

EMPRENDIMIENTOS INMOBILIARIOS DIRECCION DE EMPRESAS INMOBILIARIAS Y CONSTRUCTORAS MODULO 1



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
INGENIERÍA

MBA.arq.pablo.peirone

ARQUITECTO PABLO PEIRONE BOGGIO

EXPERIENCIA ACADEMICA

- MBA- Maestría en Administración de Negocios. Uncuyo
- Especialista en Docencia Universitaria. UNCuyo.
- Diplomado en Finanzas Corporativas, Administración de Proyectos y Fideicomisos .Universidad Juan Agustín Maza .
- Docente de Grado, Facultad de Ingeniería y Arquitectura UNCuyo
- Profesor de Posgrado “Especialización en Gestión de Obras Civiles” UNCuyo. Financiamiento de Proyectos.
- Presidente del Directorio “Caja de Previsional Técnica de la Provincia de Mendoza.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Director del Estudio Peirone&Asociados

Emprendimientos Realizados

- COMPLEJO BOMBAL :Edificio de Departamentos y Co-Workig de Planta Libre
- COMPLEJO DEPARTAMENTOS y LOCALES COMERCIALES BALCARCE .Edificio de Departamentos de 1, 2 Dormitorios, Studio/apart , Locales comerciales y cocheras
- COMPLEJO DEPARTAMENTOS y LOCALES COMERCIALES QUINTA Edificio de Departamentos de 1, 2 Dormitorios, Planta Libre Turismo, Local comercial y cocheras
- COMPLEJO DEPARTAMENTOS y LOCALES COMERCIALES ACONCAGUA Edificio de Departamentos de 1, 2,3 Dormitorios, Coworking, Local comercial y cocheras
- COMPLEJO FIDEICOMISO ALMIRANTE BROWN Edificio de Departamentos de 1, 2 Dormitorios, Monoambientes y cocheras
- COMPLEJO 23 DEPARTAMENTOS- FIDEICOMISO ANZORENA Edificio de Departamentos de 1, 2 Dormitorios, Monoambientes y cocheras

Contacto: pablo.peirone@ingenieria.uncuyo.edu.ar

EMPRENDER

Conceptos iniciales



Emprendimiento

Lo que emprendamos en la vida

Empresa

Emprendimiento con fines comerciales, NEGOCIO

Nicho de Mercado

Segmento de potenciales consumidores, al cual podemos satisfacer

Oportunidad

Necesidad insatisfecha en un nicho de mercado

Recursos

Aquellas cosas necesarias para llevar un proyecto adelante
No es lo mismo que dinero

EMPRENDER

Conceptos iniciales



Equipo de trabajo

Planificación

Diferenciación

Modelo de Negocios

Objetivos

Plan de negocios

No se puede hacer todo solo, donde encontramos el limite
COSTOS / BENEFICIOS

Plan general, organización, determinado un objetivo

En que nos diferenciamos?

Que es ser EMPRENDEDOR

Por que emprender

Que es ser emprendedor

El entrepreneurship es un motor importante del crecimiento económico y la creación de empleos

Pocos cambios habría en los países emergentes sin un aumento de la actividad de los emprendedores/ras

Que es ser EMPRENDEDOR

Emprendimiento

Cualquier cosa que emprendamos

Industria de la construcción

Emp con principio /fin

Emp con continuidad

Empresa

Empresa con fines comerciales, con lucro, UN NEGOCIO

Entrepreneurship e Intrapreneurship.

Concepción del triple Impacto, rentabilidad, inclusión y sustentabilidad

Responsabilidad social empresarial.

Que es ser EMPRENDEDOR

- Unos de los grandes desafíos que presentan los países emergentes, consiste en la necesidad de desarrollar una cultura profesional del proceso emprendedor.
- Las economías con mayor tasas de crecimiento en el mundo , su gran motor es la actividad de los emprendedores, sus empresas generan la mayor cantidad de nuevos empleos .
- En los últimos 10 años el 90% de los nuevos puestos de trabajo en EEUU y el 80% en China proviene de nuevos proyectos emprendedores

