

# EMPRENDIMIENTOS INMOBILIARIOS



UNCUYO  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
INGENIERÍA

arq.esp.pablo.peirone

# ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS

# 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
- A las cosas el valor es una atribución que un sujeto le brinda
- 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 el 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

# Crear un PLAN DE NEGOCIOS exitoso

Determinada la ecuación de valor y la estrategia de entrada al mercado

Determinamos en la fase de pre factibilidad, el plan de negocios  
(business plan)

Combinamos un trabajo académico de análisis de una actividad y un documento de ventas, donde transmitamos el entusiasmo por encarar un desafío

**Un plan de negocios es un documento de ventas que tiene por objeto transmitir a un posible inversor el entusiasmo y el potencial de concreción de un equipo emprendedor en una actividad específica**

# Crear un PLAN DE NEGOCIOS exitoso

**Resumen Ejecutivo:** lanzamiento del proyecto, plan de producción, entrega del producto, costos, márgenes, recursos necesarios, mercado objetivo, segmentos.

**Estrategias** de precios, estrategias de distribución y promoción, estrategias de ventas y mkt.

**Resumen Financiero:** informe financiero, consistencia del plan, propuesta al inversor, flujos de fondos escenarios de mínima y máxima.

**Síntesis del Análisis de Factibilidad** para presentar a un inversor. Profundizar en la diferenciación real; Costos, Superficies a Construir y a vender; Precio de venta; Ingreso por venta; Tiempos de Venta; Relación con la Renta arrojada

**PLAN DE NEGOCIOS EJECUTIVO-** Comúnmente para bancos , inversores conocidos o cuando la desarrolladora tiene trayectoria. Síntesis con los datos más duros del proyecto, y muy sintético

**PLAN DE NEGOCIOS COMPLETO-** incluye toda la información del emprendimiento, mas detallado.

1-Portada- hacer una buena presentación, en una simple frase debe quedar claro cual es la oportunidad

2-Contrato- una pagina donde indiquemos que el plan se presenta a un potencial inversor y que es propiedad intelectual del emprendedor.

No hay compromiso de cumplir eses plan si no que constituye la mejor opción para llevarlo a cabo

3-Indice

4-Resumen ejecutivo- síntesis de todo el plan-

Si convence el resumen , podrán ver posteriormente el plan completo

5-El MERCADO, describir características centrales del mercado en el que vamos a operar. Definir necesidad insatisfecha y su potencial

6-El concepto PRODUCTO, POR QUE NUESTRO PRODUCTO TIENE VENTAJAS COMPARATIVAS que cubrirá las necesidades insatisfechas.

Entra acá la ecuación de valor

7-LA COMPAÑÍA, EL EQUIPO DE TRABAJO, resaltar los atractivos del equipo de trabajo, virtudes de invertir en el grupo

8-EL PLAN Detallar en profundidad el plan comercial, plan de ventas, plan de operaciones, crecimiento, cronología de hitos claves del desarrollo

9- la COMPETENCIA, definir brevemente los potenciales competidores en el mercado, reconocer a quienes existen , y porque nuestra propuesta suma VALOR

10-PROYECCIONES FINANCIERA, reflejar fielmente los números que acompañan lo descrito anteriormente , y que se definen en todo el proceso del emprendimiento

EVOLUCION DE LAS VENTAS , COSTOS, EGRESOS INGRESOS y SUS FLUJOS.

MONTO total de la inversión requerida, distribución en el tiempo, cuando logramos punto de equilibrio, cual es el rendimiento de la INVERSION, cual el valor presente Neto de la Inversión y el período de repago, o sea cuando recupere el proyecto el monto total invertido

11- APENDICE, toda la información complementaria que entendamos suma a la presentación, ventas costos mensuales , reportes , antecedentes , encuestas, catálogos , info de redes , etc

# PARA QUE SIRVE UN PLAN DE NEGOCIOS?

- RESULTA INDISPENSABLE PARA PRESENTAR UN PROYECTO A UN POTENCIAL INVERSOR Y REUNIR EL CAPITAL NECESARIO.
- PUEDO DEJAR DE HACERLO?

la mayoría de los inversores miran muy poco el plan de negocios

Muchas veces los inversores tienen sus particularidades de análisis, el grupo emprendedor, la confianza, el **expertise** en la actividad.

Puedo visitar a un potencial inversor sin un plan de negocios?. PARADOJICO

**PARA QUE SIRVE? Por que destinar nuestro tiempo recursos y energía**



1-Lograr alianzas estratégicas, proviene de la confianza que crea nuestro plan de negocios, un proveedor, un conocido gerente de otros rubros, un buen comerciante

2-Para lograr clientes, muestro el plan completo, a veces con márgenes de beneficios, plan financiero, muchos clientes aumentan su CONFIANZA, al ver un plan con rumbo claro

3-Para atraer , asociados , conformación de equipos , asesores del equipo, clave para sumarlos

4- Mantener en claro el rumbo y el foco del negocio

5-Para conseguir financiamiento, no abunda en países en desarrollo, al buscar financiamiento bancario, sin un plan no se obtiene.

6-Para auto convencernos del plan.

No engañarnos , si tener la convicción de que es una buena oportunidad.

Si realizamos la metodología propuesta , permite que uno mismo compre el proyecto . Si no simplemente nos enamoraremos de una idea, que no sabemos que potencial cierto pueda tener.

Si no estamos convencidos nosotros , no convenceremos a nadie