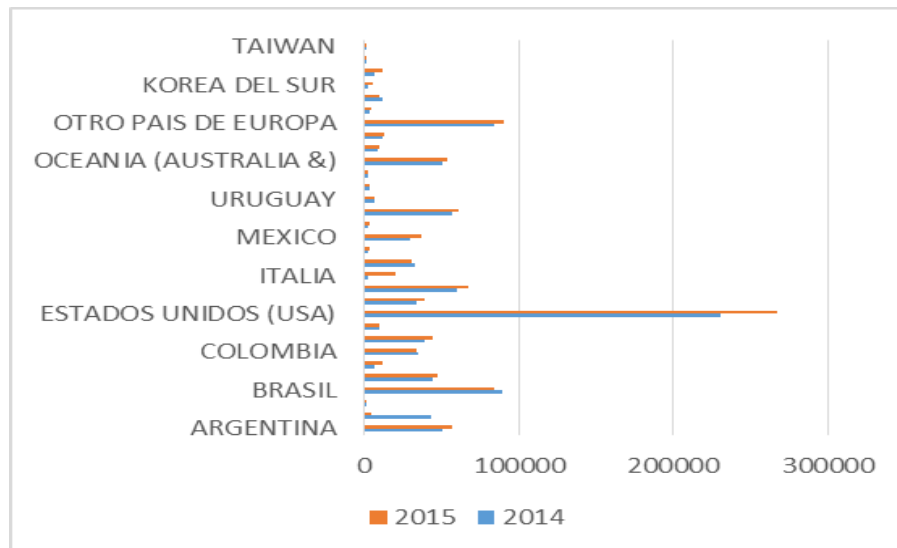
- Garantizar que su permanencia no genere inconvenientes dentro del conjunto habitacional.

C. NOTA:

- El turista tiene la libertad de recomendar ideas innovadoras que permita mejorar la actividad con miras a un crecimiento económico y social del turista del prestador de los servicios.
- El contacto podrá ser a través de una plataforma que la asociación implementará, donde cada socio tendrá un espacio para promocionar su alojamiento o también puede ser a través de una aplicación móvil o portal en la web personalizada para contratarse directamente con la familia receptora.
- La disposición de las unidades de vivienda permite que puedan ofrecer hasta cuatro habitaciones por nivel para un grupo de viaje de turistas.

El grupo de turistas que pueden permanecer y compartir espacios adyacentes hasta de 8 integrantes, sin embargo esto no es una limitante para que los grupos sean de mayor número

GRÁFICO N° 84 ARRIBO DE TURISTAS SEGÚN PAÍS DE PROCEDENCIA, 2015



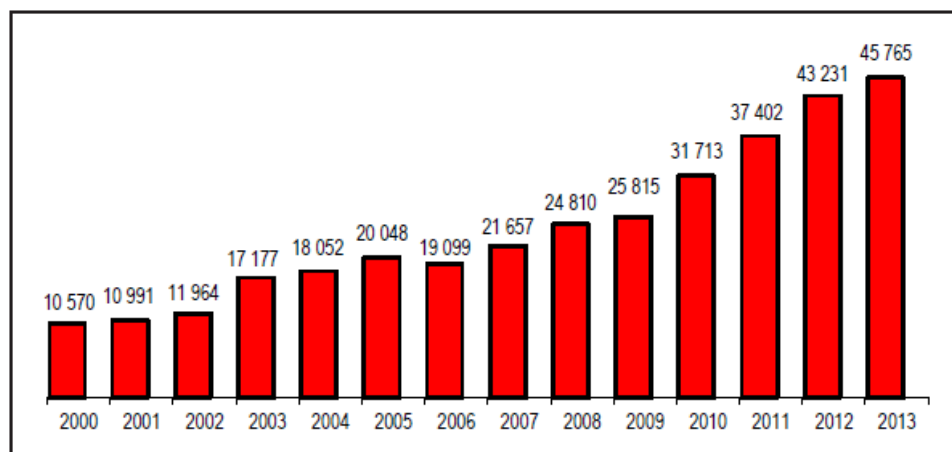
Fuente: base de datos MINCETUR - DIRCETUR Cusco

9.9 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia son los grandes, medianos y pequeños agentes del sector hotelero en la ciudad del Cusco, que tienen el objetivo de captar la atención de la mayor cantidad de turistas para mantener sus habitaciones ocupadas e incrementar sus ingresos y ganancias; para ello se prestan de diferentes estrategias relacionadas a la satisfacción del cliente, la calidad del servicio, calidad de los ambientes, y otras perspectivas relacionadas a incrementar sus niveles ingreso.

Por las características de la propuesta del trabajo de investigación, la competencia directa serían los alojamientos sin categoría S/C (hospedajes colectivos) principalmente por que los montos son más accesibles para la permanencia.

GRÁFICO N° 85 ARRIBO DE HUÉSPEDES A LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO, 2000-2013



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Como se puede apreciar el gráfico N° 85, el arribo a establecimientos de hospedaje colectivo se ha incrementado, llegando el 2013 a 45,765 y de acuerdo a las proyecciones realizadas por DIRCETUR continuara esta tendencia.

CUADRO N° 59 PERNOCTACIÓN EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO.

Departamento	2 012			2013 P/		
	Total	Nacionales	Extranjeros	Total	Nacionales	Extranjeros
Total	58 630 168	45 087 959	13 542 209	63 803 019	48 538 217	15 264 802
Cusco	3 879 831	1 345 494	2 534 337	4 120 238	1 451 820	2 668 418

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.

En la región del Cusco para el 2013 se tuvo 4.120.238 pernoctaciones en establecimientos de hospedaje colectivo, de los cuales 2.668.418 corresponde a turistas extranjeros y 1.451.820 a turistas nacionales.

CUADRO N° 60 CAPACIDAD INSTALADA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE COLECTIVO

Departamento	2013 P/								
	Total			Clasificados y Categorizados			No Categorizados		
	N° Establecimientos	N° Habitaciones	N° Plazas o Camas	N° Establecimientos	N° Habitaciones	N° Plazas o Camas	N° Establecimientos	N° Habitaciones	N° Plazas o Camas
Total	16 035	222 126	386 370	2 498	62 030	112 940	13 537	160 096	273 430
Cusco	1 336	18 708	35 430	199	5 819	11 103	1 137	12 889	24 327

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje.

9.9.1 Capacidad instalada de alojamientos 2015

En el gráfico N° 86, se observa que la ciudad del Cusco cuenta con 881 establecimientos de hospedaje, con 12,799 habitaciones y 24,854 camas en el año 2015 registradas en la DIRCETUR Cusco.

Por su parte, la capacidad disponible que poseen los establecimientos con 3, 4 y 5 estrellas registran 3,109 habitaciones y 6,037 camas; mientras que los hospedajes de

menor categoría reúnen un total de 9622 habitaciones y 18,540 camas. Ver gráfico N° 84.

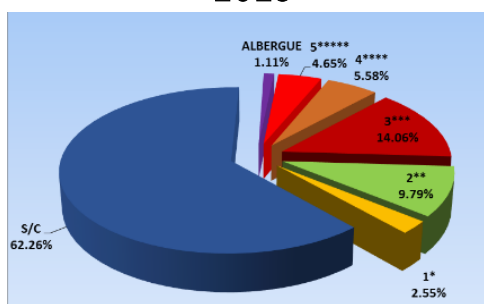
GRÁFICO N° 86 REGIÓN CUSCO: DISTRIBUCIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA, 2015



Fuente: base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: oficina de estadística – Dirección de turismo

En cuanto, a la infraestructura promedio, los alojamientos con más de 3*** disponen de 49 habitaciones y 94 camas en promedio, mientras que los hospedajes con menos de 3*** disponen de 12 habitaciones y de 23 camas aproximadamente.

