



Universidad
Tecmilenio®





Ejercicio mental: Mi justo medio con fortalezas.

Te invitamos a que realices el siguiente ejercicio mental, el cual te tomará cinco minutos y te servirá para obtener una mejor claridad en los conceptos que aprenderemos el día de hoy.

<https://youtu.be/nwrgEm97He4>

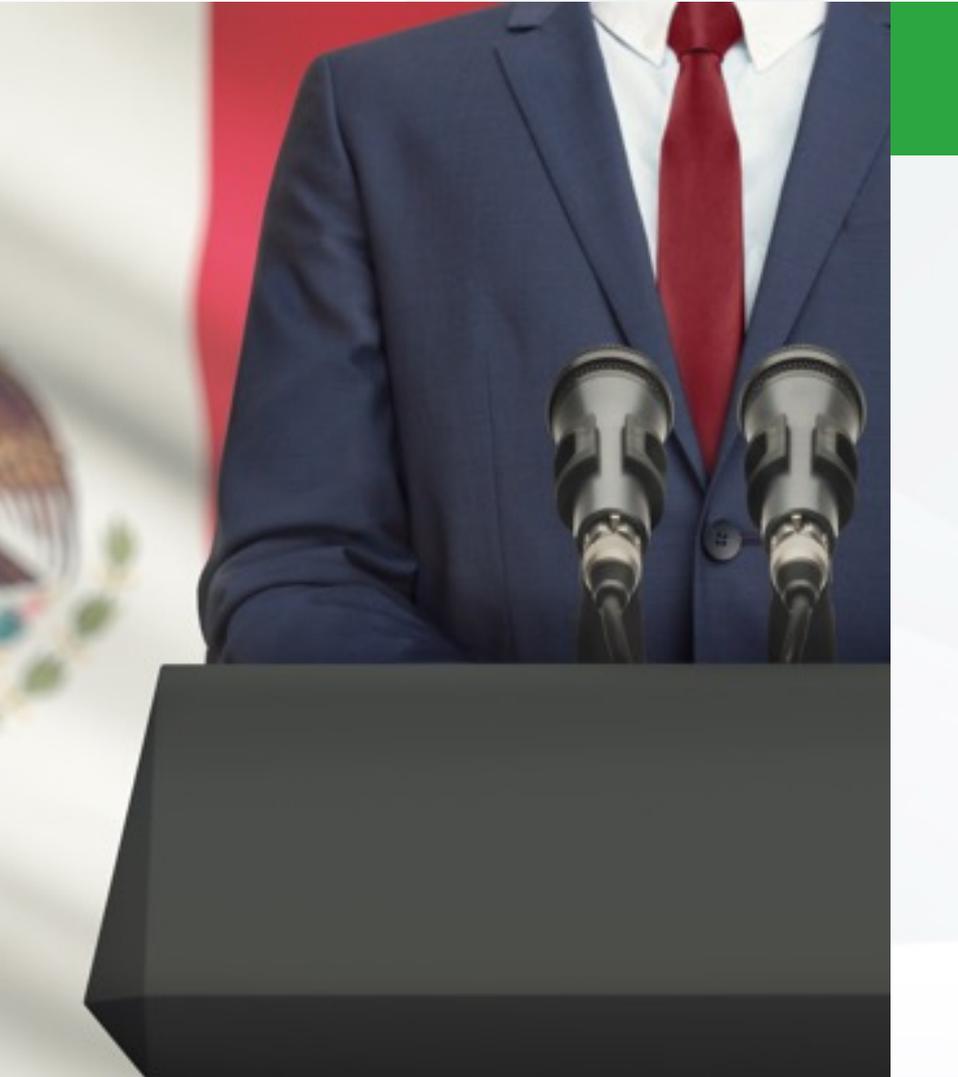


Inversión inmobiliaria

13. Análisis de mercados potenciales

Semana 12





Los estudios de mercado para el mercado inmobiliario tienen una de las estructuras más complejas, ya que contienen gran cantidad de información; desde las aspiraciones de sus clientes, hasta tendencias y políticas de desarrollo de los gobiernos, de tal forma que resulta muchas veces complejo obtener el producto exacto que el mercado consumirá.

