

MANUAL DEL **AGENTE INMOBILIARIO COMERCIAL**



PINKAS FLINT

Manual del agente inmobiliario comercial

MANUAL DEL
**AGENTE
INMOBILIARIO
COMERCIAL**

PINKAS FLINT

PINKAS, FLINT

Manual del agente inmobiliario comercial / Pinkas Flint. – Huancayo: Universidad Continental, Fondo Editorial, 2026

ISBN 978-612-4443-97-8

e-ISBN 978-612-4443-98-5

1. Contratos inmobiliarios 2. Técnicas de ventas 3. Microeconomía
339 (SCDD)

Datos de catalogación Universidad Continental

Es una publicación de Universidad Continental

Manual del agente inmobiliario comercial

Pinkas Flint

Primera edición

Huancayo, junio de 2026

Tiraje: 300 ejemplares

© Del autor

© Universidad Continental S. A. C.

Av. San Carlos 1980, Huancayo, Perú

Teléfono: (51 64) 481-430 anexo 7863

Correo electrónico: fondoeditorial@continental.edu.pe

www.universidad.continental.edu.pe

Depósito legal 2026-05603

ISBN 978-612-4443-97-8

e-ISBN 978-612-4443-98-5

Foto de cubierta: City Hall Building, Londres

Corrección de textos: Jorge Coaguila Quispe

Diagramación: Edson Quilca Romero

Diseño de cubierta: Luiggi Menéndez Sánchez

La obra ha sido sometida a evaluación par. Su contenido es responsabilidad exclusiva del autor y no refleja necesariamente la opinión de la Universidad Continental. Queda prohibida la reproducción, por cualquier medio, total o parcialmente, sin permiso expreso del autor y de la Universidad Continental.

Impreso en Perú / *Printed in Perú*

Impresión: Tarea Asociación Gráfica Educativa

Pasaje María Auxiliadora 156-164, Breña

*A mi esposa Syllda, por su apoyo a lo largo de los
años y por su aporte como arquitecta, que permite
una visión multidisciplinaria del presente texto.*

Contenido

Presentación	17
Prólogo	19
Agradecimientos	21
Introducción	23
Capítulo 1. Macro y microeconomía	25
1.1 Macroeconomía	25
1.1.1 Indicadores macroeconómicos	29
1.1.2 Análisis sectorial y diversificación del riesgo	45
1.2 Microeconomía	49
1.2.1 Entorno microeconómico	50
1.2.2 Factores microeconómicos	51
1.2.3 Las cinco fuerzas competitivas de Porter	55
Capítulo 2. El consumidor peruano	59
2.1 Estilos de vida en el mercado peruano	59
Capítulo 3. Estrategia	67
3.1 El análisis SEPTEG	68
3.1.1 Factores sociales	69
3.1.2 Factores económicos	69
3.1.3 Factores políticos, legales y trámites regulatorios	69
3.1.4 Factores tecnológicos	70
3.1.5 Factores ecológicos	70
3.1.6 Factores geográficos	70
3.2 Análisis FODA	70
3.3 Evolución de la industria	75
3.4 El plan de negocio (Gómez y Palao, 2008, p. 127)	87

Capítulo 4. El negocio inmobiliario	95
4.1 Valorización de inmuebles	95
4.2 Requisitos para el financiamiento	101
4.3 Mercado inmobiliario de terrenos	103
4.3.1 Factores claves del éxito en la compraventa de terrenos	107
Capítulo 5. Del terreno a la vivienda: la urbanización	117
5.1 La habilitación urbana	117
5.2 El plan de desarrollo urbano	140
Capítulo 6. Galerías comerciales y comercio <i>retail</i>	153
6.1 Tipos de galerías comerciales	153
6.2 Ubicación: factor clave de éxito para las galerías y <i>retail</i>	156
Capítulo 7. Industria turística	159
7.1 Hoteles	159
7.2 El condotel	162
7.3 Airbnb (<i>air, bed and breakfast</i>)	162
Capítulo 8. Edificios de vivienda para arrendar	165
8.1 La realidad de la industria inmobiliaria	167
Capítulo 9. Centros logísticos	175
9.1 Servicios que ofrece un operador logístico	175
9.2 Características de los operadores logísticos	176
Capítulo 10. El financiamiento de los proyectos inmobiliarios	179
Capítulo 11. Aspectos legales	213
11.1 Tipos de arrendamientos comerciales	213
11.2 Cláusulas especiales en contratos de arrendamiento	214
11.3 Arrendamiento con desalojo vía intervención notarial	215
11.4 Venta del negocio inmobiliario	219
11.5 La venta de una empresa	221

