

# 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](mailto:pablo.peirone@ingenieria.uncuyo.edu.ar)

# EMPRENDER

## Conceptos iniciales

Emprendimiento

Empresa

Nicho de Mercado

Oportunidad

Recursos



Lo que emprendamos en la vida

Emprendimiento con fines comerciales, NEGOCIO

Segmento de potenciales consumidores, al cual podamos satisfacer

Necesidad insatisfecha en un nicho de mercado

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

# EMPRENDER

## Conceptos iniciales



Equipo de trabajo

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

Planificación

Plan general, organización, determinado un objetivo

Diferenciación

En que nos diferenciamos?

Modelo de Negocios

Objetivos

Plan de negocios

# 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 empresaria.

# 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

- 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 victimia por contexto “lo que no hacen”, un emprendedor actúa como protagonista.

Dado el contexto que me toca , como decidido enfrentarlo

# CONCEPTOS Nichos Oportunidad Recursos

## Nicho de Mercado

Segmento de potenciales consumidores, al cual podamos 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

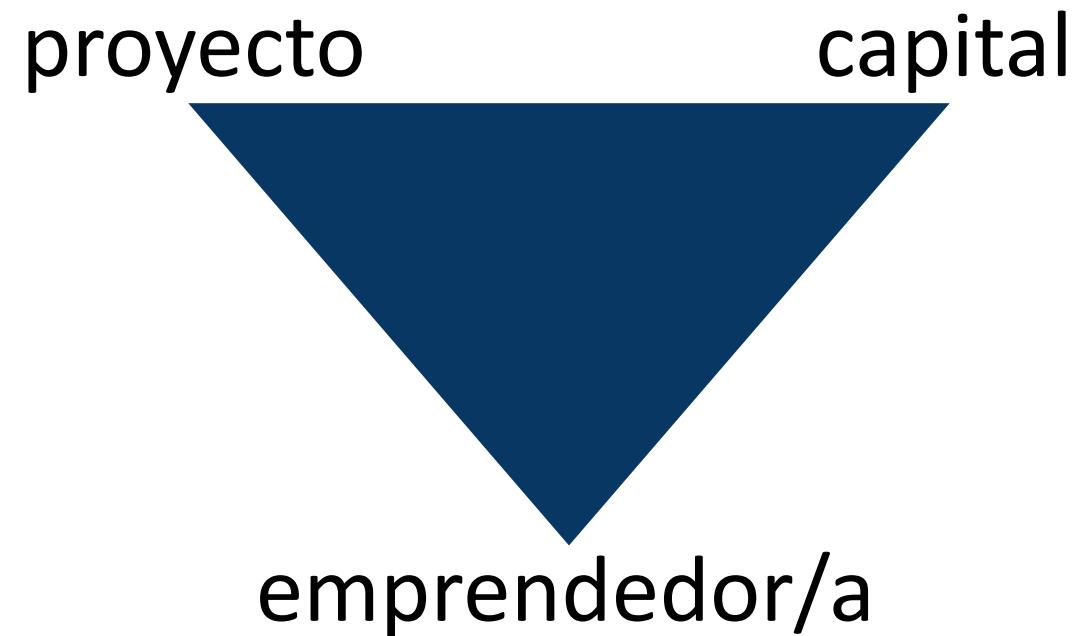
## Modelo de Negocios

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)



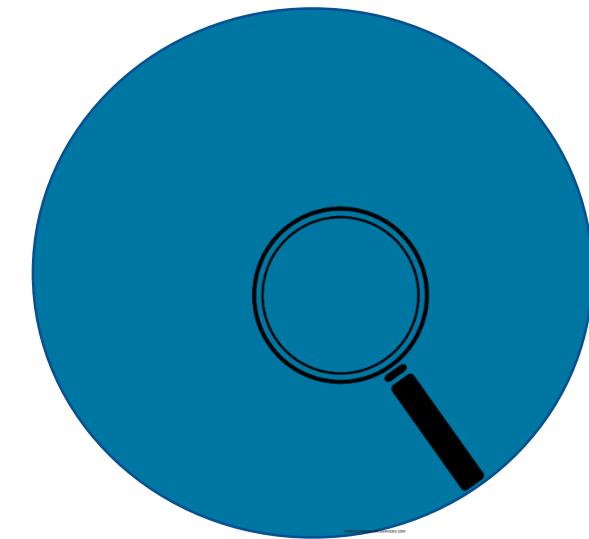
IDEAS INNOVADORAS  
BUENAS VIEJAS IDEAS  
IDEAS TOMADAS SOBRE EL MERCADO  
REFORMULADAS

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  
EMPRENDEDOR APARECE INVERTIDO

# LUPA DEDUCTIVA

## GUIA PARA DETECTAR OPORTUNIDADES



## LUPA GENERAL

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

## LUPA MUNDIAL

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

## LUPA LOCAL

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

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

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.

