

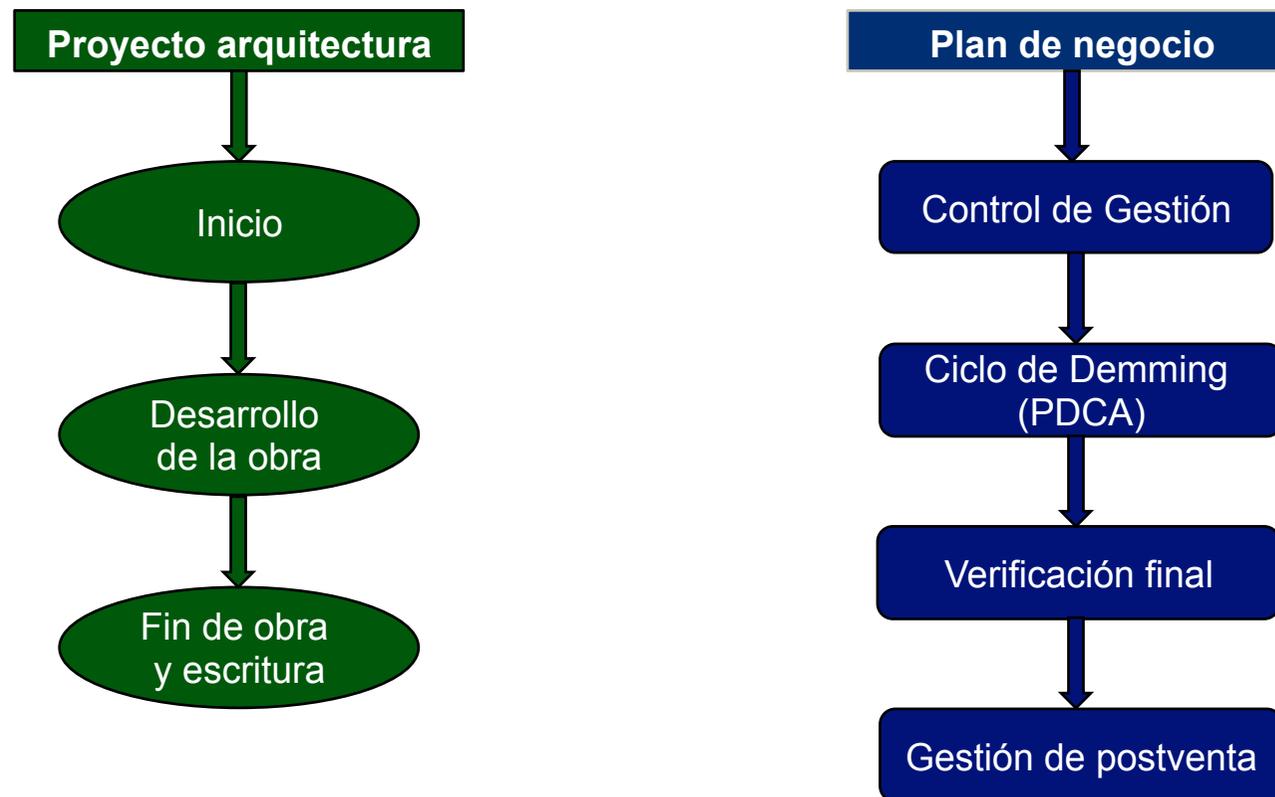
Evaluación y Desarrollo de Proyectos Inmobiliarios

Cátedra: DyLO - Arq. Claudio Torres

Prof. Invitado: Arq. Ezequiel Resnick Brenner

**Facultad de Arquitectura y Urbanismo, UBA
14 de junio de 2016**

Proyecto de Arquitectura y Proyecto del Negocio



Ciclo de Vida de los Proyectos Inmobiliarios

Período de pre-inversión (estudios, definiciones y negociaciones).

Período de Inversión (estudios pormenorizados, adquisición de la tierra, negociaciones).

Período de Operación: Comienzo, desarrollo, finalización, comercialización y entrega de la obra.

Período de Post-venta: Atención a los clientes por deficiencias de la construcción.

Período de pre-inversión

- Estudio de mercado y del sector para definir el mejor producto y su localización.
- Determinación del objeto del proyecto.
- Ubicación del terreno.
- Valor del terreno, su potencial.
- Precio del terreno.
- Estudio estático.
- Pre-estudio dinámico.
- Búsqueda de financiamiento.
- Desarrollo del Plan de Negocios o “Business Plan”

