



## Desarrollos inmobiliarios turísticos Rúbrica de evaluación para evidencia final

|                               | Nivel de desempeño  |  |   |   |
|-------------------------------|---|--|---|---|
|                               |   | ·  |   |   |
| Criterios de<br>evaluación    | Altamente competente<br>100%-86%  | Competente<br>85%-70%  | Aún sin desarrollar la<br>competencia<br>69%-0%   | % |
| <ol> <li>Selección</li> </ol> | 20 - 17   | 16 - 14  | 13 - 0  |   |
| del terreno                   | Realiza una   | Realiza una  | Realiza una   |   |
| y polo<br>turístico           | selección adecuada del terreno, tomando en cuenta los siguientes criterios:  • Ubicación. • Tamaño. • Precio. • Infraestruct ura de servicios. • Condiciones topográficas   | selección adecuada del terreno, tomando en cuenta al menos 4 de siguientes criterios:  • Ubicación.  • Tamaño.  • Precio.  • Infraestruct ura de servicios.  • Condiciones topográficas  | selección adecuada del terreno, tomando en cuenta 3 o menos de siguientes criterios:  |   |
|                               | Realiza selección del polo turístico con base en:  • Atractivos naturales. • Accesibilida d por vías aéreas, terrestres o marítimas • Infraestruct ura de servicios • Áreas de oportunidad en servicios ofrecidos y | Realiza selección del polo turístico con base en al menos 5 de los siguientes:  • Atractivos naturales. • Accesibilida d por vías aéreas, terrestres o marítimas • Infraestruct ura de servicios • Áreas de oportunidad en servicios | Realiza selección del polo turístico con base en 3 o menos de los siguientes:  • Atractivos naturales. • Accesibilida d por vías aéreas, terrestres o marítimas • Infraestruct ura de servicios • Áreas de oportunidad en servicios |   |





| Realiza un análisis completo de:  • los costos de mercado  • los costos de construcción .  • costos de comercializa ción.  • costos de impuestos.  • costos de mantenimie nto de inmuebles.  Realiza una  Realiza una nálisis parcial de:  • los costos de construcción .  • costos de comercializa ción.  • costos de impuestos.  • costos de mantenimie nto de inmuebles.  Realiza una  Realiza una nálisis deficiente contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de contercializa ción.  • costos de costos de comercializa ción.  • costos de costos de costos de comercializa ción.  • costos de costos de costos de impuestos.  • costos de mantenimie nto de impuestos.  • costos de mantenimie nto de inmuebles.  • costos de mantenimie nto de inmuebles. | 2. Estudio de | capacidad hotelera  Impulso y promoción del gobierno.  Aceptación y atracción del mercado.  | ofrecidos y capacidad hotelera Impulso y promoción del gobierno. Aceptación y atracción del mercado.   | ofrecidos y capacidad hotelera • Impulso y promoción del gobierno. • Aceptación y atracción del mercado.  |  |
|---|---------------|---|--|---|--|
| Realiza una estimación parcial estimación parcial inmuebles.  adecuada mediante un análisis comparativo de los costos que el estimación no adecuada de un mercado está pagando tanto por pagando tanto por rentas como por de los costos que el   | costos y de   | Realiza un análisis completo de:  • los costos de construcción .  • costos de comercializa ción.  • costos derivados de impuestos.  • costos indirectos.  • costos de mantenimie nto de | Realiza un análisis parcial de:  Ios costos de construcción  Costos de comercializa ción.  Costos derivados de impuestos.  Costos indirectos.  Costos de mantenimie nto de | Realiza un análisis deficiente contemplando algunos de los siguientes:  • los costos de construcción . • costos de comercializa ción. • costos derivados de impuestos. • costos indirectos. • costos de |  |
| ventas de los inmuebles. pagando tanto por rentas como por ventas de los inmuebles.  20 - 17 16 - 14 13 - 0   |               | estimación<br>adecuada mediante<br>un análisis<br>comparativo de los<br>costos que el<br>mercado está<br>pagando tanto por<br>rentas como por<br>ventas de los<br>inmuebles.            | estimación parcial mediante un análisis comparativo de los costos que el mercado está pagando tanto por rentas como por ventas de los inmuebles.                           | nto de inmuebles.  Realiza una estimación no adecuada de un análisis comparativo de los costos que el mercado está pagando tanto por rentas como por ventas de los inmuebles.                           |  |





3. Plan de ventas

Realiza un pronóstico de ventas, basado en:

- Estadísticas.
- Estudios de mercado.
- Condiciones de la economía regional y del país.
- Disposicione s fiscales y gubernamen tales.
- Desarrollo de la zona.
- **Eventos** trascendent ales de la actualidad como desastres naturales, epidemias guerras o imprevistos de cualquier tipo que generen movimiento s en los mercados financieros.