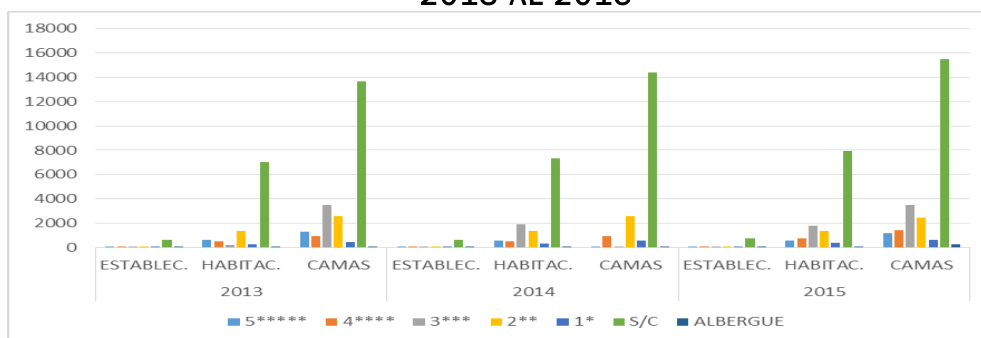
GRÁFICO N° 87 REGIÓN CUSCO: DISTRIBUCIÓN DE CAMAS SEGÚN CATEGORÍA, 2015



Fuente: base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: oficina de estadística – Dirección de turismo

De acuerdo, a las categorías constituidas, nos muestra que aquellos de 3, 4 y 5 estrellas suman 64 hospedajes, que significa el 7.26% del total, mientras que la mayor cantidad (815) son aquellos de menor categoría alcanzando el 92.51%, siendo los establecimientos sin categoría S/C los que determinan el 62.26%. Asimismo se cuenta con 2 albergues en la provincia del Cusco. Ver gráfico N° 87.

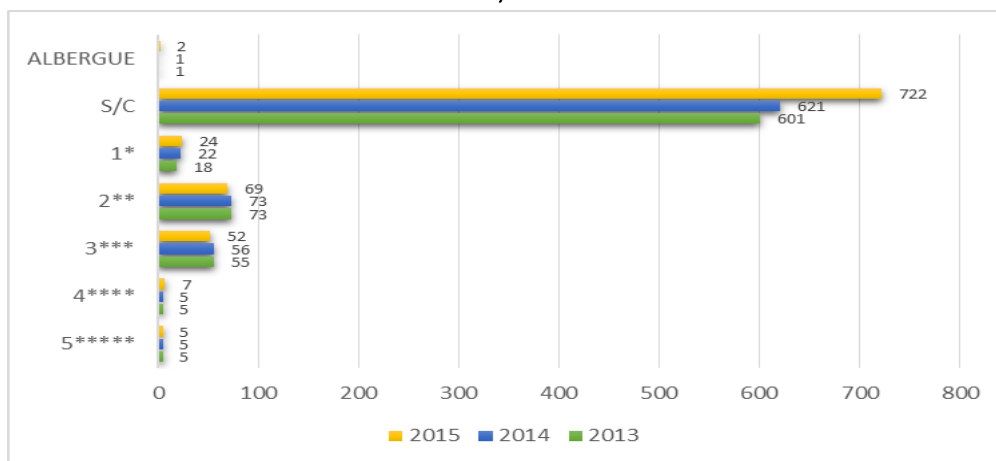
GRÁFICO N° 88 COMPARACIÓN DE LA INFRAEST. HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA 2013 AL 2015



Fuente: base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
Elaboración: oficina de estadística – Dirección de turismo

Por su parte, la cantidad ofertada de habitaciones y de camas, nos muestra un incremento de 821 habitaciones y 1,508 camas para el este periodo.

GRÁFICO N° 89 PROV. CUSCO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN CATEGORÍA, 2013 AL 2015



Fuente: base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
 Elaboración: oficina de estadística – Dirección de turismo

La tendencia es creciente, especialmente en establecimientos de hospedaje sin categoría S/C, que representa el 62 % del total de la oferta camas.

9.10 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

9.10.1 Estimación de la demanda

Para el año 2015, de acuerdo a lo estimado en el análisis de datos, a nivel regional se tiene un déficit de 17,636.40 camas y a nivel provincial 2.612,67 camas.

CUADRO N° 61 DÉFICIT EN LA OFERTA MENSUAL -2015

CONCEPTO	REGIONAL	PROVINCIAL
N° DE CAMAS	298533,6	165693,3
ARRIBOS DE TURISTAS	316170	168306
DEFICIT	-17636,4	-2612,67

Fuente: Elaboración propia en base a datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
 Oficina de estadística – Dirección de turismo

De acuerdo a las proyecciones al 2020 la región del Cusco recibirá 2,053,229 turistas, 394,816 turistas más que el año 2015. Si la tendencia de déficit continua al 1.06% al 2020 se tendrá un déficit de 21,835 camas lo que significa 4198 camas más que el 2015.

CUADRO N° 62 DÉFICIT EN LA OFERTA MENSUAL -2015

AÑO	VISITANTES	DEFICIT	% DEFICIT
2015	1658413	17636,4	1,06%
2020	2053229	21835	1,06%
VARIACION	394816	4198,67	

Fuente: Elaboración propia en base a datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
 Oficina de estadística – Dirección de turismo

Asimismo, se tiene que el promedio total de días que permanece un turista en la provincia del Cusco es de 4.5 Por lo tanto, si se usa el total de la capacidad instalada

(745,620/4.5) podrían ser atendidos aproximadamente 165,693.33 visitantes mensualmente en la Región Cusco. Ver cuadro N° 62.

9.11 ANÁLISIS DE OFERTA

9.11.1 La oferta de alojamientos

La oferta está relacionada a la cantidad de camas con las que se cuenta a nivel provincial, como se puede observar la tendencia es creciente, especialmente en establecimientos de hospedaje sin categoría S/C, que representa el 62 % del total de la oferta camas al 2015.

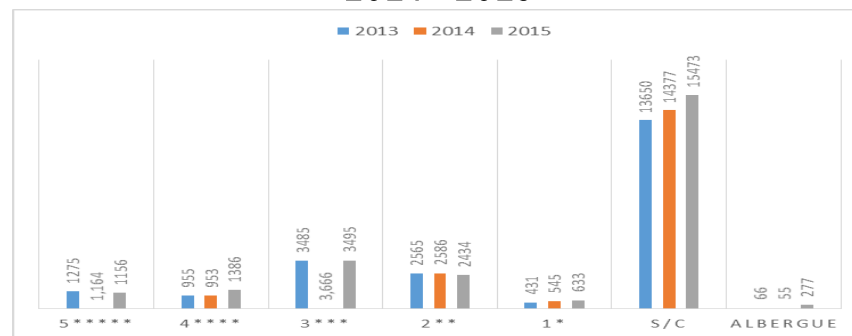
Al 2015 se cuenta con 881 establecimientos, 12,799 habitaciones y 24,854 camas, esta suma corresponde al total de establecimientos categorizado y no categorizados en la provincia del Cusco.