Que es ser EMPRENDEDOR

- Que es un emprendedor?
- UN EMPRENDEDOR ES UNA PERSONA QUE DETECTA UNA OPORTUNIDAD Y CREA UNA ORGANIZACION (O LA ADQUIERE O ES PARTE DE UN GRUPO QUE LO HACE)-intrapreneuship- PARA ENCARARLA
- EL PROCESO EMPRENDEDOR COMPRENDE TODAS LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON DETECTAR OPORTUNIDADES Y CREAR ORGANIZACIONES PARA CONCRETARLAS

ONCE CONDICIONES

- 1-Emancipacion
- 2-Moderacion en la ambición del dinero
- 3-Pasión
- 4-Foco en Resultados:
 - 5-Espiritualidad
 - 6-Novicio-Aprendiz
- 7-Disfrute del camino
- 8-Exitos compartidos
 - 9-Determinacion
- 10-Optimismo y sueño
- 11-Responsabilidad protagonismo

-Libertad ,e independencia es una motivación
-Solo el 20% considera que el dinero es su mayor motivación. Es una consecuencia inevitable del emprender exitosamente, no un objetivo en si mismo

-Pasión

-Soñar/hacer hacer hacer.

-Combinación del trabajo profesional con un profundo trabajo consigo mismo

-Voluntad de aprender y humildad- No al sabelotodo.

-Equilibrio entre dificultades y placer del logro diario

-Ver los integrantes del equipo como iguales ,
comparten el valor creado

Tomarse tiempo necesario para tomar las decisiones,
muestra seguridad y firmeza en sus acciones

-Clara visión y esperanza hacia donde llevan su futuro

-No asumir papel de victima por contexto “lo que no hacen”, un emprendedor actúa como protagonista.

Dado el contexto que me toca , como decido enfrentarlo

CONCEPTOS Nichos Oportunidad Recursos

Nicho de Mercado

Segmento de potenciales consumidores, al cual podemos satisfacer

Oportunidad

Necesidad insatisfecha en un nicho de mercado

Recursos

Aquellas cosas necesarias para llevar un proyecto adelante
No es lo mismo que dinero

Modelo de Timmons

RECURSOS

OPORTUNIDAD

EQUIPO DE TRABAJO

Modelo de Timmons

OPORTUNIDAD

**estructura
y tamaño
del mercado**

**características
y tamaño
de la demanda**

**crecimiento
real y potencial**

*la sola
existencia
de demanda insatisfecha
no garantiza
una oportunidad
de negocios*

RECURSOS

ociosos o poco aprovechados

específicos para el negocio

redes

costos y presupuestos

plan de negocios

*recuerden que
el dinero
NO es
el recurso
más importante*

EQUIPO

**actitudes y
capacidades emprendedoras**

experiencia previa

conocimiento técnico

**dinámica de
trabajo en equipo**

*el compromiso, la
determinación y la
persistencia son
indispensables en
cualquier equipo*

LOS PILARES DE UN EMPRENDEDOR/A

- El emprendedorismo es un trabajo multidisciplinario
 - Hay una instancia de escalas en cuanto al emprendimiento , en cuanto al equipo
 - Estos pilares constituyen parte importante para el éxito del emprendor/ar
-
- Macroeconomistas , Analistas financieros
 - Contador , Abogado/a ,Escribano/a
 - Arquitecto/a, Ingeniero/a, Agrimensor Brokers

Proceso emprendedor

Pensar el emprendimiento , la empresa como un todo

Percepción de la oportunidad

En base a detectar necesidades insatisfechas en un determinado nicho de mercado

Idea

Etapa de tormenta de ideas, donde todo lo que pensamos puedes ser posible.
Momento de Volar

Concepto del negocio

Con lo desarrollado elaboramos concepto del negocio brindará una solución a esa demanda insatisfecha

Investigación de Mercado

Que pasa en el mercado, investigación, competencia , productos , servicios sustitutos