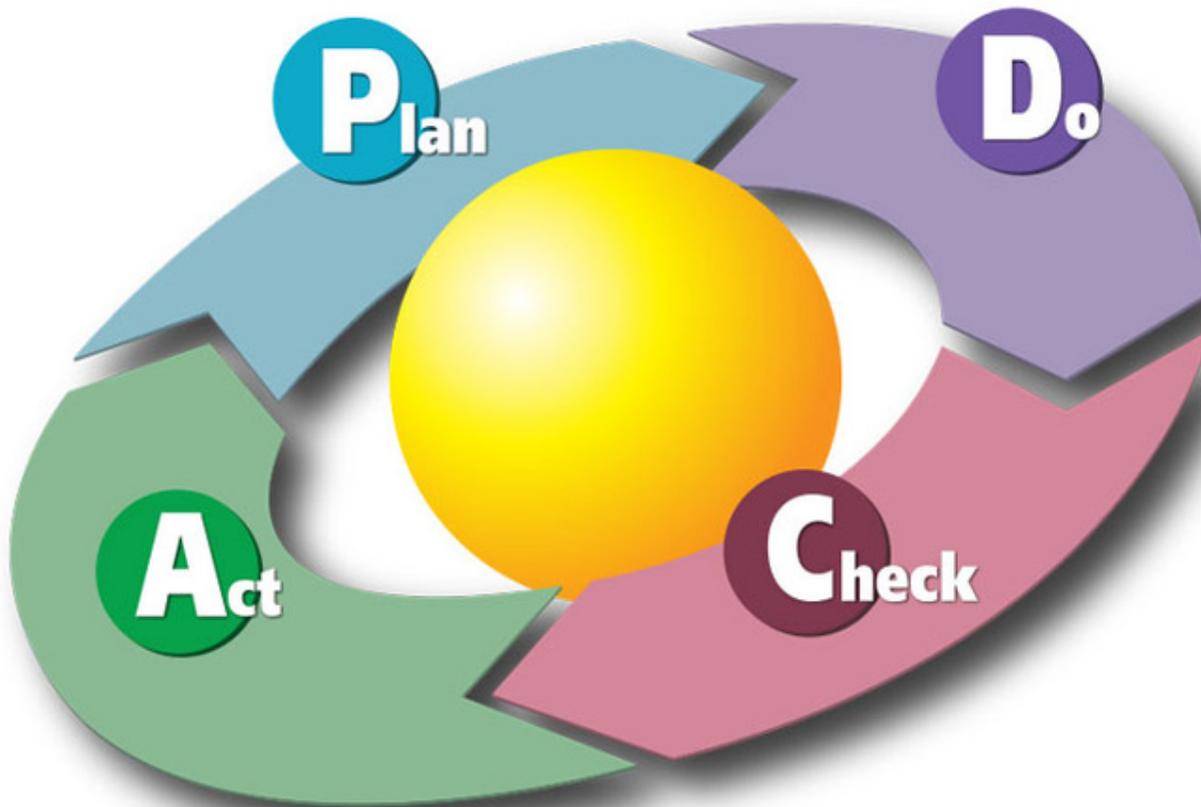
Período de inversión

- Obtención de financiamiento
- Adquisición del terreno.
- Proyecto de arquitectura y especialidades.
- Ajuste de estudio económico-financiero y del Business Plan
- Definición del plan de marketing.
- Pre-ventas durante el transcurso de la obra.

Período de Operación

- Puesta en marcha de la obra.
- Gestión y desarrollo de la obra.
 - Seguimiento y control del proyecto
 - Mejora continua - ciclo de Deming (PDCA)*
 - Detección y corrección de desvíos respecto al business plan.
 - Plan de contingencias.
- Gestión comercial.
- Finalización de la obra.
- Entrega y escritura.

*Ciclo de Deming - Gestión de Mejora Continua



PLANIFICAR lo que se pretende alcanzar, incluyendo con ello la incorporación de las observaciones a lo que se viene realizando.

HACER o llevar adelante lo planeado.

VERIFICAR que se haya actuado de acuerdo a lo planeado así como los efectos del plan.

ACTUAR a partir de los resultados a fin de incorporar lo aprendido, lo cual es expresado en observaciones y recomendaciones.

Período de Post-venta

- Servicio de post-venta: atención a nuestros clientes para lograr su satisfacción total (ellos serán la mejor publicidad que podremos tener y seguirán confiando e invirtiendo en nuestros proyectos).

Saber escuchar las quejas de nuestros clientes, nos ayuda a identificar que es lo que estamos haciendo mal o que es lo que podemos mejorar.

Así podremos adelantarnos a las necesidades del mercado (necesidades latentes) y sorprenderlo, destacándonos de la competencia y satisfacer a nuestras clientes.

El Plan de Negocios o Business Plan

El plan de negocios debe entenderse como un estudio que incluye un análisis de mercado, del sector, de la competencia.

Además, es el plan desarrollado por la empresa para incursionar en el Mercado con un producto o servicio, una estrategia, y un tipo de organización, proyectando esta visión de conjunto a corto plazo, a través de la cuantificación de las cifras que permitan determinar el nivel atractivo económico del negocio, su factibilidad financiera, y a largo plazo mediante la definición de una visión empresarial clara y coherente.

En todos los casos es concebido como el estudio sobre el cual se fundamenta la decisión de iniciar una nueva empresa o proyecto, y herramienta fundamental para poder hacer un seguimiento de lo planificado, una vez en marcha la misma.

A su vez facilita tener bajo control las variables que permitan conciliar los objetivos de desempeño económico con aquellos, igualmente importantes, de viabilidad financiera.

Estudio de Mercado y Análisis del Sector

Características de la demanda

- Segmentación de la demanda de acuerdo a diferentes variables.
- Determinación de áreas de negocios.
- Análisis SWAT (fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas)
- Determinación del mercado meta.

Características de la oferta

- Los competidores - barreras de entradas.
- Posicionamiento competitivo.
- Tendencias y proyecciones.
- Diferentes estrategias.

Comercialización

- Estrategias de Marketing
- Tipo de operación: venta, alquiler, venta con renta (ver relación del precio de venta con el de alquiler y la tasa de riesgo del sitio donde se ubica el emprendimiento), leasing, etc.
- Plan de comercialización

Estudio económico-financiero

- Confección del Cash-flow del negocio.
- Determinación de TIR (Tasa Interna de Retorno) y VAN (Valor Actual Neto).
- Fuentes de financiamiento.
- Determinación de ratios de endeudamiento.
- Determinación del ROI (Return on Investment), o sea cuanto va a rendir cada peso invertido en el proyecto.
- Determinación del del ROE (Return on equity), o sea cuanto vamos a ganar por cada peso invertido en el proyecto.
- Análisis de las desviaciones con tres escenarios (original, de mínima, y de máxima).