CUADRO N° 63 LA OFERTA EN LA PROVINCIA DEL CUSCO AL 2015

	2015		
	ESTABLEC.	HABITAC.	CAMAS
(*) TOTAL	881	12,799	24,854
VARIACION	98	821	1508

Fuente: Base a datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
 Oficina de estadística – dirección de turismo – DIRCETUR Cusco

GRÁFICO N° 90 PROVINCIA CUSCO: OFERTA DE CAMAS SEGÚN CATEGORÍA 2013 - 2014 - 2015



Fuente: base de datos MINCETUR – DIRCETUR Cusco
 Elaboración: oficina de estadística – dirección de turismo – DIRCETUR Cusco

9.12 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

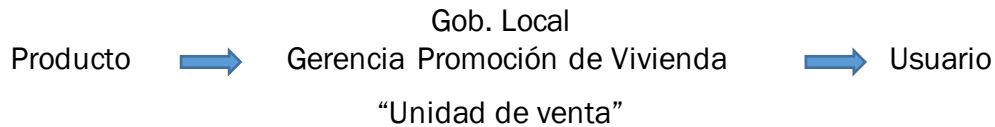
Las estrategias están alineadas con las estrategias del modelo de gestión.

9.12.1 Canales de distribución

El canal de distribución corresponde a la comercialización del producto como “vivienda productiva” de manera similar a los departamentos tradicionales.

En este caso particular, la asociación será la responsable de identificar y seleccionar a los potenciales usuarios del NSE “MEDIO BAJO”, a través de una unidad funcional interna denominada: “UNIDAD DE VENTA”, donde se facilitarían los formatos de inscripción con los requisitos mínimos que deben cumplir y la posterior selección de los beneficiarios.

El canal descrito es:



Ventas “vivienda”: Encargada de identificar, calificar y seleccionar al usuario poblador del NSE “MEDIO BAJO”, al que se le denomina “beneficiario”, quien adquirirá y ocupará la vivienda.

Ventas “alojamiento”: Encargada de identificar, calificar y seleccionar al usuario “turista” al que se le denomina “CLIENTE”, quien ocupará el alojamiento.

La “unidad de venta”, debe garantizar a la asociación las ventas de las unidades de vivienda y la captación de usuarios turistas que ocupen los ambientes destinados para el alojamiento alternativo, asimismo esta unidad debe tener contactos directos con agentes y promotores de turismo con la finalidad de introducir este nuevo producto en el mercado.

Cabe señalar que en el canal mostrado además del productor, el intermediario y el cliente final hay otras instituciones que ayudan al proceso de distribución como los bancos

9.13 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Relacionada a promocionar la “vivienda productiva” y el “alojamiento alternativo” dirigido a pobladores de NSE “MEDIO BAJO” y al turista respectivamente en el ámbito local, nacional e internacional.

La unidad de “UNIDAD DE PROMOCION Y PUBLICIDAD”, debe garantizar que los potenciales usuarios estén informados sobre los productos de la asociación y que esta información llegue al beneficiario y al cliente, asimismo es importante que esta unidad a través de agentes y promotores de turismo pueda llegar a otros países con la finalidad de promocionar este nuevo producto en el mercado.

Es importante la promoción visual del producto a través de imágenes o logotipos que pudieran representar al producto en el mercado, esta imagen debe vender una idea en relación a lo que quiere vender u ofrecer. Ver Gráfico N° 91.

GRÁFICO N° 91 LOGOTIPO “ViPAD”



Fuente: Elaboración propia (2017)

Bajo el lema “**El Turismo es de Todos**” se pretende que los beneficios del turismo lleguen a la población de diferentes NSE, a otros sectores o distritos de la ciudad fuera del

centro histórico del Cusco permitiendo también el desarrollo actividades complementarias que forman parte de la oferta turística y no solo beneficie a los grandes agentes del sector, que favorece a un único modelo de turismo: El hotelero.

ANTES: A través de afiches informativos y plataformas en internet, la publicidad por medios impresos, prensa local, nacional, internacional, (diarios, tv, radio).

Según el estudio realizado por CAPECO el 55.94% de quienes tienen interés de adquirir una vivienda consideran los medios de prensa (periódicos) el lugar más adecuado para la búsqueda de la vivienda.

DURANTE: Dado que se trata de un producto físico, a nivel de infraestructura, el tipo de publicidad son paneles publicitarios colocados en la parte frontal en el lugar donde se encuentra la edificación.

La publicidad deberá resaltar los siguientes aspectos:

- **“La vivienda como producto turístico”**
- La tipología **“vivienda productiva”** orientado a NSE “MEDIO BAJO”,
- Aspectos de su concepción como: la alta densidad.

Se propone la generación de una plataforma “ViPAD” bajo el lema **“El Turismo es de Todos”** con la finalidad de promocionar y llegar a la mayor cantidad de clientes a nivel nacional e internacional desde donde puedan informarse y contactarse con los pobladores. Ver Gráfico N° 92.

GRÁFICO N° 92 PLATAFORMA “ViPAD”



Fuente: Elaboración propia (2017)

9.14 EL PRECIO

De acuerdo los distritos de San Sebastián, Santiago, San Jerónimo y la periferia del distrito de Cusco son los que acogen gran población del NSE “MEDIO BAJO”, que para efectos de la investigación son los beneficiario a quienes se les otorgaría una vivienda y una actividad económica. Los estudios de mercado realizado por CAPECO 2013 muestran que los precios más bajos para adquirir una vivienda están entre: 36,538.00 y 37,692.00 dólares en los distritos de Santiago y San Sebastián.

CUADRO N° 64 EL COSTO MÍNIMO DE VIVIENDA POR M2 POR DISTRITO

DISTRITO	PRECIO x M2 (US\$)
Cusco	991,9
San Jerónimo	930
San Sebastián	756,6
Santiago	761,2
Wanchaq	954,5

Fuente: Estudio de Mercado CAPECO (2013)

De acuerdo al análisis realizado se tiene que el 13.11% de la población que necesita una vivienda puede pagar por una entre 20,000 a 40,000 dólares, lo que en términos numéricos correspondería a adquirir en cada distrito una vivienda de área:

CUADRO N° 65 ÁREA MÍNIMA DE VIVIENDA POR DISTRITO

DISTRITO	PRECIO DE LA VIVIENDA				
	20.000 \$	25.000 \$	30.000 \$	35.000 \$	40.000 \$
Cusco	20,16 m2	25,20 m2	30,25 m2	35,29 m2	40,33 m2
San Jerónimo	21,51 m2	26,88 m2	32,26 m2	37,63 m2	43,01 m2
San Sebastián	26,44 m2	33,04 m2	39,65 m2	46,26 m2	52,87 m2
Santiago	26,27 m2	32,84 m2	39,41 m2	45,98 m2	52,55 m2
Wanchaq	20,95 m2	26,19 m2	31,43 m2	36,67 m2	41,90 m2

Fuente: Elaboración propia

Se concluye, que los distritos donde los costos de vivienda son más bajos por m2 son San Sebastián y Santiago; por otro lado estimando las preferencias de los pobladores encuestados y contrastando la información, el distrito para la ubicación del prototipo de vivienda sería Santiago, donde con 40.000 dólares se podría adquirir una vivienda de hasta 52,55 m2.

