

EMPRENDIMIENTOS INMOBILIARIOS

Ejercicios de aplicación final



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
INGENIERÍA

TRABAJO FINAL

ARMAR PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIOS

DETERMINAR

- Modelo de negocios
- Estructuración el emprendimiento
- Adquisición de la tierra por canje, permuta , societaria, etc.
- Estudio de Mercado ,analizar en un área urbana de escala departamental.
- Determinar segmento de mercado , nichos de mercado.
- Análisis del Macroentorno y Microentorno- Pestel y Porter.
- Valores de plaza , de costos y de ventas, etc.
- Clientes potenciales .Especificar tipo de cliente
- Concepción del producto inmobiliario. Factibilidad del emprendimiento
- Financiamiento, Compra venta-Fideicomiso.
- Costos del emprendimiento
- Planificación del proyecto. Programación de la obra.
- Formulación y evaluación económica
- Determinar renta del emprendimiento
- Definir flujo de ingresos y egresos estimado
- Estrategia de venta Preventa , venta en obra , venta al terminar.
- Estrategia de MKT, desde el momento cero al momento de entrega y pos venta.

TRABAJO FINAL

ARMAR ESQUEMA DE FIDEICOMISO

CONSIGNAS

- Emprendimiento de Departamentos 14 unidades .
- 18 meses de ejecución de la obra
- Inflación anual del 35%
- Dólar devaluándose al 15% anual

DETERMINAR

- Adquisición terreno , por canje, o permuta
- Especificar tipo de cliente
- Como estructurar el emprendimiento
- Resolver según ,contrato de Compra venta-Fideicomiso Costo-Fideicomiso a precio fijo. (elegir alguno)
- Plantear funciones Fiduciario, Fiduciantes y Beneficiarios. Roles de cada uno
- Considerar la situación de las variables económicas especificadas (como equilibraremos el contrato para protegernos y que a la vez sea interesante para un inversor).

TRABAJO FINAL

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN MKT

CONSIGNAS

- Emprendimiento de Centro comercial , con 15 locales comerciales , 20 oficinas , una tienda ancla, y área Patio Comidas de 250 m²
- Ejecución 24 mese de obra

DETERMINAR

- -Estudio de Mercado ,analizar en un área urbana de escala departamental.
- -Determinar segmento de mercado , nichos de mercado.
- -Análisis del Macroentorno y Microentorno- Pestel y Porter.
- -Valores de plaza , de costos y de ventas, etc.
- -Clientes potenciales .Especificificar tipo de cliente
- Plantear una estrategia de ventas.
- Venta al pozo , a que precio, venta en el transcurso de la obra , venta al final de la obra.
- Campaña publicitaria, comunicación y MKT, desde el momento cero al momento de entrega y pos venta.

Consideraciones generales

- Para los casos que deban tomar valores de costos, pueden considerar el precio del valor del m² de construcción terminado en USD 1200
- En cuanto a superficies a construir considerar:
- Oficinas 35 m² , Locales 50 m², Departamentos 75 m², tienda ancla 180m².
- Sumar a estas superficies 30% de superficies comunes
- Los demás valores necesarios tomar los del mercado.