Capítulo 12. Valorización patrimonial	227
12.1 Utilidad de la valorización de una empresa	227
12.2 Métodos de valorización	227
12.3 Área de negociación	231
12.4 El mejor momento para vender una empresa	232
12.5 La compra de negocios en marcha	235
Capítulo 13. Casos de relaciones público-privadas	249
Caso 1: Le Cordon Bleu - Miraflores	249
Caso 2: Parque Bicentenario - Miraflores	253
Caso 3: Parque Leoncio Prado - Miraflores	255
Epílogo	261
Bibliografía	263
Anexos	269

Índice de figuras

Figura 1.	Pirámide de Maslow	53
Figura 2.	Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter	55
Figura 3.	Estilos de vida. Subdivisión entre pudientes y modestos (Perú 2017)	60
Figura 4.	Matriz FODA	71
Figura 5.	Análisis FODA – Marriott International	74
Figura 6.	Plan de negocios	87
Figura 7.	Variables precio y cantidad	107
Figura 8.	Plan de desarrollo urbano de la ciudad de Trujillo	141
Figura 9.	Jugadores que ganan peso	155
Figura 10.	Precios del alquiler según distrito (Lima)	172
Figura 11.	Alquiler: variación de precios en los distritos de Lima	173
Figura 12.	Rentabilidad por distrito	174
Figura 13.	Análisis del cliente	199
Figura 14.	Las 5C	200
Figura 15.	Modelos de traspaso	224
Figura 16.	Sucesión de una empresa familiar	225
Figura 17.	Flujo de Caja Descontado (FCD)	228
Figura 18.	Obtención del FCD según riesgo de la empresa	228
Figura 19.	Detalle del valor patrimonial	229
Figura 20.	Método de transacciones comparables del mercado	230
Figura 21.	Simulaciones probabilísticas	231
Figura 22.	Área de negociación en el proceso de venta de la empresa	232
Figura 23.	Momentos para la venta de una empresa	232

Figura 24. Trazabilidad en la venta de una empresa	233
Figura 25. Subasta privada	233
Figura 26. Tipos de contingencias	234
Figura 27. Detalle del proceso de venta	236
Figura 28: Vista parque Leoncio Prado, 2002	257
Figura 29. Vista del parque Leoncio Prado, 2009	257
Figura 30. Vista del parque Leoncio Prado, 2022	258

Índice de tablas

Tabla 1.	Proyección de crecimiento	31
Tabla 2.	Perú: producto bruto interno por años, según actividades económicas.	32
Tabla 3.	Perú: producto bruto interno por años, según departamentos.	34
Tabla 4.	PBI global y por sectores	35
Tabla 5.	PBI por sector económico setiembre	37
Tabla 6.	Proyección de principales indicadores macroeconómicos en el escenario de Política Nacional de Competitividad y Productividad	38
Tabla 7.	PBI por sectores	41
Tabla 8.	Variables que afectan la oferta	105
Tabla 9.	Diseño de vías	110
Tabla 10.	Tipos de habilitación urbana residencial en función de la densidad	127
Tabla 11.	Aportes según tipos de habilitación urbana residencial	128
Tabla 12.	Tipos de habilitación urbana en función a las características de las obras	128
Tabla 13.	Habilitaciones para uso de comercio exclusivo	131
Tabla 14.	Tipos de habilitación según las características de las obras	132
Tabla 15.	Habilitaciones para uso comercial y otros usos (uso mixto)	132
Tabla 16.	Habilitaciones para uso industrial	133
Tabla 17.	Aporte de habilitación urbana	134

