

Tesina: Proyecto de Inversión en emprendimientos inmobiliarios - 2011

Docente: Ariel Beltrand

Estudiantes: Eugenia Lancieri - Victoria Recchi

CONTENIDO

Resumen	02	Análisis de factibilidad	55
Introducción	03	Conclusión	56
Objetivo y alcance	05	Conclusiones y recomendaciones de la	
Marco de Actuación	06	elaboración de la tesina.	57
Perfil del Cliente//Perfil del Inversor		Bibliografía	59
Propuesta de Valor//Análisis de Mercado			
Propuesta			
<i>Aires de Manantiales</i>	07		
<i>Vistas de José Ignacio</i>	18		
<i>Cubos del Diablo</i>	28		
Plan de Marketing			
Posicionamiento / Segmentación	38		
Comercialización	39		
Plan Financiero			
Cuadro de bienes y sup. comercializ.	40		
<i>Aires de Manantiales</i>	41		
<i>Vistas de José Ignacio</i>	45		
<i>Cubos del Diablo</i>	49		
Aspectos Impositivos Inmobiliarios	53		
Riesgos	54		

RESUMEN

Este trabajo se realizó con el objetivo de ejecutar un plan de negocios desde la mirada de un desarrollador inmobiliario, tomando como zona de inversión la costa Este uruguaya.

Se trabajó sobre 3 escenarios diferentes, Manantiales, La Juanita y Punta del Diablo, planteando como producto inmobiliario una casa de veraneo adaptada a cada contexto.

Definimos una propuesta de valor basada en el diseño arquitectónico, la búsqueda de vistas estratégicas, la ubicación de los emprendimientos dentro de polos turísticos, priorizando la cercanía al mar.

El análisis de la oferta, demanda y competencia de cada mercado se realizó a través del contacto con inmobiliarias de la zona, así como con potenciales clientes, definiendo un valor distintivo para cada producto.

Se desarrolló un proyecto de inversión analizando las factibilidades de los emprendimientos mediante los indicadores económicos (TIR y VAN).

Luego del análisis exhaustivo del plan de negocios para cada una de las localizaciones se obtuvieron las siguientes conclusiones y recomendaciones que serán presentadas al final del presente documento.

INTRODUCCION

Inversiones inmobiliarias en Uruguay

Actualmente, el turismo y las actividades relacionadas directamente representan aproximadamente el 6% del PBI uruguayo. El país ofrece condiciones naturales muy atractivas para diversas clases de turismo. Sus reconocidas playas, estancias, parques naturales, termas y ciudades históricas constituyen una variada oferta para satisfacer los gustos de todos los visitantes que llegan al Uruguay. La industria de la construcción, fuerte impulsora del desarrollo del sector, continúa generando interesantes oportunidades de inversión vinculadas al turismo en nuestro país.

-Más de US\$ 500 millones de inversión extranjera directa en el sector inmobiliario en el Uruguay durante el año 2010.

-800.000m² de construcción en proyectos inmobiliarios en curso que representan US\$ 1.500 millones de inversión.

-US\$ 186 millones en inversiones promovidas para la obtención de importantes beneficios fiscales en el sector turismo.

En los últimos años, la inversión inmobiliaria extranjera ha tenido un marcado aumento principalmente en las siguientes zonas:

a) Punta del este y las zonas adyacentes de la Barra, manantiales y José Ignacio; el departamento de Rocha con sus playas oceánicas poco desarrolladas; Colonia del Sacramento y las áreas costeras del Río Uruguay que han experimentado la construcción de importantes proyectos turísticos y la constante afluencia de individuos en búsqueda de lugares de veraneo.

INTRODUCCION

“Uruguay como destino de inversión” DESTINO PUNTA DEL ESTE OFFICIAL BOOK 2011

Sueño de un Uruguay en el mundo

“Hace algunas décadas, Uruguay era un pequeño país que aspiraba con posicionarse a nivel internacional. Hoy, es conocido como una opción turística de primer nivel y se ha convertido en uno de los puntos más apetecibles para la inversión.”