**Predio de 3 has. con cierre perimetral y 11.600 m<sup>2</sup> 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



# Tipologias-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 m<sup>2</sup>



# Tipologías



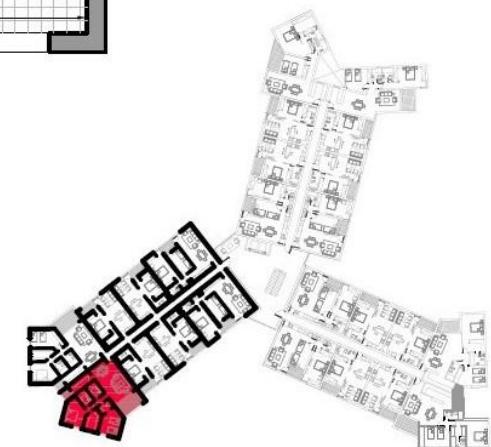
DPTOS 2 DORMITORIOS 1 BAÑO - 77 M2



# CONSORCIO . SAN PABLO

DPTOS 2 DORMITORIOS 2 BAÑOS

DPTO.4 - 104 m<sup>2</sup>



# 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 m<sup>2</sup>
- 10.000 m<sup>2</sup> 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





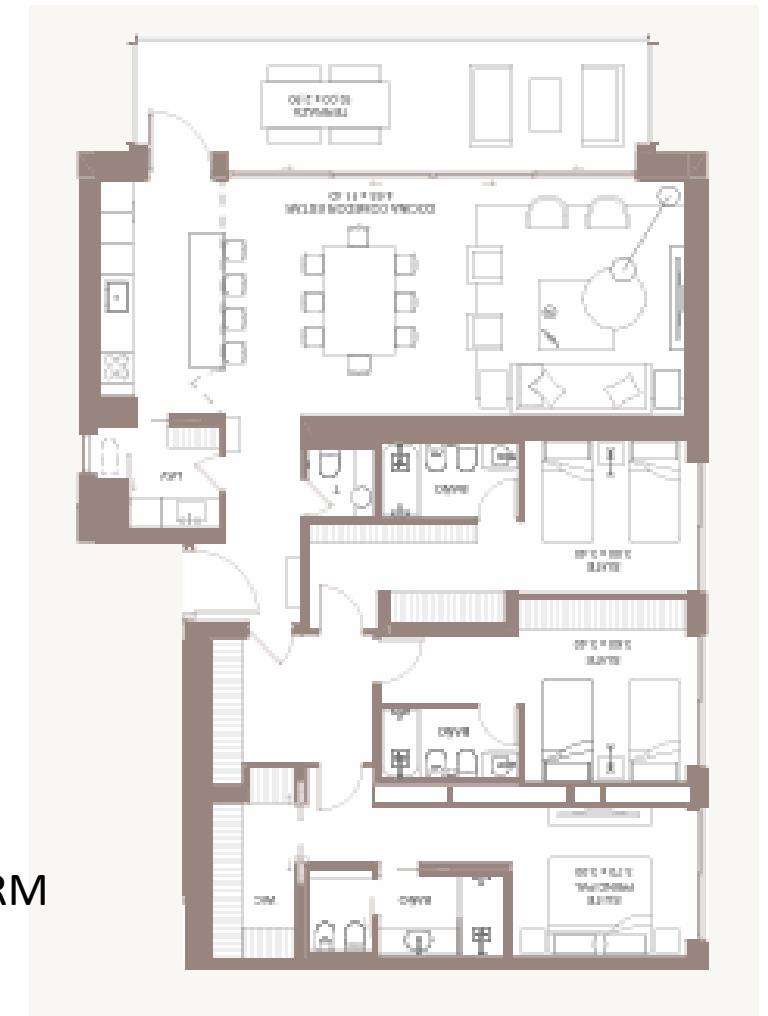
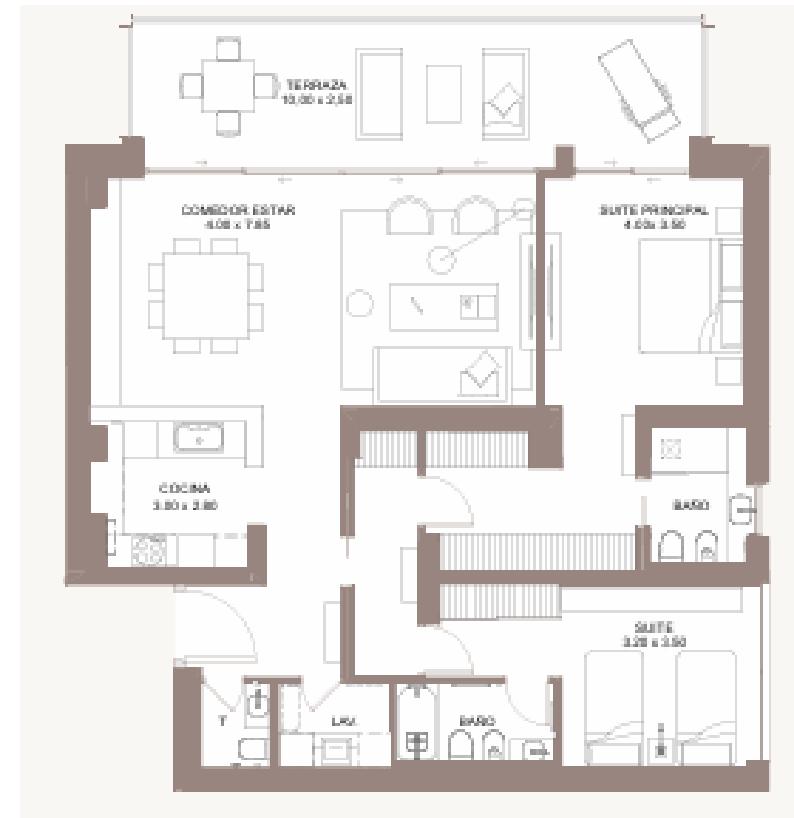
# Torre THAYS