Realiza un plan de ventas con cálculo de ingresos, basados en el costo unitario de cada una de las unidades del desarrollo (departamentos, casas, lotes, locales, entre otros).

Realiza un pronóstico de ventas, basado en la mayoría de los siguientes:

- Estadísticas.
- Estudios de mercado.
- Condiciones de la economía regional y del país.
- Disposicione s fiscales y gubernamen tales.
- Desarrollo de la zona.
- **Eventos** trascendent ales de la actualidad como desastres naturales, epidemias guerras o imprevistos de cualquier tipo que generen movimiento s en los mercados financieros.

Realiza un plan de ventas con cálculo de ingresos, basados en el costo unitario de cada una de las unidades del desarrollo (departamentos, casas, lotes, locales, entre otros).

Realiza un pronóstico de ventas deficientes, tomando en cuenta solo algunos de los siguientes:

- Estadísticas.
- Estudios de mercado.
- Condiciones de la economía regional y del país.
- Disposicione s fiscales y gubernamen tales.
- Desarrollo de la zona.
- **Eventos** trascendent ales de la actualidad como desastres naturales, epidemias guerras o imprevistos de cualquier tipo que generen movimiento s en los mercados financieros.

Realiza o no un plan de ventas.





|    | Factibilid | 20 17                            | 16 14                            | 13 0                        |  |
|----|------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|--|
| 4. | Factibilid | 20 - 17                          | 16 - 14                          | 13 - 0<br>Realiza o no un   |  |
|    | ad         |                                  |                                  |                             |  |
|    | financiera |                                  |                                  | estudio financiero          |  |
|    |            | considerando los                 | considerando los                 | considerando los            |  |
|    |            | ingresos con base en             | ingresos con base en             | ingresos con base en        |  |
|    |            | el plan de ventas,               | el plan de ventas,               | el plan de ventas,          |  |
|    |            | incluyendo:                      | incluyendo al menor              | incluyendo 2 o              |  |
|    |            | <ul> <li>Ingresos por</li> </ul> | 3 de los siguienes:              | menos de los                |  |
|    |            | ventas                           | <ul> <li>Ingresos por</li> </ul> | siguienes:                  |  |
|    |            | directas.                        | ventas                           | • Ingresos por              |  |
|    |            | <ul> <li>Financiamie</li> </ul>  | directas.                        | ventas                      |  |
|    |            | ntos.                            | <ul> <li>Financiamie</li> </ul>  | directas.                   |  |
|    |            | <ul> <li>Rentas.</li> </ul>      | ntos.                            | Financiamie                 |  |
|    |            | <ul><li>Otras</li></ul>          | <ul> <li>Rentas.</li> </ul>      | ntos.                       |  |
|    |            | fuentes de                       | <ul><li>Otras</li></ul>          | <ul> <li>Rentas.</li> </ul> |  |
|    |            | obtención                        | fuentes de                       | <ul><li>Otras</li></ul>     |  |
|    |            | de capital                       | obtención                        | fuentes de                  |  |
|    |            | como ventas                      | de capital                       | obtención                   |  |
|    |            | de acciones.                     | como ventas                      | de capital                  |  |
|    |            |                                  | de acciones.                     | como ventas                 |  |
|    |            | Considera dentro                 |                                  | de acciones.                |  |
|    |            | del estudio los                  | Considera dentro                 |                             |  |
|    |            | egresos derivados                | del estudio la                   | Considera dentro            |  |
|    |            | por gastos de                    | mayoría de los                   | del estudio solo            |  |
|    |            | comercialización                 | egresos derivados                | algunos de los              |  |
|    |            | como promociones,                | por gastos de                    | egresos derivados           |  |
|    |            | mercadotecnia,                   | comercialización                 | por gastos de               |  |
|    |            | comisiones, gastos               | como promociones,                | comercialización            |  |
|    |            | por mantenimiento                | mercadotecnia,                   | como promociones,           |  |
|    |            | de inmuebles,                    | comisiones, gastos               | mercadotecnia,              |  |
|    |            | costos de                        | por mantenimiento                | comisiones, gastos          |  |
|    |            | construcción basada              | de inmuebles,                    | por mantenimiento           |  |
|    |            | en flujos de efectivo            | costos de                        | de inmuebles,               |  |
|    |            | proyectado,                      | construcción basada              | costos de                   |  |
|    |            | impuestos, intereses             | en flujos de efectivo            | construcción basada         |  |
|    |            | por financiamiento y             | proyectado,                      | en flujos de efectivo       |  |
|    |            | gastos                           | impuestos, intereses             | proyectado,                 |  |
|    |            | administrativos.                 | por financiamiento y             | impuestos, intereses        |  |
|    |            | Incluye en el análisis           | gastos                           | por financiamiento y        |  |
|    |            | financiero la                    | administrativos.                 | gastos                      |  |
|    |            | inversión inicial y              | Incluye en el análisis           | administrativos.            |  |
|    |            | cómo se va a                     | financiero la                    | Incluye en el análisis      |  |
|    |            | ejercer, los                     | inversión inicial y              | financiero la               |  |
|    |            | porcentajes de                   | cómo se va a                     | inversión inicial y         |  |
|    |            | financiamiento y sus             | ejercer, los                     | cómo se va a                |  |
|    |            | condiciones.                     | porcentajes de ejercer, los      |                             |  |
|    |            |                                  | financiamiento y sus             | porcentajes de              |  |
|    |            |                                  | condiciones.                     |                             |  |