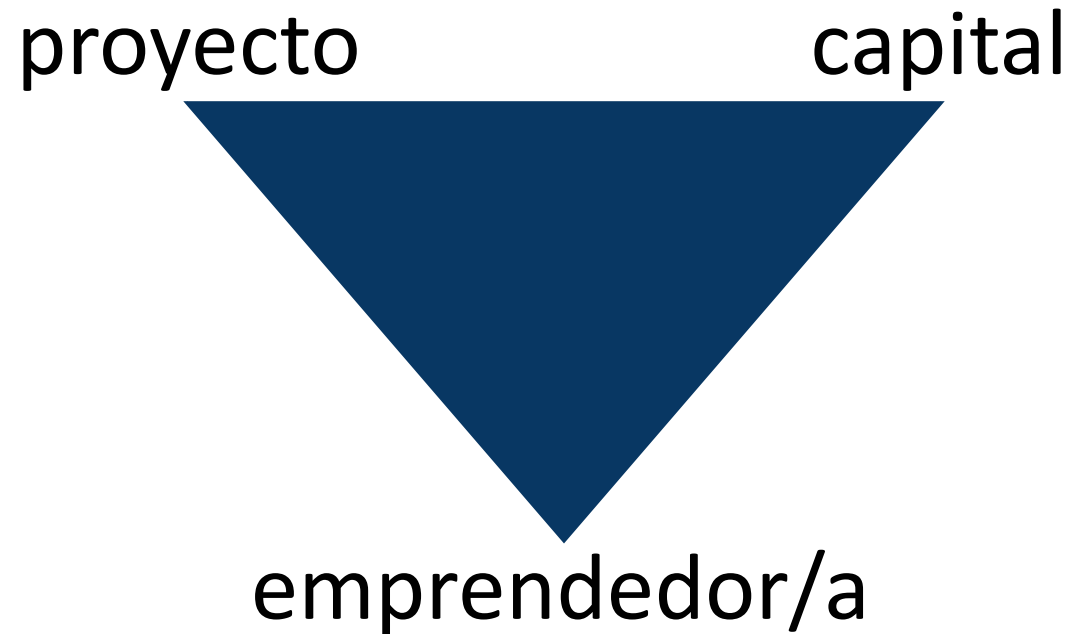
Modelo de Negocios

Generar un MN es ir más allá del producto o servicio, es visualizar todas los componentes y la estructura del negocio

Comercialización

Instancia en la que estamos en condiciones de salir al mercado, en base a estrategias

La teoría del TRIANGULO INVERTIDO



¿para VOS cual es el mas importante?

- Todo proceso emprendedor integra estos tres componentes
- Si alguno de ellos no esta , no es exitoso.
- El emprendedor no fue bueno o no se obtuvo el capital o no era bueno el proyecto.
- Cual es la razón del triangulo invertido?

Ideas

Creatividad

Innovación

Creatividad e innovación desde las nuevas tendencias en el mercado inmobiliario.

Emprendimientos con negocio subyacente, wine resorts, retail, centros comerciales, cohousing y condo hotel.

REALIDAD VIRTUAL PARA MOSTRAR UN DEPTO



El valor percibido del bien es la ventaja de competitividad que tiene

RECONOCER LA OPORTUNIDAD

De donde surgen las ideas?

Estadísticamente el 90% de las ideas que se ponen en marcha surgen de la actividad que el emprendedor estaba desarrollando anteriormente

Solo el 10% es un flash de inspiración

El proceso en general comienza con detectar , a partir del mercado que uno opera y su probable evolución , las oportunidades de negocio que uno puede emprender.

LAS BUENAS IDEAS NO SON UNICAS

(sobre todo en el mercado inmobiliario)