¿Por qué Uruguay?...

Dr. Hector Lescano - Ministro de Turismo y Deporte.



“¿Por qué Uruguay?. Porque Uruguay es un bonito País, con calidad de vida, que cada vez es más requerida en el mundo. Y también porque Uruguay es un país seguro en todos los sentidos. Así que son muchas las razones por las que la gente disfruta vacacionando, o viviendo aquí. Y esas son las razones por las que muchos inversores apuestan a este país”.

Destino Punta del Este - Official Book 2011

Punta del Este en el circuito internacional
Carlos García Santos, Operador Inmobiliario.



“Uruguay se está transformando en un favorito y en nuestras prestaciones en el exterior, se incrementa la concurrencia de público y también las consultas de los inversores...
...Uruguay se ha posicionado como el país más atractivo de la región para los inversores, en el último semestre se han duplicado las consultas de potenciales inversores en relación al segundo semestre del año pasado.”

Punta del este como punto estratégico

Juan Carlos Sorhobigarat - Operador Inmobiliario.



“En el caso de la tendencia hacia el Este – marcado hacia algunos años -, nos encontramos con esas características de arroyos, lagunas, y penínsulas, que generan en los developers la búsqueda de lugares especiales y únicos en un espacio donde la naturaleza es privilegiada, donde el inversor se siente partícipe de ese espacio, que realmente es difícil de encontrar, en otras partes del mundo.”

OBJETIVO / ALCANCE

Evaluar la factibilidad de tres emprendimientos inmobiliarios de second home localizados en Manantiales, La Juanita y Punta del Diablo. Comparar y evaluar los resultados obtenidos luego de realizar el plan de negocios para cada uno de los escenarios, para luego seleccionar la inversión más conveniente de acuerdo al perfil del inversor.

La presente tesis plantea el análisis desde la perspectiva que brinda el plan de negocios en la costa Este de nuestro país. El producto inmobiliario se define desde un principio como second home entendiendo que es inabarcable para el presente trabajo el estudio de otro tipo de productos inmobiliarios.