Los principales indicadores del ramo que sustentan dichas aseveraciones han provocado que los inversionistas volteen de nuevo la cara hacia las inversiones inmobiliarias, sin embargo en un panorama de crecimiento general, es necesario tener suficiente sensibilidad e información para detectar las verdaderas oportunidades que a su vez resulten en un mayor rendimiento.

El potencial de los predios

Un mismo espacio de terreno puede proporcionarte tierra fértil para la agricultura y ganadería, pero si se construye una carretera a un costado del mismo, tal vez sea más conveniente y genere mayores rendimientos al utilizarlo para otros fines.



El reto radica en encontrar predios disponibles en zonas clave y en parques industriales de preferencia.

Recordemos que el potencial de un terreno para ser utilizado en edificación, radica en su ubicación y en la infraestructura de servicios que pueda tener, para el caso del centro de distribución es necesario contar con suficiente capacidad en subestaciones de energía eléctrica, redes de voz y datos, además de agua y drenaje, debido a las características del inmueble.

La dinámica económica

Dichos mecanismos deberán gestionar, por un lado, el marco jurídico adecuado para formalizar las operaciones, con el objetivo de brindar la seguridad y garantías requeridas para dichas operaciones; por otro, tener el impulso del gobierno mediante su estrategia de inversión en infraestructura, estableciendo los mecanismos fiscales adecuados, impulsando la promoción de las diversas zonas de desarrollo, generando la modernización en el marco normativo y promoviendo la agilidad en la tramitología.

- a. Demografía.
- b. Infraestructura.
- c. Planes de desarrollo.
- d. Impulso al crédito.
- e. Marco legal y jurídico.
- f. Precios competitivos.
- g. Política y economía estables.



Proyectos futuros

1. Tendencias del mercado.
2. Políticas de crédito.
3. Crecimiento de las poblaciones.
4. Comportamiento del sector construcción.
5. Colocación de créditos.
6. Política económica de los gobiernos.





La clave de dicha estrategia es obtener la mayor cantidad de datos e información posible, de tal forma que puedan ser analizados y se puedan cubrir las necesidades preponderantes del grueso del universo de clientes potenciales, en cada una de las características de sus proyectos.



1. Redacta un listado de necesidades que deben cubrirse para cada uno de los mercados potenciales.



Inversión inmobiliaria

14. Estrategia de comercialización

Semana 12





Ya no sólo la televisión, radio y prensa son utilizados para colocar publicidad, hoy en día las ciudades están saturadas con sus panorámicos, páginas de Internet y redes sociales, también los muros y vehículos nos incitan al consumismo.



En la etapa de planeación se realizan diversos estudios de factibilidad de los proyectos inmobiliarios, de tal forma que estos determinan la forma en que se ejecutará cada etapa de los mismos.

Exposure del proyecto

Como resultado del estudio de mercado, el desarrollador espera obtener información acerca de sus prospectos, empezando por sus necesidades, sus aspiraciones y sus problemas derivados de las características del lugar en donde desempeña sus actividades diarias.

Es de suponer que debido a que cada mercado o cliente posee un perfil muy particular, el enfoque de la campaña de publicidad puede ser muy diferente de un cliente a otro, aún y cuando se trate de la promoción de un proyecto que tenga un mismo fin.

Toda esta información le permitirá a los responsables de la mercadotecnia de los proyectos formar un perfil lo bastante cercano a la realidad para definir en qué momento y en qué lugares el cliente puede estar disponible para recibir información publicitaria de cualquier tipo de proyecto.



Preventa y *Open House*

El proceso de preventa es una estrategia usada por los grandes desarrollos, con la finalidad de optimizar los procesos de comercialización y generar ventajas para desarrolladores y clientes.