IDEAS INNOVADORAS

BUENAS VIEJAS IDEAS

IDEAS TOMADAS SOBRE EL MERCADO

REFORMULADAS

LA DIFERENCIA ESTA EN LA IMPLEMENTACION

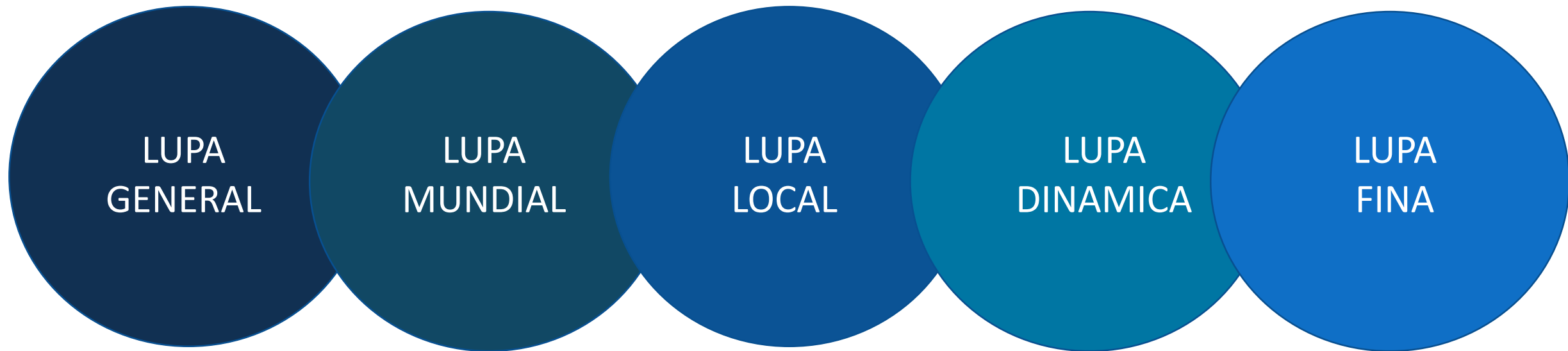
¿QUE VA A HACER QUE VOS Y TU EQUIPO
PUEDAN CONVERTIR LA IDEA EN ALGO EXITOSO?

POR ESO EL TRIANGULO DEL PROCESO
EMPREENDEDOR APARECE INVERTIDO

LUPA DEDUCTIVA

GUIA PARA DETECTAR OPORTUNIDADES





LUPA GENERAL
definir las áreas
de actividad.
La tenemos
definida área
inmobiliaria.
Alguna en
especial?

LUPA MUNDIAL
de la actividad
aprender de ella
en mercados
desarrollados
(caso
financiamiento
inmobiliario)

LUPA LOCAL
conocer el
mercado del sector
(ventaja de ver al
mundo que se hace
y en cuanto tiempo
puede llegar acá. O
con las grandes
ciudades/capitales)

LUPA DINAMICA
analizar el curso
probable
Cual es la dinámica
mas probable en el
sector para ver las
oportunidades. Que
crece que no etc.
(viv unif. lotes,
multivivienda
comercio industria)

LUPA FINA
enfocarse en lo
particular.
Segmento de la
actividad.
Competencia
Valores Tierra
Tipologías
Financiamiento
Clientes

Conceptos Diferenciación

I+D+i

Creación

es generador de ideas

Implementarla con pensamiento convergente

Innovación radical

Innovación de Valor

Diseñador= creativo

Creatividad aplicada al negocio

**foco de la creatividad puesto
en los contenidos, respondiendo
a las necesidades de clientes y usuarios**

Modelo de negocios



Planificación Objetivos

Alcances según recursos

Según posibilidades

Según equipo

Escala

Como sabemos si los objetivos que nos planteamos son correctos o si nos estamos excediendo?

Determinar acciones, tiempos , recursos

Como dar el primer paso?

PLAN DE NEGOCIOS

Herramienta base de planificación comercial

Plan de negocios

Como donde con quien

Para conseguir, colaboradores proveedores recursos dinero

ASPECTOS ESENCIALES QUE DEBE CONTENER UN PLAN DE NEGOCIOS

resumen ejecutivo (un par de páginas)

información que permita entender el negocio

descripción de productos y servicios

descripción del sector (mercado y rubro)

estrategia de mercado

descripción de recursos humanos

plan financiero



Pirámide de MASLOW

Motivación

Necesidades

Primarias
Secundarias

DOS TIPOS DE MOTIVACION:

EXTERNA

la que viene condicionada por el entorno,
es **REACTIVA**

INTERNA

"nuestra" motivación, la más positiva, la que nos impulsa
es **PROACTIVA**

es la que indudablemente debe desarrollar
una persona emprendedora

SATISFACCION DE LAS NECESIDADES:

NIVEL PRIMARIO

necesidades básicas
[respirar, beber, comer]

NIVEL SECUNDARIO

necesidades sociales
[logro, afecto, ego]

POR QUE EMPRENDER

MOTIVACIONES Y ACTITUDES

El proceso de emprender tiene una enorme cantidad de obstáculos y la diferencia entre los emprendedores exitosos y quienes no lo son, esta justamente en la manera de afrontar con entereza y altura esas dificultades

No presuponer

Si queremos saber lo que la gente quiere, se lo debemos preguntar



Contar nuestras ideas

Te las roban/copian?
La única forma de conseguir recursos es contando nuestras ideas



Cambio de paradigmas

Te las roban/copian?
La única forma de conseguir recursos es contando nuestras ideas



Productos sector inmobiliario, residencial ,
comercial, etc.