|                        | Realiza el cálculo del VPN y el periodo de retorno considerando el plazo de tiempo según la proyección de ventas o de rentas, realizando el flujo de efectivo total de ingresos y | Realiza el cálculo del<br>VPN y periodo de<br>retorno<br>considerando el<br>plazo de tiempo<br>según la proyección<br>de ventas o de<br>rentas, realizando el<br>flujo de efectivo | financiamiento y sus<br>condiciones.<br>Realiza o no el<br>cálculo del VPN y<br>periodo de retorno. |
|------------------------|---|--|---|
|                        | egresos, y considera<br>un porcentaje de<br>intereses o de riesgo<br>adecuado según la<br>información o<br>fuente de<br>financiamiento que<br>le otorgue el apoyo<br>al proyecto. | total de ingresos y<br>egresos.  |   |
| 5. Plan de comercializ | 20 - 17   | 16 - 14  | 13 - 0<br>Establece o no un   |
| ación y                | Establece un plan de comercialización con   | Establece un plan de comercialización con  | plan de   |
| fuentes de             | una estrategia  | una estrategia   | comercialización con  |
| financiami             | determinada por los   | determinada por los  | una estrategia  |
| ento                   | estudios de   | estudios de  | determinada por los   |
|                        | mercado realizados,   | mercado realizados,  | estudios de   |
|                        | definiendo  | definiendo   | mercado realizados.   |
|                        | claramente el mercado objetivo.   | parcialmente el<br>mercado objetivo.   | Realiza o no una  |
|                        | mercado objetivo.   | mercado objetivo.  | selección justificada   |
|                        | Realiza una   | Realiza una  | de las fuentes de   |
|                        | selección justificada   | selección  | financiamiento.   |
|                        | de las fuentes de   | parcialmente   |   |
|                        | financiamiento,   | justificada de las   |   |
|                        | analizado desde el  | fuentes de   |   |
|                        | punto de vista financiero, origen   | financiamiento,<br>analizado desde el  |   |
|                        | del financiamiento,   | punto de vista   |   |
|                        | realizando una  | financiero, origen   |   |
|                        | valoración de la lista  | del financiamiento,  |   |
|                        | de los documentos   | realizando una   |   |
|                        | requeridos para la  | valoración de la lista   |   |
|                        | aplicación de dicho   | de los documentos  |   |
|                        | financiamiento y  | requeridos para la   |   |
|                        | confirmar que se  | aplicación de dicho  |   |
|                        | cumple con cada<br>uno de los   | financiamiento y   |   |
|                        | requerimientos  | confirmar que se<br>cumple con cada  |   |
|                        | requerimentos   | cumple con cada  |   |





| solicitados por la<br>entidad financiera<br>que otorgará el<br>crédito. | uno de los<br>requerimientos<br>solicitados por la<br>entidad financiera<br>que otorgará el<br>crédito. |       |     |
|---|---|-------|-----|
|   |   | TOTAL | 100 |
|   |   |       | %   |