En el Plan Nacional de Vivienda, los tipos de áreas propuestos para viviendas comparativamente son: primero las de 70 a 80 m2, segundo las de 80 a 90 m2 seguido de 60 a 70 m2 y finalmente las de 90 a 100 m2. Las viviendas menos consideradas son las que tienen áreas mayores a 110 m2 y las que tienen menos de 60 m2

La modalidad de adquisición de vivienda nueva – AVN del FMV, está dirigida a las familias que no tienen vivienda ni terreno para que compren una Vivienda de Interés Social – VIS con ayuda del Bono Familiar Habitacional - BFH.

CUADRO N° 66 BONO FAMILIAR HABITACIONAL – TECHO PROPIO

	COMPRAR	CONSTRUIR
INGRESO MAX FAMILIAR	2444.00 S/.	1915.00 S/.
VALOR DE LA VIVIENDA	HASTA 13,9 UIT	DE 4,9 UIT A 9 UIT
	56,259	19845 A 36450
BONO FAMILIAR HABITACIONAL BFH	8 UIT	4,7 UIT
	32400	19035
VALOR DE LA VIVIENDA	13,9 UIT - 20 UIT	9 UIT - 20 UIT
	56,259 a 81,000	36,450 a 81,000
BONO FAMILIAR HABITACIONAL BFH	7,1 UIT	3,5 UIT
	28,755	14175

Fuente: FMV – Techo propio

En el cuadro N° 66 se presenta una estimación de la variación del precio de la vivienda entre 20,000 a 40,000 dólares y su correspondiente comparación con el bono familiar habitacional de la modalidad AVN de techo propio.

CUADRO N° 67 VARIACION DEL PRECIO DE LA VIVIENDA vs BFH (FMV)

PRECIO REF VIVIENDA \$	SOLES	UIT	FMV	BFH		AREA
				Bono familiar hab.		
20,000	65420	16,2	SI	7,1 UIT	28,755	26,27 m2
25,000	81775	20,2	SI	7,1 UIT	28,755	32,84 m2
30,000	98130	24,2	NO	-	-	39,41 m2
35,000	114485	28,3	NO	-	-	45,98 m2
40,000	130840	32,3	NO	-	-	52,55 m2

Tipo de cambio 13/05/17: 3,271 soles

UIT (SOLES): 4050

Fuente: Elaboración propia (2017)

Las viviendas con precios menores a 25,000 dólares pueden ser parte del BFH de techo propio, sin embargo para efectos de la investigación las áreas estimadas para las unidades de vivienda son mayores a 33.00 m² ya que en el prototipo de vivienda se considera dos plantas tipo diferenciadas por cantidad personas que conforman el grupo familiar y con un área destinada para el alojamiento alternativo.

Es importante considerar la incidencia del precio del terreno en el precio total de la edificación, que en el caso de la propuesta asciende a 10 niveles ubicado en el distrito de Santiago.

CUADRO N° 68 COSTO DEL TERRENO - DISTRITO DE SANTIAGO

COSTO TERRENO	AREAS COMUNES incidencia (0,15)	COSTO TOTAL TERRENO	COSTO TOTAL / 10 NIVELES
650 \$	97,5	747,5 \$	74,75 \$

Fuente: Elaboración propia (2017)

La ubicación del prototipo de vivienda productiva es en el actual terreno del hospital de contingencia "Antonio Lorena" el cual de acuerdo al plano de zonificación corresponde a OU - otros usos, donde el precio estimado por m² de terreno es de 650,00 dólares, considerando además la incidencia de las áreas de uso común (0.15) sumaría por m² un total de 747,5 dólares, similar al monto obtenido por CAPECO: 761,2 \$

El costo por m² es de 475,00 dólares, de los cuales el 16% corresponde al costo del terreno y el 84% al costo de la infraestructura, el 20% corresponde al costo de utilidades y trámites administrativos. La variación por nivel edificatorio se puede observar en el cuadro N° 68.

CUADRO N° 69 VARIACIÓN DEL COSTO DE LA EDIFICACIÓN POR NIVEL EDIFICATORIO

	1 N		2 N		3 N		4 N		5 N	
	I	T	I	T	I	T	I	T	I	T
SANTIAGO										
PRECIO \$	400	748	400	374	400	249	400	187	400	150
PRECIO TOTAL \$	1.148		774		649		587		550	
% INCIDENCIA TERRENO	65%		48%		38%		32%		27%	
	6 N		7 N		8 N		9 N		10 N	
	I	T	I	T	I	T	I	T	I	T
SANTIAGO										
PRECIO \$	400	125	400	107	400	93	400	83	400	75
PRECIO TOTAL \$	525		507		493		483		475	
% INCIDENCIA TERRENO	15%		21%		19%		17%		16%	

I: INFRAESTRUCTURA: Monto Constante.

T: TERRENO: Monto Variable

Fuente: Elaboración propia (2017)

El costo por m² para una edificación de 10 niveles ubicado en el distrito de Santiago en la ciudad del Cusco es de 569,7 dólares, de los cuales el 13,1% corresponde al costo del terreno, el 16,7 % corresponde al costo de utilidades y trámites administrativos y el 70,2% corresponde al costo de infraestructura. Ver el cuadro N° 69.

CUADRO N° 70 COSTO POR M2 CONSTRUIDO TOTAL

COSTO TERRENO	COSTO INFRAESTRUCTURA	UTILIDADES TRAMITES ADMINISTRATIVOS 20%	COSTO TOTAL X m ²
74,75 \$	400 \$	118,69 \$	569,7 \$
13.1%	70.2 %	16,7%	100%

Fuente: Elaboración propia (2017)

El monto tope para la adquisición de la vivienda es de 40.00 dólares para el NSE “MEDIO BAJO”, de acuerdo a los cálculos realizados, 28.085 \$ (70.2%) corresponde al costo de la infraestructura, 5.248 \$ (13.1%) corresponde al costo del terreno y 6.667 \$ (16.7%) corresponde al costo de las utilidades y trámites administrativos.

CUADRO N° 71 INCIDENCIA DEL PRECIO DEL TERRENO

ITEM	VIVENDA	INFRAESTRUCTURA	TERRENO	Utilidad /TA
PRECIO \$	40.000 \$	28.085 \$	5.248 \$	6.667 \$
PORCENTAJE %	100%	70.2 %	13.1 %	16,7%

Fuente: Elaboración propia (2017)

CUADRO N° 72 CUADRO DE AREAS DE LAS UNIDADES DE VIVIENDA

PLANTA	N° INTEGRANTES GRUPO FAMILIAR	AREA		
		VIVIENDA	ALOJAMIENTO	AREA TOTAL
PLANTA TIPO 1	4 a 5	63 m ²	16 m ²	79.00 m ²
PLANTA TIPO 2	2 a 3	50 m ²	16 m ²	66.00 m ²

Fuente: Elaboración propia (2017)

En el prototipo de vivienda se ha desarrollado dos plantas tipo diferenciadas por el número de integrantes del grupo familiar y el área. Ver cuadro N° 72.

CUADRO N° 73 PRECIO POR PLANTA TIPO DE VIVIENDA Y ALOJAMIENTO

PLANTA	AREA		
	VIVIENDA	ALOJAMIENTO	TOTAL
PLANTA TIPO 1	63 m ²	16 m ²	79 m ²
COSTO	35.891 \$	9.115 \$	45.000 \$
PLANTA TIPO 2	50 m ²	16 m ²	66 m ²
COSTO	28.485 \$	9.115 \$	37.600 \$

Fuente: Elaboración propia (2017)

El alojamiento alternativo para el turista es una habitación adicional con baño privado de 16.00 m² de área y representa un monto adicional de 9.115 dólares a pagar, en el caso de los ambientes para el uso de vivienda varía en área entre 63.00 m² a 50.00 m². Ver gráfico N° 73.