Tendencias en el mercado , PH , Torres
Oficinas , Barrios cerrados, etc

Componentes Desarrollo Inmobiliario

-TIERRA

-FINANCIAMIENTO

-COMERCIALIZACION

COMUNICACION

-ARQUITECTURA

-GESTION/ADMINISTRACION

-EJECUCION

-Emprendedorismo

Comprender el sistema económico

-Estudios de mercados

-Concibe un proyecto inmobiliario

-Evaluación de un proyecto inmobiliario

-Financiamiento de proyectos

-Gestión y gerenciamiento de proyectos

-Comunicación y comercialización

ECUACION DE VALOR ESTRATEGIAS DE ENTRADA AL MERCADO

- Detectada la oportunidad, debemos convertirlo en un proyecto concreto.
- Tenemos el vértice del proyecto definido para buscar capital.

PPD

- **Precisar la oportunidad/ecuación de valor**
- **Pensar una estrategia / mercado**
- **Desarrollar un plan de negocios**

- Precisar /ecuación de valor
- LO QUE OFRECEMOS, ENTONCES ES ALGO QUE GENERA EN EL CLIENTE UNA PERCEPCION DEL VALOR CREADO
- Teoría TONY, percepción del producto, vale más , que lo que nos cuesta hacerlo.
- Entender claramente cual es le producto que el cliente potencial necesita

- Estrategia se inicia cuando determinamos a que segmento de Mercado no vamos a abarcar
- Trabajo de campo en el segmento de mercado. Preguntar , escuchar. Encuestas tel personales, focus groups.
- Precisar el segmento, enfocarnos en que necesidades debemos satisfacer
- EL SECRETO DE UNA BUENA ESTRATEGIA Y ECUACION DE VALOR ES DEFINIR A QUE MERCADO CONCRETO VA A ESTAR DIRIGIDO NUESTRO PRODUCTO

COMO ENTRAR en el MERCADO

- producto inmobiliario vinculo al negocio comercial subyacente.
- FRANQUICIAS
 - Modelo Condo Hotel (pago inicial /regalía periódica (Royalty/propiedad unidad)
Hampton by Hilton, Argenway Travel y Real State
- propiedad compartida también conocidos como *timesharing* y *fractional*,
propiedad fraccionada (propiedad unidad fraccionada)

EMPRENDIMIENTOS PROPIOS

- Sistema park suite, Presidente Desarrollos
- Desarrollo un Centro Comercial , con una marca reconocida
- Modelo de Consultorios Médicos caso Walmart.
- Coworking

En TuEme ES un modelo innovador que se ajusta a las necesidades actuales de los profesionales de la salud, que les permite agendar sus consultas en línea, y atender a sus pacientes en diferentes horarios y ubicaciones, sin costos fijos y pagando solo por las horas que utilicen

CRECIMIENTO ORGANICO

EL PASO A PASO, sin adquisiciones importantes, sin auspiciante sin franquicias.
Capacidad propia , esfuerzo y dedicación

INMACULADO CORAZÓN DE MARÍA

Co-Housing-Membresías





Cinco bloques, cada uno de ellos con **tarbea equipada** con parrilla en el 4to piso y amplias expansiones en **terraza**.

240 unidades habitacionales en tres tipologías.

Pedio de 3 has. con cierre perimetral y 11.600 m2 de parques.

Piscina de 10 x 20 m.

Pista deportiva y circuito de salud.

Estacionamiento semicubierto.

Bauleras de hormigón armado.

Servicio de vigilancia.

Los **amenities** se proyectaron acordes y proporcionados a la jerarquía del complejo.

