



Programa de
MARKETING INMOBILIARIO



El Instituto de Economía Urbana – INEUR de la universidad ESAN es un centro de investigación aplicada, de consultoría y de educación creado para promover oportunidades de trabajo entre profesionales interesados en los campos del desarrollo urbano e inmobiliario y en la economía de las ciudades.

Visión

La visión educativa y de investigación de INEUR, es primordialmente aplicada, estando orientada a proveer soluciones para los problemas concretos que enfrentan el sector inmobiliario y el desarrollo territorial. Los objetivos que guían la agenda de trabajo de INEUR son principalmente dos:

- a) producir información útil para la identificación de oportunidades de negocio y para la toma de decisiones de inversión y
- b) brindar una mayor calidad de servicio a los habitantes de las ciudades del Perú. Para ello, se promueve una labor conjunta de la academia, el sector privado y el Estado.

Misión

En términos educativos, la misión de INEUR es profesionalizar el desempeño de los empresarios y ejecutivos que operan en el campo inmobiliario. Hasta el momento, los recursos humanos del sector han adquirido sus habilidades en forma empírica, sin embargo, conforme el sector crece y amplía su alcance, requiere de una educación cada vez más especializada. En este contexto, INEUR ofrece diferentes programas académicos como: la Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario, el Diploma en Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios y el Diploma de Derecho en Negocios Inmobiliarios y de la Construcción.

Propuesta Metodológica

El **Programa de postgrado Marketing Inmobiliario** plantea ambiciosos objetivos académicos sustentados en un diseño curricular especializado; cuidadosa selección de profesores y participantes además de una propuesta metodológica basada en tres atributos que marcan la diferencia: **flexibilidad, enfoque aplicativo y red de negocios.**

1.

Flexibilidad

Los cursos que conforman el programa pueden ser tomados en forma independiente de acuerdo al tópico de interés, y en cuyo caso la **Universidad ESAN** otorga el **certificado** correspondiente. Alternativamente, los tres cursos pueden ser llevados de manera secuencial con la finalidad de obtener la certificación del **Programa de Marketing Inmobiliario.**

2.

**Enfoque
Aplicativo**

El programa brinda una formación práctica, centrándose en las aplicaciones para la vida laboral y empresarial. Para lograrlo, se han diseñado cursos especializados y enfocados en los aspectos clave del negocio inmobiliario. Se utilizan casos de estudio de nuestro contexto; se analizan las condiciones imperantes en el mercado; se integra teoría (conceptos) y praxis (herramientas); y, se fomenta el intercambio de ideas entre profesores y participantes, capitalizando y potenciando las experiencias profesionales previas.

3.

**Red de
Negocios**

Los participantes formarán parte de una red de empresarios y ejecutivos innovadores, orientados a liderar el cambio y la profesionalización en el sector inmobiliario. Los egresados, luego de haber compartido la experiencia del aprendizaje, obtendrán una visión común del negocio inmobiliario, posibilitándose así la formación de una masa crítica de potenciales socios, proveedores y clientes. Más aún, aquellas personas que por su afinidad y motivación logren trabajar juntas, podrán integrar nuevas redes para emprender la realización de proyectos personales o corporativos.

PROGRAMA DE POSTGRADO MARKETING INMOBILIARIO

El programa de Marketing inmobiliario se caracteriza por su enfoque práctico y actualizado, diseñado para capacitar a profesionales del sector en las estrategias y herramientas más efectivas para la promoción y venta de propiedades. Se centra en el uso de tecnologías digitales y en la comprensión del comportamiento del consumidor en el mercado inmobiliario.

El programa ofrece tres cursos especializados:

- Gerencia de Marketing en el Sector Inmobiliario
- Investigación de mercados Inmobiliarios
- Plan de Marketing Inmobiliario.

Como parte de las ventajas que brindan estos cursos, es relevante mencionar:

Fomentar el desarrollo de habilidades interpersonales, liderazgo y gestión de recursos, capacitando a los participantes para liderar equipos y optimizar el uso del presupuesto de marketing, maximizando así el retorno de inversión.

Conocimiento profundo sobre las tendencias del mercado, la segmentación de clientes y la creación de estrategias de marketing, lo que les permitirá adaptarse rápidamente a las necesidades del consumidor y posicionarse mejor frente a la competencia.

Establecer métricas para medir la efectividad de las estrategias y a crear planes de marketing flexibles que se adapten a los cambios del mercado, asegurando que las acciones sean relevantes y centradas en las necesidades del cliente.

Los tres cursos se pueden **convalidar** con los cursos correspondientes de la **Maestría en Gestión y Desarrollo Inmobiliario de ESAN**.



Gerencia de marketing inmobiliario

12 Sesiones

01.