# Vesta-Criba



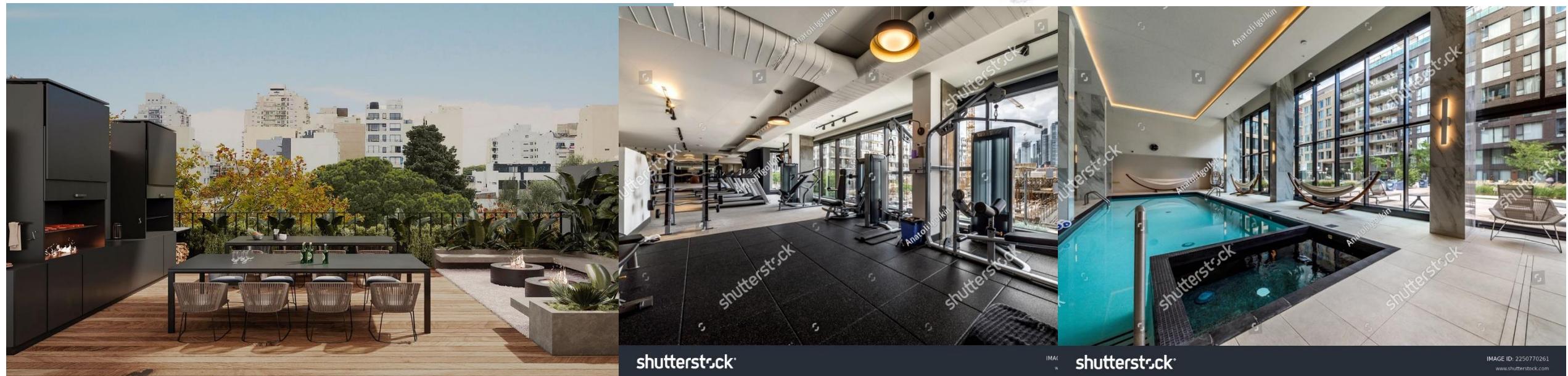
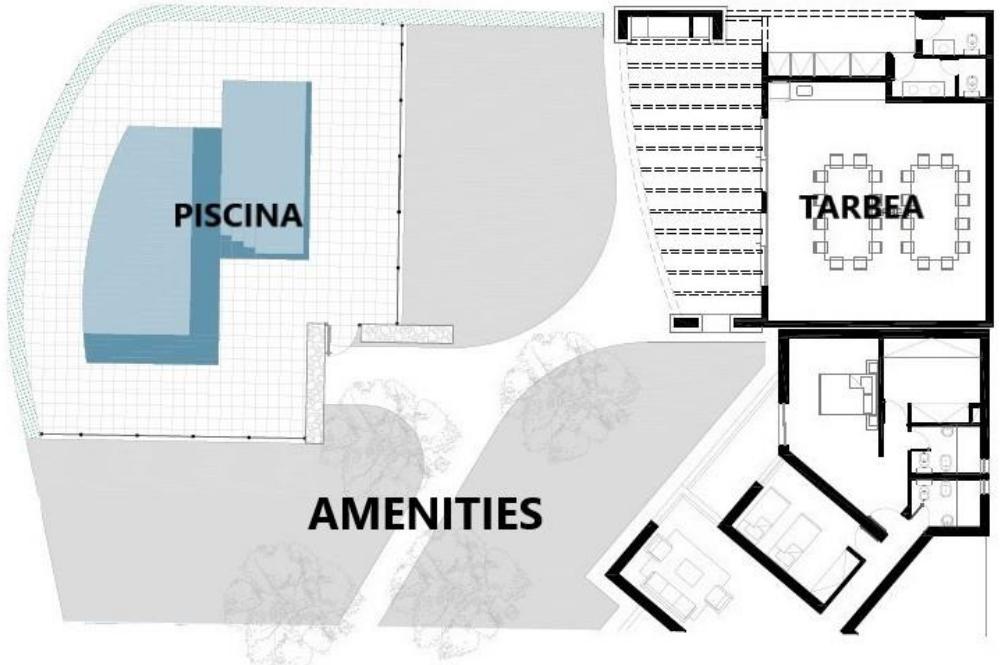