QUARTIER PILAR



Tipologías-Diferenciación- Valor



DPTOS 2 DORMITORIOS 2 BAÑOS - 85 M2



DPTOS 1 DORMITORIO - 53 m2



DPTOS 2 DORMITORIOS 1 BAÑO - 77 M2

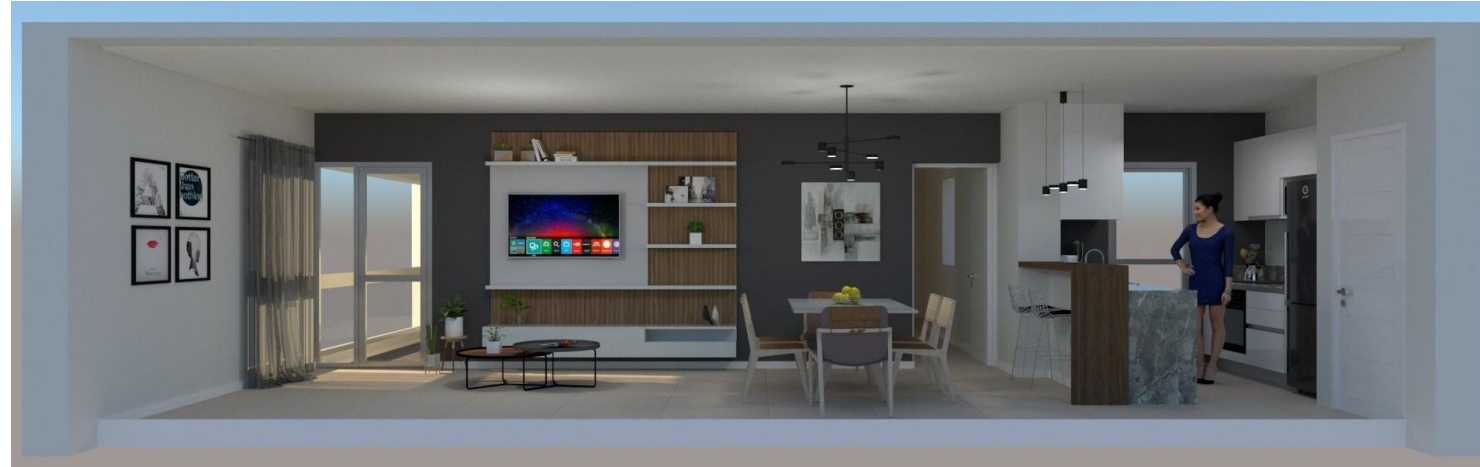
Que superficies deben tener las tipologías
Que agrega valor
En que podemos diferenciarnos



DPTOS 1 DORMITORIO - 53 m2



Tipologías



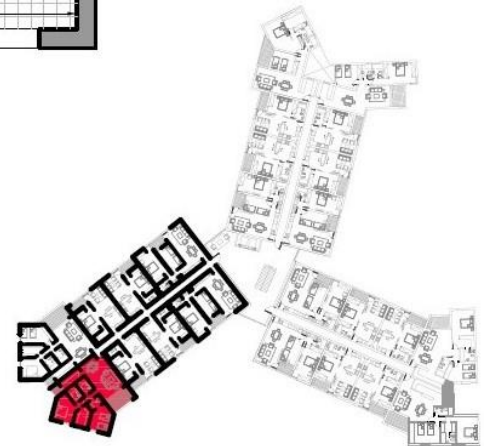
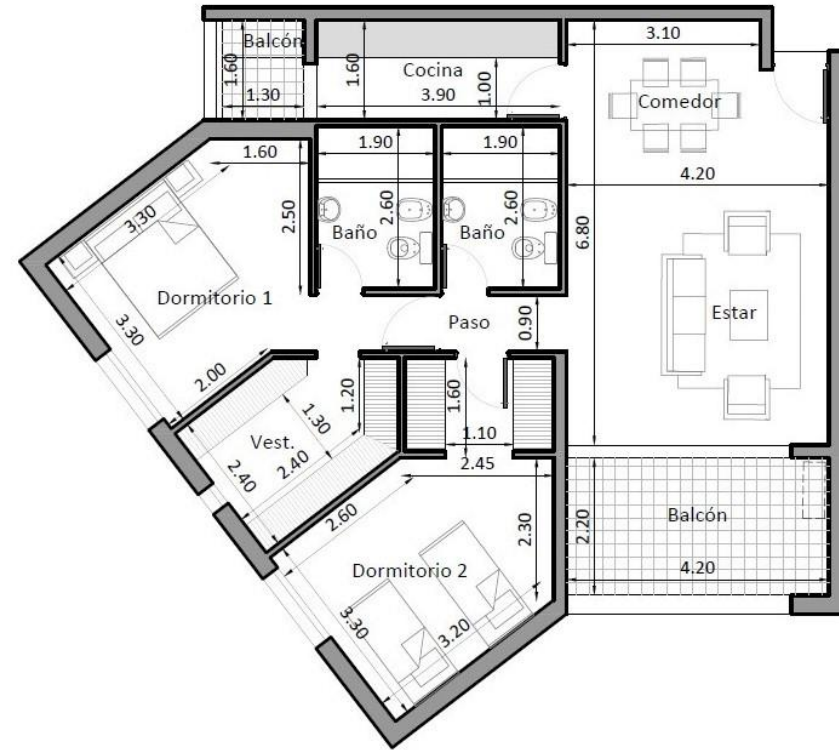
DPTOS 2 DORMITORIOS 1 BAÑO - 77 M2