CUADRO N° 74 RESUMEN DE PRECIO POR PLANTA TIPO

PLANTA	AREA	PRECIO x m ²	PRECIO
PLANTA TIPO 1	79 m ²	569,7 \$	45.006 \$
PLANTA TIPO 2	66 m ²		37.600 \$

Fuente: Elaboración propia (2017)

Dado la capacidad adquisitiva del poblador se estima que el 10% será la cuota inicial proveniente de los ahorros del poblador, es decir 4.501 dólares y 3.760 dólares de acuerdo al área de la vivienda que va adquirir. El BBP que por el monto de la vivienda sería: el resto con financiamiento bancario durante 20 años. La edad del cliente promedio será entre 25 y 50 años, con un ingreso promedio conyugal mensual de S/. 1.800 para departamentos con un valor promedio de alrededor de \$ 35,000.00

CUADRO N° 75 TASA DE INTERES MENSUAL Y ANUAL POR AÑOS

AÑOS	AÑOS			
	10	15	20	25
TIM	1,2	1,1	1	0,9
TIA	14,4	13,2	12	10,8
%	144%	198%	240%	270%

TIM : TASA DE INTERES MENSUAL

TIA : TASA DE INTERES ANUAL

Fuente: Elaboración propia (2017)

La tasa de interés mensual varía de acuerdo a los años de financiamiento de la vivienda como se puede observar en el cuadro N° 75, el cual incide directamente en la tasa de interés anual que para la investigación se ha considerado hasta 25 años de financiamiento.

CUADRO N° 76 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA EN DOLARES

TIPO VIVIENDA	AREA (m2)	PRECIO DE VENTA \$	INICIAL (10%) \$	MONTO POR PAGAR \$	FINANCIAMIENTO \$			
					10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	79.00	45,006	4,501	40,506	98,834	120,707	137,719	149,871
TIPO 02	66.00	37,600	3,760	33,840	82,570	100,844	115,057	125,209

Fuente: Elaboración propia (2017)

CUADRO N° 77 PRECIO TOTAL POR UNIDAD DE VIVIENDA EN SOLES

TIPO VIVIENDA	AREA (m2)	PRECIO DE VENTA	INICIAL 10%	MONTO PAGAR	FINANCIAMIENTO EN SOLES			
					10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	79,00	147.214,63	14.722,77	132.495,13	323.286,01	394.832,60	450.478,85	490.228,04
TIPO 02	66,00	122.989,60	12.298,96	110.690,64	270.086,47	329.860,72	376.351,45	409.558,64

Tipo de cambio 13/05/17 (S/.) 3,271

UIT (S/.) 4.050

Fuente: Elaboración propia (2017)

CUADRO N° 78 PRECIO MENSUAL A PAGAR POR UNIDAD DE VIVIENDA

TIPO VIVIENDA	MONEDA	FINANCIAMIENTO			
		10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	Dólares	824.00	671.00	574.00	500.00
	Soles	2694.00	2193.50	1,877.00	1634.10
TIPO 02	Dólares	688.00	560.00	479.00	417.00
	Soles	2,250.70	1,832.60	1,568.10	1365.20

Tipo de cambio 13/05/17 (S/.) 3,271

Fuente: Elaboración propia (2017)

El rango de precios será de 569,7 dólares por m2, con un precio de 45.006 y 37.600 dólares por unidad de vivienda como precio de venta.

En vista que es un proyecto novedoso, el precio es importante y es menor del promedio que se encuentra en el mercado, esto con la finalidad de insertar el producto en el mercado.

En cuanto a los ingresos por habitación alquilada se tiene:

CUADRO N° 79 INGRESOS POR ALQUILER DE HABITACIÓN MENSUAL

TARIFA POR NOCHE S/.	DÍAS DEL MES	MONTO TOTAL POR ALQUILER S/.
50.00	30.00	1,500.00

Fuente: Elaboración propia (2017)

El ingreso mensual por habitación alquilada es de 1500 soles aproximadamente, considerando 50.00 soles como tarifa diaria.

Son importantes las acciones del poblador para promocionar de manera independiente su habitación en alquiler para garantizar que permanezca alquilado todos los días del mes.

CUADRO N° 80 INCIDENCIA MENSUAL DEL MONTO OBTENIDO POR ALQUILER

TIPO	10 AÑOS			15 AÑOS			20 AÑOS			25 AÑOS		
	A	T	S	A	T	S	A	T	S	A	T	S
TIPO 01	1,500	2,694	1.194	1,500	2,194	694	1,500	1,877	377	1,500	1,634	134
% INCIDEN	56%	100%	44%	68%	100%	32%	80%	100%	20%	92%	100%	8%
TIPO 02	1,500	2,251	751	1,500	1,833	333	1,500	1,568	68	1,500	1,365	-135
%	67%	100%	33%	82%	100%	18%	96%	100%	4%	110%	100%	-10%

NEGATIVO (-) Existencia de un saldo a favor
A Monto obtenido por alquiler mensual
T Pago mensual por unidad de vivienda
S Saldo a pagar por unidad de vivienda

Fuente: Elaboración propia (2017)

La incidencia del monto obtenido por el alquiler de una habitación de la “vivienda productiva” es importante en el pago mensual por unidad de vivienda y representa en el caso más crítico el 56% de 2,694 S/. Que corresponde a la vivienda productiva “TIPO 01” financiamiento en 10 años, por otro lado en 25 años de financiamiento de la vivienda productiva “TIPO 02” el monto obtenido por el alquiler de la habitación cubre en su totalidad el monto de 1,365S/. Habiendo un saldo a favor del 10% para la familia beneficiaria. Ver cuadro N° 80.

CUADRO N° 81 INCIDENCIA SOBRE EL COSTO TOTAL

TIPO	10 AÑOS	15 AÑOS	20 AÑOS	25 AÑOS
TIPO 01	56%	68%	80%	92%
TIPO 02	67%	82%	96%	110%

NEGATIVO (-) EXISTENCIA DE UN SALDO A FAVOR

Fuente: Elaboración propia (2017)

Es importante indicar que la gestión del producto turístico entregado, tendrá resultados muy favorables en tanto el compromiso de los pobladores sea constante y utilice todas las herramientas otorgadas por la municipalidad provincial del Cusco y aquellas generadas de manera particular con creatividad para mantener siempre ocupado los ambientes, de ser así, permitirá cubrir más del 50% del costo total de la vivienda durante los años de financiamiento elegido. Ver cuadro N° 81.

CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 COMPROBACIÓN DE LA HIPOTESIS

La investigación, demuestra que los modelos y/o programas actuales de vivienda social promovidas por el estado, si bien facilitan el acceso a una vivienda propia, no satisface la demanda actual. El “Modelo de Gestión para la promoción de viviendas populares de alta densidad como producto turístico en la región del Cusco”, permitirá incrementar la oferta de viviendas populares desde una perspectiva innovadora, en el mercado inmobiliario de la ciudad del Cusco para los sectores menos favorecidos.

DEL MARCO TEÓRICO.