DEPTO 1 DORM

DEPTO 2 DORM

DEPTO 3 DORM

# Amenities

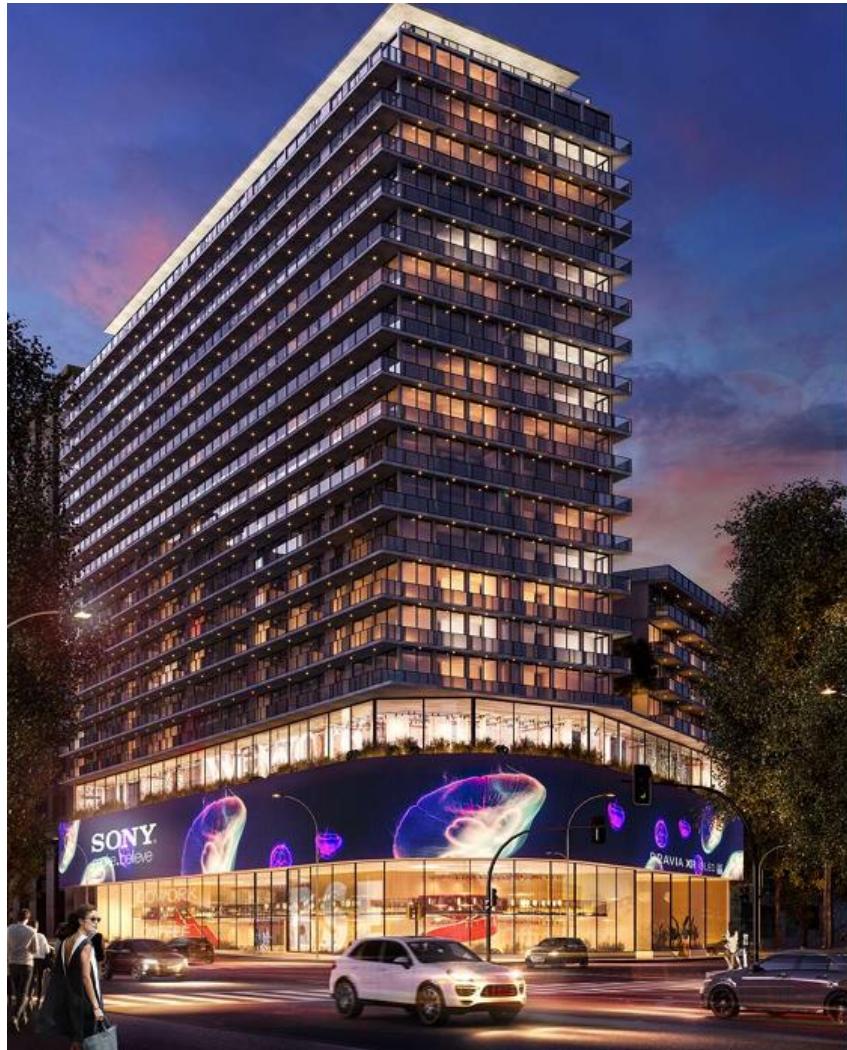


# Algunos Datos

- 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

## Forest Maipú



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



# Proceso Emprendimiento Inmobiliario



CONTRATACIONES  
INVERSORES

PROYECTOS  
Arquitectura  
Ingeniería  
etc

EJECUCION  
OBRA

COMERCIALIZACION  
VENTA  
FINAL

ESCRITURACION  
PH  
CONSORCIO

10

12

14

16

18

11

13

15

17

19

FONDEO  
JURIDICA  
FIDEICOMISO

CONTRATACION  
PROVEEDORES  
PROYECTO  
EJECUTIVO  
LICITACION

COMERCIALIZACION  
VENTA  
INTER OBRA

ADJUDICACION  
UNIDAD  
TOMA POSEACION

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. Emprender 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. Emprender 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

ARQUITECTURA

diseño y producto

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

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**