CONSORCIO . SAN PABLO

DPTOS 2 DORMITORIOS 2 BAÑOS

DPTO.4 - 104 m²



DON BAUTISTA

... un barrio como los de antes.

Ubicación: Calles Tahona y Rodas - Rawson

La **forma legal del barrio** es “conjunto inmobiliario”, es decir, un barrio privado con un reglamento interno; los accesos al barrio y a cada uno de los núcleos son de **libre circulación**.

Características:

- 126 lotes de más de 350 m²
- 10.000 m² de espacios verdes
- Todos los lotes tienen 13 m de frente
- Dos accesos principales
- En el interior del barrio los lotes se distribuyen en 4 sectores

Niveles de urbanización:

- Portales de acceso
- Energía subterránea
- Iluminación led
- Cierres perimetrales
- Pavimentación
- Parquización
- Cloacas y agua corriente

Se abonarán **expensas**, destinadas a mantener la parquización, limpieza de calles internas, extracción de residuos, iluminación y honorarios de Administración





Torre THAYS





Vesta-Criba





DEPTO 1 DORM

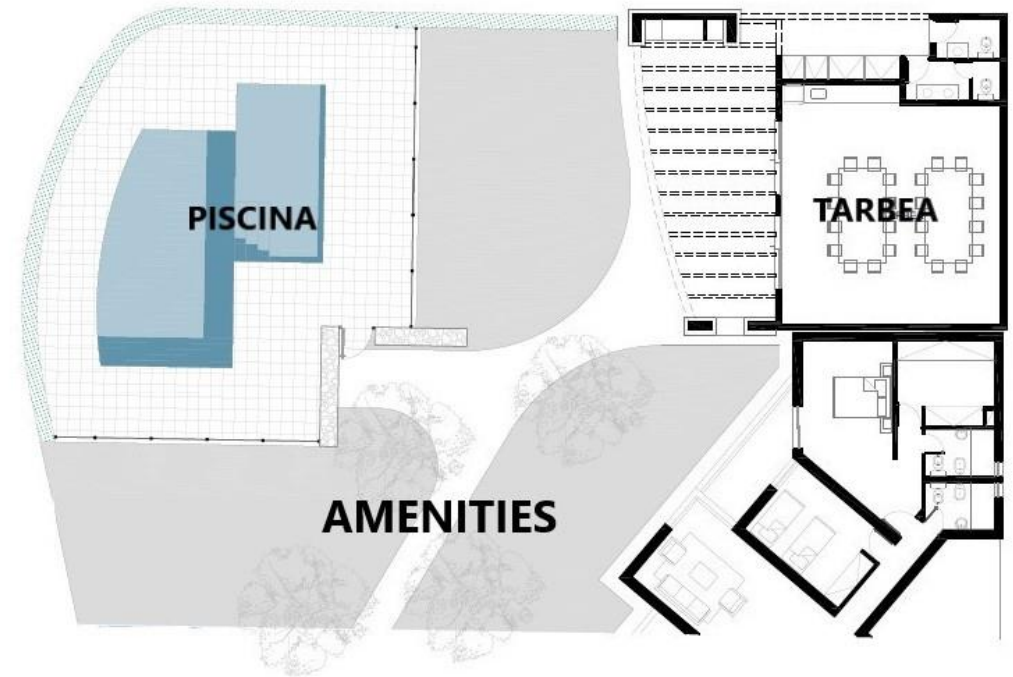


DEPTO 2 DORM



DEPTO 3 DORM

Amenities



Algunos Datos

- Deptos de 1 dormitorio, habitados x 1,2 a 1,5 personas
- Deptos de 2 dormitorios, habitados por 1,8 personas
- Cohousing, con membresía de hotel
- Expensas 12% de la renta del alquiler , máximo
- Alquiler acordarse 7% anual del costo de la unidad
- Deptos el 70% inversores, 30% para vivir
- Casas 80% el que va a vivir, y 20% inversor