1. Los diversos modelos implementado por el estado peruano a través del MVCS como respuesta al déficit habitacional a nivel nacional, solucionan en parte el déficit de vivienda de algunos sectores sociales; sin embargo los indicadores muestran que el déficit habitacional se sigue aumentando cada año; ello se debe a que parte de los actores involucrados no se comprometen con el objetivo social y además estas familias sin vivienda no cubren los requisitos de regularidad de ingresos para formar parte del programa.
2. El crecimiento de déficit de viviendas sociales; incrementa la creación de asentamientos informales en tierras invadidas, coadyuvando al crecimiento horizontal de las ciudades con altos costos por servicios, vinculados a incrementar las brechas de desarrollo del país.
3. Existen iniciativas importantes a nivel nacional, programas por las municipalidades provinciales, el PROMUVI “Programa Municipal de Vivienda” como parte del Plan Integral de Desarrollo Concertado y en concordancia con el Plan Nacional de Vivienda, dirigido a familias que tienen ingresos bajos, con la finalidad de que puedan acceder a lotes y módulos de vivienda en terrenos que pertenecen a la comuna.
4. El marco normativo es favorable para implementar el modelo; destacando el Decreto Legislativo 1177 “Leasing Inmobiliario” y la Ley N° 27972 “Ley orgánica de municipalidades” en lo que respecta a sus funciones específicas compartidas de diseñar y promover la ejecución de programas municipales de vivienda para las familias de bajos recursos.
5. El PENTUR 2012-2021 propone implementar un sistema de gobernanza turística que facilite la coordinación entre los sectores público y privado, actores claves que dinamizan el turismo.
6. Modelos exitosos en países extranjeros demuestran la validez, funcionalidad y sostenibilidad de las vivienda como producto turístico; donde la vivienda forma parte de la oferta de servicios turísticos a fin de que los beneficios del turismo lleguen al mayor número de ciudadanos posibles, a través de una red que alcance a todo el tejido comercial y de servicios.

DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

7. En los países donde se viene resolviendo el problema de vivienda, la participación del estado en la construcción masiva de viviendas es determinante, no solo como promotor, sino también como agente de producción, de financiamiento, de promoción y de control normativo.

8. El incremento del déficit habitacional, está relacionada con el incremento de la población, la informalidad y crecimiento horizontal de las construcciones en su mayoría de baja calidad, sin dirección técnica y que viene generando una segregación social.
9. Según el Fondo MI VIVIENDA, en la provincia del Cusco existe una carencia de 17,338 predios y a la fecha se han beneficiado 1,657 familias (1,053 MIVIVIENDA y 604 Techo Propio); por otro lado los hogares demandantes en su mayoría pueden acceder a viviendas de menos de US\$ 20,000.
10. En la ciudad del Cusco declarada patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO, el turismo es el principal agente dinamizador de la economía. Con políticas adecuadas gestionadas con una perspectiva social desde el sector público, podría alcanzar un mayor radio en el territorio y beneficiar a pobladores de diferentes ámbitos.

DE LA METODOLOGÍA.

11. La investigación se basa en estudios y encuestas previas de entidades públicas y privadas. Se ha considerado 450,095 hab. en la ciudad del Cusco, de los cuales 133.678 hab. Pertenecen al NSE “medio bajo”, de este total el 54,85% no tiene acceso a una vivienda; es decir 73.323 habitantes, que para efectos de la investigación 96 personas vienen a ser el tamaño de población, a quienes se ha encuestado en temas relacionados a población, vivienda y turismo.

DEL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

12. En cuanto a población, el poblador beneficiario debe cumplir las siguientes características:

INGRESO FAMILIAR	GRUPO FAMILIAR	ESTADO CIVIL	EDAD	OCUPACIÓN	AHORRO	CONDICIÓN	OTROS
2201,67 S/.	Hasta 5 integrantes	Casado - Conviviente	De 35 a 44 años	Empleado Técnico	10% 14,722 ó 12,299	No tener vivienda o terreno	Experiencia y conocimiento de Turismo.

13. En cuanto a vivienda se ha determinado las siguientes características de la vivienda:

CONDICIÓN DE LA VIVIENDA	MONTO PAGADO POR ALQUILER	PREFERENCIAS UBICACIÓN DE LA VIVIENDA	MONTO MENSUAL DISPONIBLE	TIEMPO DE FINANCIAMIENTO	FORMA DE FINANCIAMIENTO	OTROS FACTORES
En alquiler	De 300 a 500 S/.	San Jerónimo y Santiago	De 500 S/. a 700 S/.	20 Años	Subsidios, ahorros propios, créditos hipotecarios	El precio Facilidades de pago accesibilidad

14. En cuanto a turismo, se ha definido el perfil del turista usuario como:

GASTO PROM. EN PERÚ	TIEMPO DE PERMANENCIA	GRUPO DE VIAJE	MEDIO DE INFORMACIÓN	EDAD	OCUPACIÓN	MOTIVO DE VISITA AL PERÚ	FORMA De VIAJE
De \$1,000 a \$1,499 Diario: \$ 99,2	5 a 6 Noches en Hotel u hostel 1 o 2 estrellas	De 3 a 4 integrantes	Internet, redes sociales Recomendación de amigos	De 25 a 34 años Soltero sin hijos	Estudiante Universitario Profesional Ejecutivo	Vacaciones recreación Turismo vivencial	Agencia de viajes, y por cuenta propia

DEL MODELO DE GESTIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE VIVIENDAS.

15. El modelo de gestión parte del estudio y análisis de tres variables: población, vivienda y turismo; y propone un programa de vivienda productiva de alta densidad denominada “ViPAD”, que será gestionada por la municipalidad provincial del Cusco a través de la Gerencia de Promoción de la Vivienda “GPV”; implementada como una unidad multidisciplinaria e integradora de los sectores público, privado, la sociedad civil, promotores, colaboradores y clientes con la finalidad de reducir el déficit habitacional e incrementar la capacidad de alojamiento en la ciudad del Cusco.
16. El Programa de vivienda “ViPAD”, permite que las familias de menores ingresos puedan cumplir con los requisitos que demanda el sistema de subsidios: 1) ahorro previo, 2) contrato compra venta de una vivienda y 3) compromiso del crédito complementario para el financiamiento total de la vivienda; a través de 1) una alianza estratégica con empresas privadas de la construcción que tienen una visión social y con entidades de micro finanzas asociadas para el otorgamiento de un crédito hipotecario directo, 2) el desarrollo de un prototipo de vivienda productiva y 3) un modelo de negocio para la administración del alojamiento alternativo.
17. Se han incluido cinco programas en el modelo de gestión de “ViPAD”: 1) Programa de selección de beneficiarios 2) Programa de autoconstrucción residencial participativa 3) Programa de capacitación, 4) Programa de asesoramiento y 5) Programa de innovación, con la finalidad de complementar las acciones y dirigir los procesos y procedimientos afines antes, durante y después de la implementación del proyecto.
18. La estrategia de “ViPAD” está diseñada para atender el déficit de vivienda de familias de bajos ingresos, para ello alineados con el plan nacional de vivienda se busca: Integralidad “Vivienda para todos”, Inclusión “El turismo es de todos”, Progresividad “Apoyo a quienes menos tienen” y Subsidiariedad “Apoyo desde el estado”.