Tabla 18.	Tipos de habilitación industrial	134
Tabla 19.	Tipos de habilitaciones de usos especiales	136
Tabla 20.	Tipos de habilitación en riberas	137
Tabla 21.	Tipos de habilitación en laderas	137
Tabla 22.	Habilitaciones que no poseen condición de terreno urbano y que requieren ser habilitadas como urbanas (X)	138
Tabla 23.	Categorización de inmuebles	160
Tabla 24.	Precios del alquiler de departamentos (mayo 2018-mayo 2019)	169
Tabla 25.	Rentabilidad anual por distritos	170
Tabla 26.	Incremento del costo de alquiler según distrito	171
Tabla 27.	Descenso del costo de alquiler según distrito	171
Tabla 28.	<i>Cashflow</i> de un centro logístico	177
Tabla 29.	Porcentaje de rentas típico	214
Tabla 30.	Tipos de compradores	234

Presentación

La obra *Manual del agente inmobiliario comercial*, escrita por Pinkas Flint, constituye un valioso aporte para la formación, actualización y fortalecimiento profesional de quienes se desempeñan en el sector inmobiliario. En un entorno cada vez más dinámico, competitivo y especializado, este libro se presenta como una guía integral que permite comprender con mayor profundidad la complejidad del negocio inmobiliario y los diversos factores que inciden en su desarrollo.

A través de un enfoque multidisciplinario, el autor aborda aspectos esenciales como la macroeconomía, la microeconomía, la estrategia, la valorización de inmuebles, el financiamiento de proyectos, la urbanización, el análisis del mercado y los aspectos legales vinculados a la actividad inmobiliaria. De esta manera, el texto trasciende la visión tradicional del agente como mero intermediario y lo redefine como un profesional con capacidad analítica, estratégica y técnica para identificar oportunidades, estructurar propuestas de valor y brindar una asesoría más completa a sus clientes.

Asimismo, el manual destaca por su orientación práctica, ya que no solo desarrolla fundamentos conceptuales, sino que también incorpora herramientas de análisis y aplicaciones concretas que resultan de utilidad para el ejercicio profesional. Ello favorece una comprensión más sólida del mercado y contribuye a mejorar la toma de decisiones en un sector donde el conocimiento especializado constituye una ventaja competitiva determinante.

En tal sentido, esta publicación representa una lectura altamente recomendable para agentes inmobiliarios, inversionistas y profesionales

PRESENTACIÓN

interesados en consolidar una visión más integral, rigurosa y estratégica del rubro. Su revisión no solo enriquece la formación del lector, sino que también contribuye al proceso de profesionalización y mejora continua de la actividad inmobiliaria.

JAIME ENRIQUE SOBRADOS TAPIA
Director académico
Escuela de Posgrado
Universidad Continental

Prólogo

En un mundo donde el mercado inmobiliario evoluciona constantemente, el agente comercial que desee destacar y maximizar sus ingresos debe trascender los límites tradicionales de su profesión. Este manual no es solo una guía para comprar y vender propiedades, es una invitación a pensar más allá, a convertirte en un asesor integral capaz de entender y aprovechar las múltiples dimensiones del negocio inmobiliario. Vivimos en una etapa de la humanidad donde cada vez hay más corredores inmobiliarios compitiendo en el mercado, mientras la inteligencia artificial avanza reemplazando tareas antiguas y la información se comparte de manera masiva. En este contexto, diferenciarse ya no es opcional, es vital. El profesional que quiera sobresalir no puede encasillarse como simple gestor, sino que debe desarrollarse como estructurador de oportunidades. La pregunta clave es: ¿cómo transformar un terreno en una inversión redituable?

El agente inmobiliario tradicional se limita a conocer precios, ubicaciones y características físicas de los inmuebles. Sin embargo, el agente comercial exitoso del siglo XXI domina conceptos financieros, comprende las dinámicas bancarias, analiza proyectos hoteleros, evalúa centros logísticos y anticipa tendencias globales. Este conocimiento no solo le permite ofrecer un valor añadido a sus clientes, sino también justificar honorarios más elevados, posicionándose como un experto indispensable en transacciones complejas.