En el *open house* suelen invitarse clientes potenciales, público en general o inclusive inversionistas menores, cuyos datos pueden obtenerse en bases de datos creadas en proyectos anteriores.

1. Para los clientes
2. Para los desarrolladores





La estrategia comercial es importante para la venta de desarrollos inmobiliarios, ya que los procesos de venta suelen ser largos y complejos, con un alto riesgo del desaliento del cliente.



1. Explica brevemente cada uno de los siguientes puntos:

- La exposición del proyecto.
- La publicidad.
- La preparación.
- La experiencia de sus agentes promotores.
- La comercialización en preventa.



Inversión inmobiliaria

15. Valores de
comercialización

Semana 12





Actualmente se tiene la idea generalizada de que la inversión en inmuebles es conveniente y segura debido a que con el tiempo va ganando valor. Sin embargo, el análisis de valor tiene que realizarse considerando diversos factores como indicadores económicos y condiciones actuales de mercado.



La determinación del valor de un desarrollo está en función de algunos factores:

1. Valor físico del inmueble.
2. Valor de la tierra.
3. Valor del mercado.
4. Valor de capitalización de rentas.

Para determinar el valor de un inmueble hay que tomar en cuenta que los elementos pueden variar, tanto de una entidad comercial como de un país a otro.



Valor físico

- a. Costo del Terreno**
Verificar aquellos con más plusvalía y excelente ubicación en la zona.
- b. Costo de construcción**
En todas sus especialidades desde la terracería hasta el último acabado.
- c. Costo de infraestructura**
Es decir, el costo de redes de agua potable, contra incendios, eléctrica, telefonía, vialidades, drenaje, alumbrado público, entre otros.
- d. Costos indirectos de construcción**
Tales como estudios, trámites, permisos, contratos, pagos de servicios, ingeniería, diseño arquitectónico, administración, entre otros.
- e. Costos de comercialización**
Tales como publicidad, estudios de mercado, comisiones, casa o departamentos muestra.

Valor de mercado o de comercialización

Es un valor que se obtiene con referencia a la ubicación en donde se encuentra el desarrollo.

Un proyecto caro está referido a un proyecto que en su estimación de valor fijo, el costo de alguna o todas las partidas del costo directo fueron consideradas con valores por encima de los costos actuales o bien cuando los valores de comercialización están por encima del precio que está dispuesto a pagar el mercado por un desarrollo de ese tipo.

1. Respetto del valor de mercado

2. Respetto al alcance de la entrega



Valor de capitalización de renta

Nunca puede ser mayor el valor fijo que el valor de mercado. La diferencia que pueda existir entre ellos representa de alguna forma el margen de negociación y permite a ambas partes cerrar la operación en un monto conveniente para ambas partes.

Cuando se trata de dar definición a la rentabilidad de un inmueble el término utilizado es valor de capitalización de renta, y este valor se estima cuando el comprador está dispuesto a pagar el valor del inmueble en términos de la rentabilidad que pueda obtener del mismo en un plazo futuro definido.

Algunos de estos factores que pueden afectar el valor de los inmuebles de manera positiva o negativa pueden ser los siguientes:

- a. Crecimiento demográfico.
- b. Incremento en la inversión extranjera en infraestructura.
- c. Llegada de compañías extranjeras, tanto en industria o comercio.
- d. Impulso del gobierno al desarrollo de las regiones.
- e. Explotación de recursos naturales.
- f. Impulso de centros turísticos.
- g. Políticas económicas.
- h. Guerras.
- i. Desastres naturales.
- j. Crecimiento de la inseguridad.





Definir el valor de los inmuebles y desarrollos es importante para poder validar la factibilidad financiera de los desarrollos y poder comercializar con éxito un inmueble que se tenga en venta.

Los elementos clave para poder determinar adecuadamente el valor de un inmueble es tener claros los costos directos e indirectos de edificación y tener conocimiento amplio de la zona donde se ubica el inmueble.



1. Realiza una estrategia para comercialización de un bien inmueble en el mercado de alguna propiedad de la zona en la que vives.