DE LA ALIANZA ESTRATÉGICA

19. La producción de “ViPAD” requiere de la integración y participación eficiente de una serie de agentes así como la existencia de un marco regulatorio que garantice la calidad y seguridad de las edificaciones, para ello se ha definido criterios relacionados a la compatibilidad, la complementariedad, la contribución de la empresa, la neutralidad competitiva y la subsidiariedad de las entidades participantes con la finalidad de seleccionar y diseñar la alianza a través de un grupo multidisciplinario para abordar los intereses de cada parte.
20. Las etapas para la implementación de la alianza estratégica son inicia con la sensibilización de directivos, diagnóstico de empresas participantes, planeación preliminar y de detalle para finalmente formar y constituir la alianza.
21. La participación del sector público en los tres niveles de gobierno en el otorgamiento de las garantías y certificaciones en merito a la perspectiva social de la propuesta, también se considera la participación de las entidades relacionadas a la habilitación de servicios y otorgamiento de las licencias respectivas, como es SEDACUSCO S.A., SUNARP. con el objetivo de promover la construcción de comunidades sustentables con viviendas más accesibles.

DE LA TIPOLOGÍA DE VIVIENDA PRODUCTIVA.

22. La vivienda productiva propuesta está ubicada en el distrito de Santiago, ocupa un terreno de aprox. 4.000 m², se ha planteado un conjunto habitacional donde cada

bloque presenta 16 unidades de vivienda por nivel; en 10 niveles con la ocupación de hasta 5 integrantes por núcleo familiar, se llega a 800 beneficiarios por bloque.

23. El precio del m² de vivienda es de hasta 569.7 dólares, contempla el costo del terreno, costo de la infraestructura física, utilidades y gastos administrativos.
24. La ubicación del proyecto permite la conectividad con el resto de la ciudad, a través de nexos viales y peatonales, transporte público además está vinculado con los centros de salud, instituciones educativas, centro de trabajo y el entorno en general.
25. La vivienda productiva se desarrolla en los sectores destinados a otros usos OU y en zonas residenciales R-5 y R-8; zonas identificadas en el plano de zonificación del plan de desarrollo urbano al 2023, que permite el uso de vivienda con elevados niveles de densificación urbana 2250 hab/ha, hasta 10 niveles edificatorios de hasta 30.00 m de altura.
26. El valor del suelo se reduce cuando se planea producir y administrar el suelo, con altos niveles de eficiencia, es decir soluciones de vivienda vertical como forma de maximizar los recursos disponibles y aprovechar mejor el suelo, incorporando los principios de racionalización de las tipologías en los procesos constructivos
27. Las viviendas proyectadas son departamentos de 66.00 m² y de 79.00 m², y cuenta de 1 a 2 dormitorios de acuerdo al número de integrantes del grupo familiar y monto de financiamiento, cada unidad habitacional cuenta con: 01 cocina, 02 sshh, 01 sala comedor, lavandería y un sector independiente para el alojamiento. La característica es que los propios beneficiarios se ocuparán de la gestión, implementación y mantenimiento del ambiente en alquiler.
28. Las unidades de vivienda productiva que contempla el modelo de gestión, cuenta con todos los servicios básicos, están moduladas siguiendo los lineamientos normativos y desde una perspectiva socio cultural se apuesta por el contacto directo de los pobladores con los turistas en un espacio de convivencia, para ello es necesario que los pobladores estén capacitados en aspectos relacionados al buen servicio y el funcionamiento de actividades productivas relacionadas al hospedaje.

DE LA GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

29. El cambio que viene incorporando al sector este tipo de alojamiento alternativo, son por ejemplo: las viviendas productivas están diseminadas por toda el área urbana, en consecuencia, el turista consume en estos vecindarios y ayuda a repartir la derrama económica. Hasta 50% de lo que gasta el visitante se queda en los negocios locales”
30. Bajo el lema “El Turismo es de Todos” se pretende que los beneficios del turismo llegue a la población de diferentes NSE, a otros sectores o distritos de la ciudad fuera del centro histórico del Cusco permitiendo también el desarrollo actividades complementarias que forman parte de la oferta turística y no solo beneficie a los grandes agentes del sector hotelero.
31. Por otro lado se crea una plataforma tecnológica que conecta comunidades y reúne a personas del sector del alojamiento turístico no hotelero, entre las que están propietarios, empleados, colaboradores y comerciantes que de un modo u otro necesitan de este sector.

32. El costo del proyecto, es asumido por la familias, lo que se pretende con el factor de producción en la vivienda es aligerar los costos. El ingreso mensual por habitación alquilada es de 1500 soles aproximadamente, considerando 50 soles como tarifa diaria.
33. La incidencia del monto obtenido por el alquiler de una habitación de la “vivienda productiva” es importante en el pago mensual por unidad de vivienda y representa en el caso más crítico el 56% de 2,694 S/. Que corresponde a la vivienda productiva “TIPO 01” financiamiento en 10 años, por otro lado en 25 años de financiamiento de la vivienda productiva “TIPO 02” el monto obtenido por el alquiler de la habitación cubre en su totalidad el monto de 1,365S/. Habiendo un saldo a favor del 10% para la familia beneficiaria.

TIPO	10 ANOS	15 ANOS	20 ANOS	25 ANOS
TIPO 01	56%	68%	80%	92%
TIPO 02	67%	82%	96%	110%

Fuente: Elaboración propia (2017)

34. Es importante indicar que la gestión del producto turístico entregado, tendrá resultados muy favorables en tanto el compromiso de los pobladores sea constante y utilice todas las herramientas otorgadas por la municipalidad provincial del Cusco y aquellas generadas de manera particular con creatividad para mantener siempre ocupado los ambientes, de ser así; permitirá cubrir más del 50% del costo total de la vivienda durante los años de financiamiento elegido.

10.2 CONCLUSIONES

1. La vivienda constituye para la mayoría de la población, el bien material de más difícil adquisición, puesto que involucra una parte significativa de los recursos familiares regulares y la necesidad de recurrir a medios de financiamiento de largo plazo con elevadas tasas de interés; en este contexto se desarrolla un modelo de gestión para la promoción de viviendas populares como producto turístico en la región del Cusco, como una alternativa al mercado actual de vivienda.
2. En cuanto a los programas implementados por el estado están relacionados al mejoramiento y adquisición de la vivienda; estos proyectos de vivienda son principalmente para dotar de un lugar a la familia; sin embargo modelos exitosos internacionales están cambiando el concepto tradicional de vivienda, incluyendo un factor de producción dentro de la misma.
3. Actualmente los proyectos inmobiliarios tienen una demanda creciente, debido a los procesos de migración del campo a la ciudad y la tasa de crecimiento de la población, frente a ello el suelo en la ciudad del Cusco viene ocupando las zonas llanas y laderas, con una tendencia horizontal e informal en la mayoría de los casos.
4. El objetivo principal de la investigación es reducir el déficit habitacional del NSE “MEDIO BAJO”, a través un programa de vivienda social que pretende aprovechar una de las potencialidades en la región del Cusco para generar ingresos para financiar la vivienda a través del alquiler de un ambiente de la vivienda al turista.