Segmento Oficinas Premium

Edificio Libertador BsAs



Edificio Sequoia Chacras Park



Segmento Oficinas Premium y comercio

Foresta Maipú



Centro Comercial El Álamo, Strip Center- Servicios en zonas en desarrollo



Proceso Emprendimiento Inmobiliario



CONTRATACIONES
INVERSORES

10

PROYECTOS
Arquitectura
Ingeniería
etc

12

EJECUCION
OBRA

14

COMERCIALIZACION
VENTA
FINAL

16

ESCRITURACION
PH
CONSORCIO

18

11

FONDEO
JURIDICA
FIDEICOMISO

13

CONTRATACION
PROVEEDORES
PROYECTO
EJECUTIVO
LICITACIÓN

15

COMERCIALIZACION
VENTA
INTER OBRA

17

ADJUDICACION
UNIDAD
TOMA POSECIÓN

19

ADMINISTRACION
EMPRENDIMIENTO

NUEVOS PARADIGMAS

Medio ambiente y la Urbanidad

Responsabilidad social Empresaria y Emprendedora

Nuevas tendencias en conciencia sustentable

Desarrollo de viviendas de carácter social, tendencias de las viviendas.

Emprendimientos con negocio subyacente. Wine resorts. Retail, centros comerciales. Housing.

Ultimas tendencias en el mercado inmobiliario, pos pandemia

EL LIBRO NEGRO DEL EMPRENDEDOR

FERNANDO TRIAS DE BES

RESUMEN: LOS FACTORES CLAVE DE FRACASO

Respecto a la persona que emprende:

- 1. Empezar con un motivo, pero sin una motivación.
- 2. No tener carácter emprendedor.
- 3. No ser un luchador.

Respecto a los socios:

- 4. Contar con socios cuando en realidad puede prescindir de ellos.
- 5. Escoger socios sin definir criterios de elección relevantes.
- 6. Ir a partes iguales cuando no todo el mundo aporta lo mismo.
- 7. Falta de confianza y comunicación con los socios.

Respecto a la idea de negocio:

- 8. Pensar que de la idea depende el éxito.
- 9. Adentrarse en sectores que no gustan o se desconocen.
- 10. Escoger sectores de actividad poco atractivos.

Respecto a la situación familiar del emprendedor:

- 11. Hacer depender al negocio de las necesidades familiares y ambiciones materiales.
- 12. Empezar sin asumir el impacto que tendrá sobre nuestro equilibrio vital.

Respecto a la gestión del crecimiento

- 13. Crear modelos de negocio que no dan beneficios rápidamente y de modo sostenible.
- 14. Ser emprendedor y no empresario, y no retirarse a tiempo.

COMPONENTES

TIERRA
FINANCIAMIENTO

AREAS

CREACION Y
CONCEPCION

TEMAS

Modelo de adquisición, Compra, Canje x m2
Financiamiento definir tipo de inversor
Modelo de negocio

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

COMERCIALIZACION
COMUNICACION

Comunicación inicial , en la etapa de concepción
Comercialización del producto una vez
conceptualizado

ARQUITECTURA

diseño y producto

Diseño Arquitectónico, Conceptualización Sistemas
constructivos. Rendimientos. Costos. Innovación

ADMINISTRACION

gestión

Gestión económica, financiera, jurídica , notarial, y
de obra

EJECUCION CIERRE

TECNICA Y CALIDAD

Ejecución de Obra , Dirección , Conducción , Mano de
obra, Materiales, etc.
Cierre del proyecto,

Material elaborado por Arquitecto Pablo Peirone
Curso E.D.I.



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
INGENIERÍA