DESCRIPCIÓN:

El tipo de servicios y productos que se transan en el sector inmobiliario, tiene particularidades que requieren especialización en el diseño y la aplicación de las herramientas de marketing. Este curso presentará las principales técnicas del marketing adaptadas al sector inmobiliario, concentrándose en la definición de la estrategia empresarial, la planificación y ejecución de planes comerciales, con una visión de largo plazo y en el contexto económico actual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Situación Económica del Perú actual
- Retos y Oportunidades para el Desarrollo Económico
- Comprendiendo el mercado inmobiliario Peruano
- B2B y B2C en bienes raíces
- Evolución de la venta inmobiliaria y el rol del Marketing
- Perfil de factibilidad y documentación técnica y legal
- Estrategia de Marketing
- Experiencias, Tecnología y Marca para la Conversión y Fidelización
- Construcción de lealtad del cliente, fidelización y reputación de marca.
- Presupuesto de marketing y proyecto final.



Investigación de mercados

12 Sesiones

02.

DESCRIPCIÓN:

¿Cuándo es útil una herramienta de investigación cualitativa, y cuándo una cuantitativa? ¿Es necesaria la obtención, revisión y análisis de información secundaria? Estas preguntas se responden en este curso y se profundiza en el uso de las principales técnicas de investigación de mercado, sobre todo en un sector donde la decisión compra de un inmueble toma más tiempo que cualquier otro producto. Los estudiantes conocerán las herramientas que permitan identificar las necesidades de los clientes, los atributos principales y los medios de comunicación efectivos para la publicidad. Se utilizarán ejemplos prácticos de estudios y experiencias concretas que le permitirán hacer aplicaciones efectivas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definiciones y Tipos de Investigación
- Técnicas de Investigación Cualitativa – Parte 1
- Técnicas de Investigación Cualitativa – Parte 2
- Desarrollo de Focus Group
- Hallazgos y Aprendizajes de Investigación Cualitativa
- Investigación Cuantitativa
- Diseño de Proyectos de Investigación Cuantitativa – Parte 1
- Diseño de Proyectos de Investigación Cuantitativa – Parte 2
- Desarrollo de Investigación con Encuestas
- Procesamiento de la Información Recolectada
- Elaboración del Informe



Plan de marketing

12 Sesiones

03.

DESCRIPCIÓN:

Se enfrenta ahora el problema de diseñar un plan de marketing capaz de formular el mensaje que contiene la propuesta de venta, hacerla llegar a un costo razonable a los potenciales compradores, y finalmente, cerrar en el menor tiempo posible la mayor parte de contratos a satisfacción de ambas partes. Este curso se enseña a los estudiantes a elaborar el plan marketing acorde a la estrategia integral y al conocimiento del mercado, al tiempo que se dimensiona la inversión necesaria para su implementación exitosa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Los estudiantes desarrollarán la capacidad para (i) diseñar productos inmobiliarios, y (ii) elaborar un plan efectivo para comercializarlo con éxito.
- La primera parte del curso obliga a los estudiantes a repensar la conceptualización de los productos inmobiliarios que existen en el mercado peruano con una mirada más amplia, capaz de ser generadores de cambios y sinergias urbanas para la mejora de nuestras ciudades.
- En la segunda parte, el objetivo es que los estudiantes puedan formular, desarrollar y controlar el plan de marketing de una empresa o proyecto inmobiliario.

Profesores



ALFONSO CAILLAUX MORÓN

Experimentado profesional con más de 30 años de experiencia en el sector inmobiliario. Actualmente, lidera My Home Inmobiliaria y constructora Alcamo, especializadas en el desarrollo y construcción de edificios multifamiliares en Lima Top y Lima Moderna. Ha ocupado cargos relevantes como Gerente de Proyectos y Gerente Comercial en el Grupo Graña y Montero. Es Ingeniero Civil por la Pontificia Universidad Católica del Perú y MBA de ESAN.



JUAN CARLOS CAMPANA HOLGUIN

Arquitecto por la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco, Magíster en Ciencias, Mención en Gestión y Desarrollo Inmobiliario por la Universidad ESAN. Con estudios de Maestría en Arquitectura y especialización en Gestión de proyectos. Con más de 20 años de experiencia en gestión de proyectos de vivienda desempeñando funciones tanto en el sector privado como público. Ha sido Director Nacional de Vivienda del 2001 al 2007, Director de Sedapal el 2006, Gerente de Proyectos Inmobiliarios y Sociales del Fondo Mivivienda del 2007 al 2009, Gerente de Proyectos de Vivienda Social del 2009 al 2014 y Gerente de Vivienda Social del 2015 a la fecha en la Inmobiliaria Los Portales SA. Ha impartido clases en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, en la Universidad Esan en el Diploma de Gestión y Desarrollo Inmobiliario y ha participado como jurado en la evaluación de tesis en la misma especialidad.



SONIA VÁSQUEZ

Profesional especializada en generar Información para el Marketing. Ing. Estadística de la Universidad Nacional Agraria La Molina con especialización en Marketing Estratégico. MBA por la Universidad del Pacífico. Amplia y sólida experiencia en Investigación de Mercados de consumo masivo, servicios y CRM. Directora de Proyectos Senior de IPSOS, con más de 20 años de experiencia en investigación de mercados.



INFORMES E INSCRIPCIONES:

Romy Vásquez

📞 942 886 537 📞 +51 317 7200 (Anexo 44097)

✉️ rvasquez@esan.edu.pe

📍 Alonso de Molina 1652, Monterrico, Surco

www.esan.edu.pe