10.3 RECOMENDACIONES

1. Para estimular el crecimiento vertical residencial mediante la agregación de nuevas unidades de vivienda en niveles superiores se recomienda:
 - Promover el desarrollo de Entidades Técnicas locales, que sirvan de soporte a la construcción y supervisión de los proyectos.
 - Promover el desarrollo de agrupaciones de personas quienes serán independientemente del gobierno local, los promotores y articuladores de intereses para el desarrollo de proyectos de vivienda, como una alternativa para reducir el déficit habitacional
 - Otro modelo de vivienda productiva en la ciudad del Cusco estaría relacionado al reciclaje de Edificaciones principalmente en zonas cercanas al centro histórico o en el centro histórico del Cusco, es una alternativa para realizar un modelo similar, a través del cual se facilita a los propietarios una nueva alternativa de operadores privados el otorgamiento de créditos para el desarrollo de proyectos de vivienda social.
 - Desarrollo de la normalización para la edificación residencial y realizar estudios para la unificación de estándares, experimentándose también con prefabricados.
 - Declarar una exoneración de impuestos para la construcción de viviendas populares y el otorgamiento de subsidios del gobierno local y a quienes tienen el encargo de su ejecución.
2. El modelo es adaptable a institutos de jubilaciones y pensiones para realizar similares intervenciones a través de sus diferentes dependencias.
3. Realizar estudios de pre inversión adecuados en el emplazamiento del terreno, como los niveles de cobertura de servicios (agua potable, desagüe) y el equipamiento necesario para cubrir la demanda de grandes densidades.
4. Se debe considerar también los impactos adversos del programa, por ejemplo: diferencias sociales y culturales debido a los diversos orígenes de los ocupantes de las viviendas productivas, invasiones dentro de los mismos apartamentos y grandes y constantes deudas en el pago de la vivienda etc. El cual debe ser objeto de estudio para reducir o mitigar el efecto adverso.
5. Considerar los costos de operación y mantenimiento de la infraestructura, como parte de los compromisos mensuales de la familia ocupante.
6. El acceso al crédito está disponible para un número mayor de familias de las que están comprando viviendas, pero para asegurar demanda de mediano plazo es necesario fortalecer los programas de ahorro previo.
7. Incentivar los trabajos de investigación, orientados a la reducción de brechas en el país y con mayor incidencia en aquellas que permitan generar además de reducir la brecha, el desarrollo económico de las personas de bajos recursos, incentivando su incursión en actividades económicas sostenibles en el tiempo.



BIBLIOGRAFÍA

1. ASHOKA, Soluciones de vivienda y nuevos modelos de negocios al servicio de las familias de bajos ingresos, Canadá 2006
2. Ballén Zamora, Sergio Alfonso, Vivienda social en altura, Tipologías urbanas y directrices de producción en Bogotá- 2007, Tesis: universidad nacional de Colombia.
3. CÁMARA DE COMERCIO DE CUSCO, ficha informativa sobre el sector inmobiliario, 2012
4. CAPECO, Cámara Peruana de la Construcción: I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco, el 2012
5. Córdova Valdivia, Adolfo, El Estado y el Problema de la Vivienda, 1945 - 2005. 50 años de vivienda en el Perú - Notas de trabajo.
6. Decreto Legislativo 1177, Leasing Inmobiliario.
7. Fondo Mi Vivienda, Dinámica del déficit habitacional en el Perú 2010
8. Fondo mi vivienda S.A. Estudio de la vivienda social en la ciudad del Cusco, Desarrollado por el equipo de la oficina de estudios económicos, planeamiento y presupuesto. LIMA – PERÚ 2010
9. Instituto peruano de economía, la infraestructura que necesita el Perú, Brecha de inversión en infraestructura de servicios públicos – estudio realizado por encargo de la Asociación de Empresas Privadas de Servicios Públicos
10. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, Plan nacional de vivienda 2003 - 2007
11. Munaila Pinedo, Mario, ¿Hacia dónde va el sector inmobiliario?, 2011
12. Municipalidad provincial del Cusco, Plan de desarrollo urbano cusco al 2023.
13. Municipalidad provincial del Cusco, reglamento del plan de desarrollo urbano de la provincia de Cusco 2013-2023
14. Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO) - Un estudio del Instituto de la Construcción y el Desarrollo (ICD), denominado: I Estudio del Mercado de Edificaciones Urbanas en la Provincia de Cusco.
15. Plan Nacional de Vivienda 2006-2015
16. R.D N° 073-2010/VIVIENDA/VMCS-DNC, “Norma Técnica, Metrados para Obras de Edificación y Habilitaciones Urbanas”.
17. Plan de acondicionamiento territorial Cusco 2006 – 2016, Cusco, mayo del 2006



18. Quispe Romero, Jesús, de la revista INVI, “EL PROBLEMA DE LA VIVIENDA EN PERÚ: RETOS Y PERSPECTIVAS” Revista INVI N° 53, Mayo 2005, Volumen 20 : 20 a 44
19. Reglamento nacional de edificaciones, Decreto Supremo Nro. 011-2006 - VIVIENDA, del 05.05.2006
20. Riera, Miguel A., del artículo. “El efecto de la Globalización en lo arquitectónico y urbano en algunas ciudades de la Provincia del Chaco”
21. Toca Fernández, Antonio. Del artículo: UNA NUEVA ARQUITECTURA PARA LATINOAMERICA. Del libro NUEVA ARQUITECTURA EN AMERICA LATINA: PRESENTE Y FUTURO. Ediciones Gustavo Gili. MEXICO 1990 PG. 224
22. Baena, Andrea y Olaya, Camilo. del artículo: “Vivienda de Interés Social de calidad en Colombia: hacia una solución integral” Universidad de los Andes, Bogotá - Colombia, Revista S&T, 11(24), 9-26, 2013
23. Rojas, Eduardo Y Daughters, Robert. De la publicación: “La ciudad en el siglo XXI: experiencias exitosas en el desarrollo urbano en Latinoamérica”, banco interamericano del desarrollo, Washington D.C. - Estados Unidos de América, IDB Bookstore, 1998

GLOSARIO

Agencia de viajes o de turismo: Empresa que se dedica a la organización de viajes y a la venta de servicios turísticos, ya sea en forma individual o en paquete. Por lo general, tiene carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario.

Casa de hospedaje o pensión familiar: Alojamiento en casa de una familia. Por lo general, se acondiciona en épocas de temporada alta.

Destino turístico: Lugar visitado durante el viaje.

Estacionalidad: Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año.

Gasto del turista: Egresos por los consumos efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino.

Grupo de viaje: Visitantes que se desplazan juntos durante parte de su viaje o la totalidad del mismo.

Paquete turístico: Conjunto de servicios entre los que se incluye el alojamiento, el transporte, la alimentación y las visitas turísticas. Los servicios detallados en un paquete turístico se venden a un precio global y por lo general en un solo acto de compra.

Promoción turística: Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se realizan con el fin de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino.

Servicio turístico: Todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores: agencias de viaje, operadores y turísticos, entre otros. Si bien no dan como resultado la propiedad de algún bien, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento. Entre los principales servicios turísticos se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas.

Turismo: Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencia en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, y por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado, y puede ser Turismo emisor (salidas) o Turismo receptivo (entradas)

Visitante: Toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses consecutivos y por motivos que no sean realizar una actividad remunerada o residir allí. Los visitantes se clasifican como turistas o excursionistas (aquellos que no pernoctan en el lugar visitado).

“La vivienda como producto turístico”: Se define como la infraestructura de vivienda social que forma parte de la oferta turística, es decir un alojamiento alternativo para un tipo de turista que además de buscar entornos accesibles para su permanencia, está interesado en conocer y formar parte del día a día del poblador cusqueño, cuanto a costumbres, actividades, gastronomía, etc. en un ambiente familiar que además de brindar comodidad este cercano a la ciudad y a los servicios

Vivienda productiva: La segmentación de acuerdo a los objetivos de la investigación apunta a dirigir el producto al poblador del NSE “MEDIO BAJO” a quien se le permite desarrollar una actividad productiva que le permita incrementar su nivel de ingreso para adquirir un departamento.