



Pacífico
Business School

Programa Ejecutivo en

Estrategias de Marketing y Ventas en la Industria Inmobiliaria

www.pbs.edu.pe



CONSTRUYENDO NUEVAS ESTRATEGIAS EN LA

INDUSTRIA INMOBILIARIA

La industria inmobiliaria en el Perú ha crecido fuertemente en los últimos años, tanto en los proyectos habitacionales como aquellos destinados al comercio, oficinas e industria.

Estos crecimientos han presionado a las compañías a tener que diseñar estrategias de marketing y ventas cada vez más focalizadas, con mayor uso y precisión de datos, y a considerar variables no tradicionales para lograr diferenciarse agregando mayor valor a los clientes, accionistas y comunidad.

El cambio de contexto producido a partir de la pandemia del Covid-19 desafió aún más a las compañías, las que han tenido que adaptar sus canales tradicionales al mundo digital e innovar en la comercialización de sus productos introduciendo de forma acelerada la tecnología lo que por cierto desafía a los equipos a seguir innovando para aprovechar las oportunidades que esto produce.

Finalmente, esta industria interactúa con un gran número de actores de distintos ámbitos, clientes, inversionistas, organismos reguladores y comunidades donde se insertan los distintos proyectos, lo cual hace que la estrategia de marketing no solo esté orientada a generar un importante efecto en las ventas sino también a construir una reputación corporativa que de sustentabilidad y sostenibilidad a la empresa.

Pacífico Business School

Nuestros **DIFERENCIALES**



FORMACIÓN PRÁCTICA, ESPECIALIZADA Y ACTUALIZADA

El programa brinda conocimientos estratégicos y tácticos enfocados en las últimas tendencias de la industria desde una perspectiva teórica y práctica, esta última provista por ejecutivos líderes del sector inmobiliario en el Perú, Latinoamérica y Estados Unidos.

CONOCE Y APRENDE CÓMO ESCALAR LA EMPRESA INMOBILIARIA AL MUNDO DIGITAL

A través de los casos prácticos conocerán las últimas herramientas del marketing digital y cómo implementarlas de acuerdo con la Estrategia de la Compañía, su cultura organizacional y los segmentos a los que está orientada.

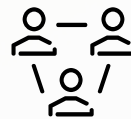


ORIENTADO A LA EJECUCIÓN

Contará con exposición de casos prácticos para su análisis y reflexión, orientados a que los ejecutivos puedan rediseñar y proponer nuevas y más efectivas estrategias de marketing y ventas para los distintos sectores inmobiliarios.

NETWORKING

Los profesores cuentan con una vasta experiencia disciplinar y práctica en empresas del sector inmobiliario, esta es compartida con ejecutivos peruanos e internacionales de renombre en la industria, con quienes podrán compartir y reflexionar sobre los actuales desafíos de la industria y tu empresa.



DIPLOMA DEL PROGRAMA EJECUTIVO EN

Estrategias de Marketing y Ventas en la Industria Inmobiliaria

otorgado por Pacífico Business School



Certificación: Los participantes que acrediten el 80% de asistencia al Programa, la asistencia al 50% de las sesiones de cada curso, la aprobación de todos los cursos con una nota mínima aprobatoria de once (11), un promedio final mínimo de catorce (14) en el programa y, además, no presenten deudas con la Universidad; recibirán el Diploma del Programa y el Certificado de Notas, en formato digital, emitido por Pacífico Business School.

ASIENTA LAS BASES CON RELACIONES PROFESIONALES DE GRAN VALOR

Buscamos hacer de la aula un ambiente de intercambio constante, donde fluyan ideas y experiencias entre los propios alumnos. Nuestro programa está dirigido a líderes empresariales del sector inmobiliario que tienen un rol directo o indirecto en el proceso de diseño e implementación de las estrategias de marketing y ventas de proyectos orientados al sector habitacional, comercial, oficinas e industria.



PLAN DE ESTUDIOS

1

LA DEMANDA
INMOBILIARIA

10

2

ESTRATEGIA
COMERCIAL Y VENTA
INMOBILIARIA

20

3

ESTRATEGIAS DE
MARKETING DIGITAL
INMOBILIARIO

20

4

TALLER DE
IMPLEMENTACIÓN

20

70 HORAS

Sumilla y temarios

1

LA DEMANDA INMOBILIARIA

La demanda inmobiliaria varía de forma considerable según la naturaleza del proyecto, conocer y comprender las distintas variables que inciden en la comercialización de estos es clave a la hora de identificar las oportunidades y el ciclo de desarrollo del proyecto. En este curso se abordarán las determinantes de la demanda de proyectos habitacionales para familias e inversionistas, proyectos comerciales y de oficinas, así como instalaciones de uso industrial.

- La formación de hogares y el efecto del ingreso.
- Segmentos, productos habitacionales e inversión de renta.
- Oficinas y comercio; compra, arriendo y decisiones de inversión.
- Industria: rentabilidad, regulación y decisiones de inversión de la empresa.

2

ESTRATEGIA COMERCIAL Y VENTA INMOBILIARIA

El diseño de la Estrategia Comercial es un proceso dinámico, donde confluye la visión y grandes objetivos corporativos con aspectos tácticos que determinan los objetivos comerciales de corto plazo y la sustentabilidad de la compañía a futuro. En el curso, se aborda desde una perspectiva teórica y práctica un diseño adecuado para el crecimiento sostenible de la empresa.