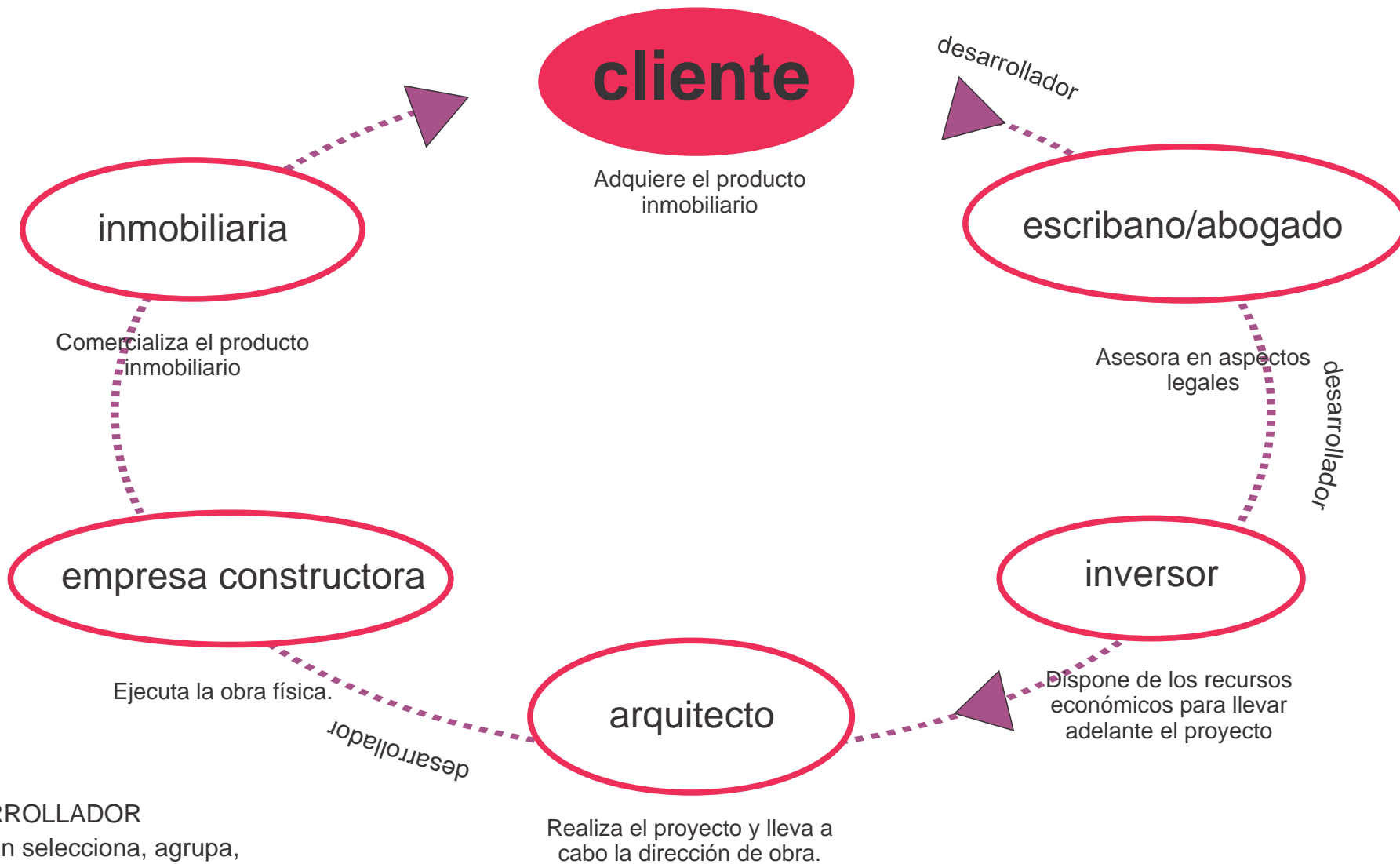
El estudio se acota a los diseños planteados, así como a los terrenos presentados considerando diferentes alternativas para disminuir los riesgos. Se desarrollan los planes de negocios hasta su evaluación de factibilidad planteando un comparativo entre los resultados obtenidos para su presentación ante los inversores e introducción de posteriores modificaciones.

El análisis tiene como punto de partida la selección del perfil del cliente potencial, quien va a adquirir el producto. Se proyecta el emprendimiento buscando satisfacer las demandas de dicho cliente y adaptarse a sus características.

En el emprendimiento intervienen diversos actores, cada uno cumpliendo un rol determinado, que son seleccionados y coordinados por el desarrollador, empezando y terminando por el cliente.

MARCO DE ACTUACION

actores en el emprendimiento



DESARROLLADOR
Es quien selecciona, agrupa,
coordina a todos los otros

aires de manantiales

MARCO DE ACTUACION

CLIENTE perfil

Es uno de los centros turísticos más importante y elegidos del país por miles de visitantes de todas las edades y nacionalidades. Sinónimo del **jet set internacional**, de la buena vida y el buen gusto, **Punta del Este** es uno de los lugares en el mundo a los que siempre se quiere volver, quizá porque sus hermosas playas son el destino perfecto para quien decide ir en busca de sol, arena blanca, bosque, aguas claras y mucho **glamour**.

Dentro de las playas más visitadas de balneario, se encuentran Bikini y Montoya, ambas ubicadas en la zona llamada **Manantiales** con grandes paradores.

Vivien 7.500 personas todo el año y vienen cerca de **700.000 turistas** en el verano.