Hoy más que nunca se necesitan verdaderos expertos. Por eso es crucial escuchar a consultores inmobiliarios visionarios que puedan ampliar nuestra perspectiva profesional. Mi formación en la academia del

Dr. Pinkas Flint me ha demostrado el valor de este enfoque integral. Basado en esos principios, este manual incluirá especializaciones prácticas que serán base para futuros seminarios y permitirán obtener títulos y desarrollar el *expertise* necesario para una visión completa y profunda del negocio inmobiliario.

El gestor inmobiliario moderno no se limita a intermediar transacciones, sino que posee la capacidad de articular y estructurar oportunidades de inversión para maximizar el valor del terreno. Su *expertise* abarca desde el análisis logístico y la evaluación de aspectos legales hasta la garantía de seguridad jurídica y la identificación de sinergias con sectores industriales clave, transformando así propiedades en activos estratégicos con rentabilidad sostenible.

En estas páginas, se explorará cómo la macro y microeconomía impactan en el valor de los inmuebles, cómo diseñar estrategias de *marketing* adaptadas a los estilos de vida de los peruanos y latinoamericanos, y cómo estructurar planes de negocio que atraigan a inversionistas exigentes. Asimismo, se aprenderá a valorizar propiedades no solo por su estructura física, sino por su potencial para generar flujos de renta, ya sea a través de arrendamientos, desarrollos urbanísticos o proyectos turísticos.

Este manual también desafiará a romper esquemas: un agente que entiende de financiamiento bancario puede negociar mejores condiciones para sus clientes; uno que conoce el sector hotelero puede identificar oportunidades en propiedades subutilizadas; y aquel que domina el análisis de riesgos puede asesorar con mayor precisión sobre inversiones seguras y rentables.

El futuro pertenece a los agentes que se atreven a ampliar sus horizontes, a los que ven cada propiedad no como un simple espacio, sino como un proyecto con potencial transformador. Solo aquellos dispuestos a dejar atrás lo convencional y abrazar un enfoque multidisciplinario podrán liderar la nueva era del sector inmobiliario.

MARÍA EUGENIA DE LA PUENTE DE LA PUENTE
Gestora y estructuradora de negocios inmobiliarios
Número de registro de agente inmobiliario 8672-PN-MVCS

Agradecimientos

Agradezco a mi colaboradora por décadas, Rosita Jorge, a mis practicantes Ángel Huamán Araujo y Gabriela Gutiérrez, y a mi sobrino Andrés Franco U.; así como al arquitecto Antonio Monsalve, quien me ha apoyado con casos reales del mercado nacional.

En un mercado inmobiliario en constante evolución, destacar y maximizar ingresos exige trascender los límites tradicionales de la intermediación. Esta obra no se limita a ser una guía integral de compraventa; constituye un marco analítico y práctico para formar asesores multidisciplinarios con la capacidad de comprender y capitalizar las múltiples dimensiones del negocio inmobiliario.

El texto demuestra que el gestor moderno tiene la capacidad de articular y estructurar oportunidades de inversión para maximizar el valor de la tierra. A lo largo de sus capítulos, se detalla cómo abordar el análisis logístico y legal, garantizar la seguridad jurídica e identificar sinergias con sectores industriales clave, transformando propiedades en activos estratégicos con rentabilidad sostenible.

A través de estas páginas, se estudia el impacto de la macro y microeconomía en el valor de los inmuebles, el diseño de estrategias de marketing adaptadas a los estilos de vida latinoamericanos y la estructuración de planes de negocio atractivos para inversionistas exigentes. Además, la obra enseña a valorizar propiedades según su potencial para generar flujos de renta mediante arrendamientos, desarrollos urbanísticos o proyectos turísticos.

Esta obra se consolida como una herramienta indispensable para que el profesional inmobiliario logre diferenciarse, eleve su propuesta de valor y diversifique sus fuentes de ingresos mediante servicios especializados que van mucho más allá del cierre del negocio.

ISBN: 978-612-4443-97-8



9 78 612 444 397 8