- Entornos competitivos para el sector habitacional, comercial e industrial.
- Estrategia de marca y posicionamiento corporativo.
- Diseño de comunicación y ventas para el sector habitacional, comercial e industrial.
- Segmentación en los ámbitos habitacionales, comerciales e industriales.

3

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL INMOBILIARIO

Las herramientas digitales son hoy un importante insumo para las estrategias de marketing de las compañías en todas las industrias. En un mundo digitalizado existe una tentación a reducir la estrategia y sus objetivos a la utilización de estas herramientas, comprender su verdadero alcance, cómo tienen que ser complementadas con los canales tradicionales y hacer una implementación armónica con los objetivos corporativos es fundamental.

- El plan de Marketing y su relación con la Estrategia de Ventas.
 - Plataformas digitales, diseño y utilización práctica para la industria inmobiliaria.
 - Mix de Marketing Digital y Tradicional para mercados habitacionales, comerciales e industriales.
 - Optimización del Plan y Presupuestos de Marketing.
-

4

TALLER DE IMPLEMENTACIÓN

Luego de entender cómo funciona la demanda inmobiliaria en cada subsector -habitacional, comercial e industrial- en este curso nos enfocaremos en cómo se diseña y planifica la implementación de la estrategia de marketing y ventas. En este taller se analizarán casos prácticos presentados por invitados especiales, reconocidos ejecutivos de la industria inmobiliaria en el Perú y Latinoamérica, que además presenciarán la exposición de los trabajos que los participantes harán como hito evaluativo del programa.

- Caso de Estrategia Comercial en el sector habitacional.
 - Caso de Estrategia Comercial en el sector comercial e industrial.
 - Presentación de resultados de trabajo grupal
-

EXPERIENCIA COMPARTIDA DE REFERENTES DE LA **DIRECCIÓN COMERCIAL**



ANDRÉS



ALFARO

**DIRECTOR INMOBILIARIO DE
BRIDGE CAPITAL PERÚ**

Es Asesor en Directorios de Empresas Inmobiliarias representando a Family Offices en Chile, Perú y Estados Unidos. Vasta experiencia en Estructuración de Desarrollos Habitacionales, Renta Inmobiliaria y Land-Banking. Master en Gestión e Inversión Inmobiliaria de la Universidad de Chile y MBA por la Universidad Andrés Bello. Arquitecto con mención en Urbanismo de la Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.



PATRICK



FORSYTH TUDELA

**SOCIO FUNDADOR Y
DIRECTOR CREATIVO DE TUNA
(CREATIVIDAD INMOBILIARIA)**

Asesor de Proyectos Inmobiliarios, procesos de innovación y creatividad Executive Scholar in Marketing Kellogg Northwestern University, Chicago, EEUU. Bachiller en Administración Hotelera por la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú; especializado en marketing con enfoque en estructuración integral de proyectos.

INVITADO ESPECIAL:

Gustavo Enih

Gerente General Inmobiliaria Actual, Perú



JAVIER ——— 
LATORRE DECIZER

**DIRECTOR GENERAL DE
POSTGRADO UNIVERSIDAD SAN
SEBASTIÁN, CHILE**

MBA por la Universidad Adolfo Ibáñez, Coach Ontológico The Newfield Consulting, Ingeniero Comercial por la Universidad del Desarrollo, Chile. Miembro del Directorio de Inmobiliaria Trancura S.A., profesor de Marketing en postgrado Universidades San Sebastián, del Desarrollo y Adolfo Ibáñez, Santiago, Chile.



ISABEL ——— 
PALMA KUCERA

**DIRECTORA DE INMOBILIARIA
ARTECO EN PERÚ**

Gerente Comercial en Inmobiliaria FG. Head of Oxford Alumni Chile, Profesora ESE Business School, Universidad de los Andes Chile. MBA por la Universidad Adolfo Ibáñez. MSc. en Sociología, por la Universidad de Oxford. Ingeniero Comercial, Universidad Austral de Chile.



Pacífico
Business School

RECONOCIDA

POR LAS PRINCIPALES ACREDITADORAS DEL MUNDO



**BUSINESS
GRADUATES
ASSOCIATION**

SOLO 7 ESCUELAS ACREDITADAS EN EL MUNDO

Acreditados por la BGA, asegurando calidad, mejora continua y prácticas de gestión responsable al nivel de las escuelas de negocios líderes del mundo.



**ASSOCIATION
OF
AMBA^S**

Somos la primera escuela de negocios en el Perú acreditada por AMBA, quien avala la excelencia académica de nuestro programa.



**AACSB
ACCREDITED**

Somos la primera universidad del país en ser acreditados a nivel de pregrado y posgrado por esta prestigiosa asociación.

ABRIL' 21

INFORMACIÓN CLAVE ↴

INICIO

8 DE ABRIL

REQUISITOS

- GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER
- EXPERIENCIA PROFESIONAL MÍNIMA DE 3 AÑOS

DURACIÓN

4

MESES

MARTES Y JUEVES

7:00 A 10:00 P.M.

INVERSIÓN
S/ 10,000

MODALIDAD
REMOTA

Informes

Jr. Sánchez Cerro nº 2098
Jesús María — Lima
+ 511 219-0101 / +511 219-0158
programas@up.edu.pe



www.pbs.edu.pe