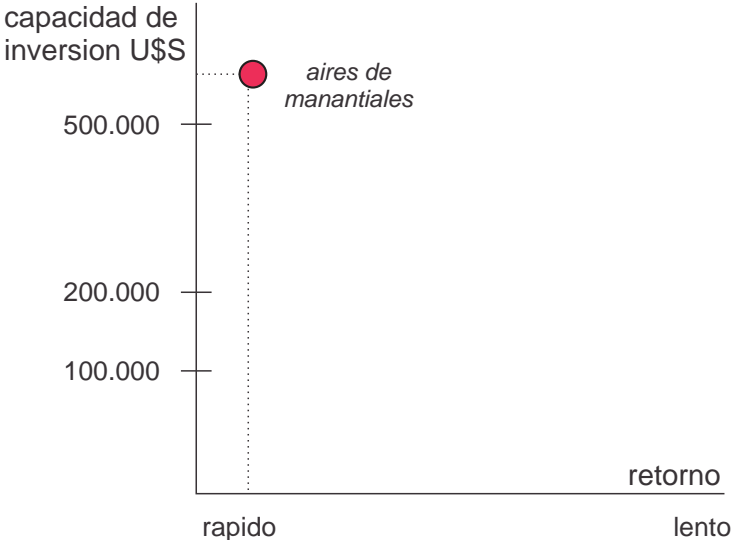
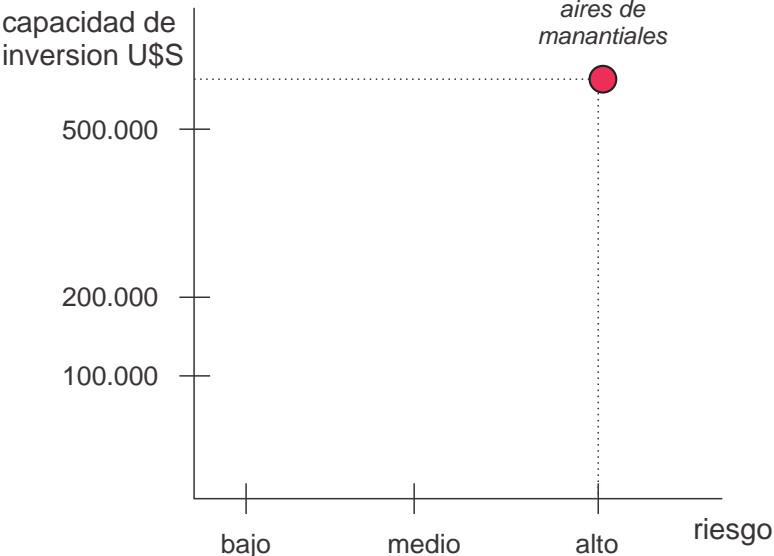
Manantiales está casi lleno y con clientes de gran poder adquisitivo. Los turistas que optan por Manantiales son de nivel alto y medio alto. En materia de compra de locales comerciales, un operador inmobiliario indicó que el costo del metro cuadrado ronda los US\$ 2.000. En cuanto a los inmuebles, tanto casa como apartamento, el costo del metro cuadrado construido supera los US\$ 3.000.

Hay una preocupación porque la norma que regula la construcción de viviendas habilita complejos de propiedad horizontal de 20 o 30 unidades en predios de menos de 2.000 metros cuadrados. "Se trata de apartamentos de uno o dos dormitorios que afean la zona y atentan contra el público que nosotros queremos para Manantiales. No deseamos ese tipo de público porque en lugar de ese edificio de apartamentos de un dormitorio preferimos una casa. Hay que ser cuidadosos y no incorporarle (a la zona) un público de clase media-media que no es el perfil que queremos. No es un tema de clasismo, es lo que nos conviene porque no podemos masificar una zona como esta", dijo el operador.



MARCO DE ACTUACION

INVERSOR perfil



PROPUESTA DE VALOR

Aires de Manantiales

El creciente reconocimiento de Manantiales como polo turístico de alto prestigio sumado a la ubicación estratégica del producto, y los amenities que brinda el mismo, posicionan al emprendimiento como un destino ideal para second home.

El proyecto en este caso se desarrolla en un terreno privilegiado cuya superficie supera los 3700 m², localizado por debajo de la ruta 10. Se trata de 2 casas de 280m² cada una, distanciadas entre si 15m, con grandes terrazas sobre el mar.

La vivienda en si posee todo el confort que busca un cliente tipo que encaja perfectamente en este escenario de alto prestigio, muy valorado por europeos, algunos brasileros y principalmente argentinos, quienes eligen las costas uruguayas para veranear.

Cuenta con 3 dormitorios en suite; el dormitorio principal con jacuzzi. Además la planta baja está formada por un único espacio de 140m² con diferentes ambientes, donde se pueden reunir alrededor de la estufa central, con vistas privilegiadas.

La terraza ubicada en planta alta despliega un deck donde se ubica el parrillero y en la otra punta una gran piscina que pareciera querer hacer parte del mar.

A 5 minutos de Punta del Este, sus restaurantes de primer nivel, y las noches a todo glamour, con las celebridades mas importantes del continente, Manantiales aún mantiene su aire tranquilo y familiar. Hoy en día es uno de los balnearios que están explotando para grandes emprendimientos como el *Selenza Village + Hotel* o el Shopping *Oh!* ubicado en La Barra.

“Sentí el mar dentro de tu casa, viví Aire de Manantiales”

ANALISIS DE MERCADO

Manantiales Oferta

ZONA: PARADAS

VENTA CASA: U\$S 650,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 250

CANTIDAD DE HABITACIONES – 3

CANTIDAD DE BAÑOS – 3

CARACTERISTICAS - jardin, parrillero, cochera,piscina

A 3 cuadras del mar

VENTA DEL M2: U\$S2600



ZONA: MANANTIALES

VENTA CASA: U\$S 735,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 270

CANTIDAD DE HABITACIONES – 3

CANTIDAD DE BAÑOS – 2

CARACTERISTICAS - jardin, parrillero, cochera

A 6 cuadras del mar

VENTA DEL M2: U\$S2725



ZONA: MANANTIALES

VENTA CASA: U\$S 800,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 290

CANTIDAD DE HABITACIONES – 3

CANTIDAD DE BAÑOS – 2

CARACTERISTICAS - jardin, parrillero

A 10 cuadras del mar

VENTA DEL M2: U\$S2960



Make your choice! 11

ANALISIS DE MERCADO

Manantiales Demanda

Qué se mueve más en la zona, la venta o el alquiler?

Qué tipo de producto se busca, casa o apartamento?

En torno a que precio/ metraje/ cantidad de personas andan?

Que características tiene el producto?

Cuál es el perfil del cliente, son extranjeros o uruguayos / jóvenes, veteranos o familias ?

Qué poder adquisitivo tienen?

Como se vende el producto, desde la construcción, o luego de terminada? Cuánto demoran en venderse?

- En temporada alta se alquila, en temporada baja se vende.*
- Se busca de todo, apartamentos y casas.*
- Hay clientes de todas partes, principalmente extranjeros.*
- El poder adquisitivo de los clientes en esta zona, es medio alto.*
- Los apartamentos se venden en pozo, pero no las casas.*
- Es muy variado, pero por lo general no menos de 1 año.*

ANALISIS DE MERCADO

Manantiales Terrenos



Ubicación: Manantiales

Superficie: 3.788 m²

Monto: U\$S 100.000



Ubicación: Bs As

Superficie: 600 m²

Monto: U\$S 90.000



Ubicación:Bs As

Superficie: 1.350

Monto: U\$S 75.000

ANALISIS DE MERCADO

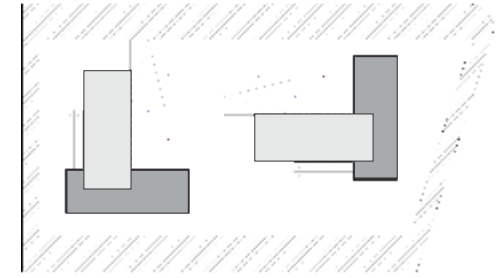
Manantiales escenario GLAM

Ubicación: Manantiales
Superficie: 3.300 m²
Monto: U\$S 100.000



PROPUESTA

Producto - Aires de Manantiales - 280m2



PLANTAS AUTORIZADAS _ PB + PA

FOS: 25% (SS) + 25% (PB)

FOT: 50%

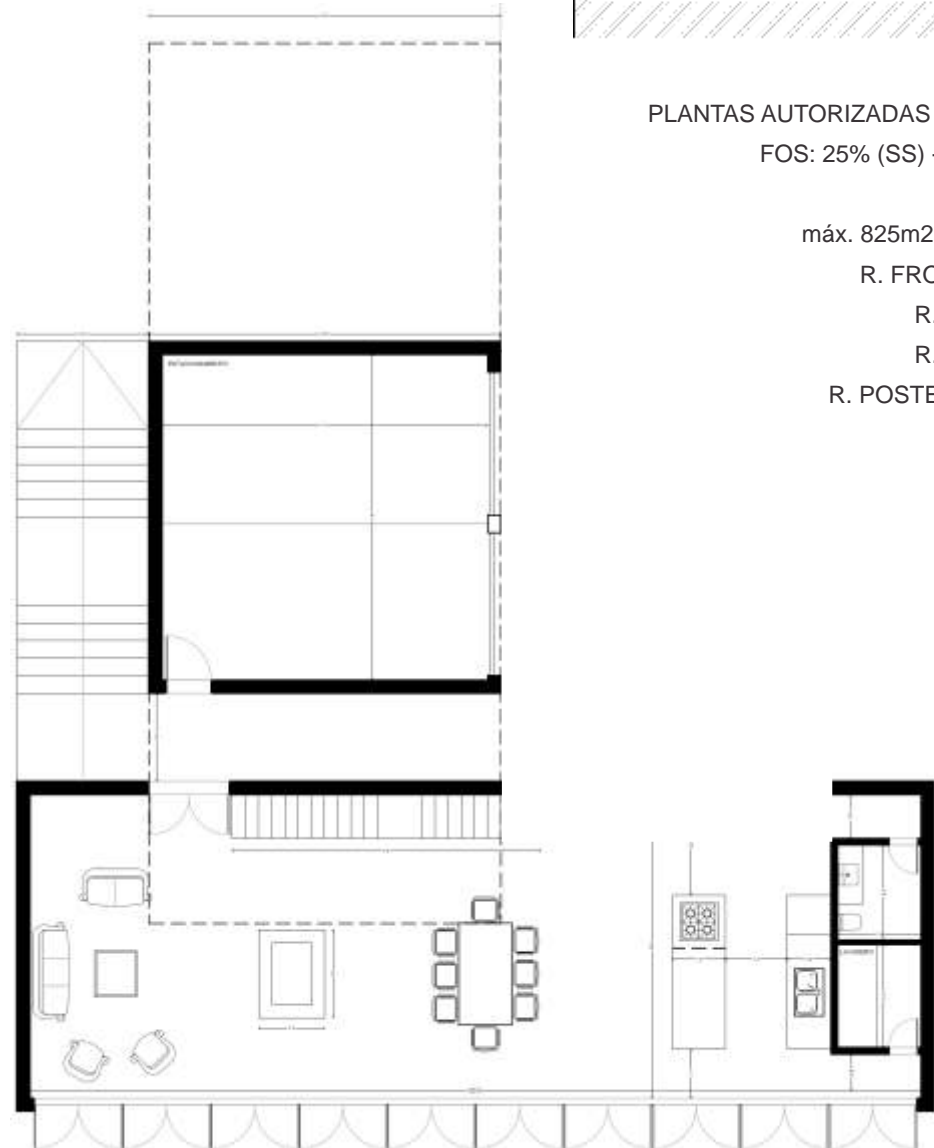
máx. 825m2 por planta

R. FRONTAL: 6m

R. LAT1: 3m

R. LAT2: 3m

R. POSTERIOR: 6m

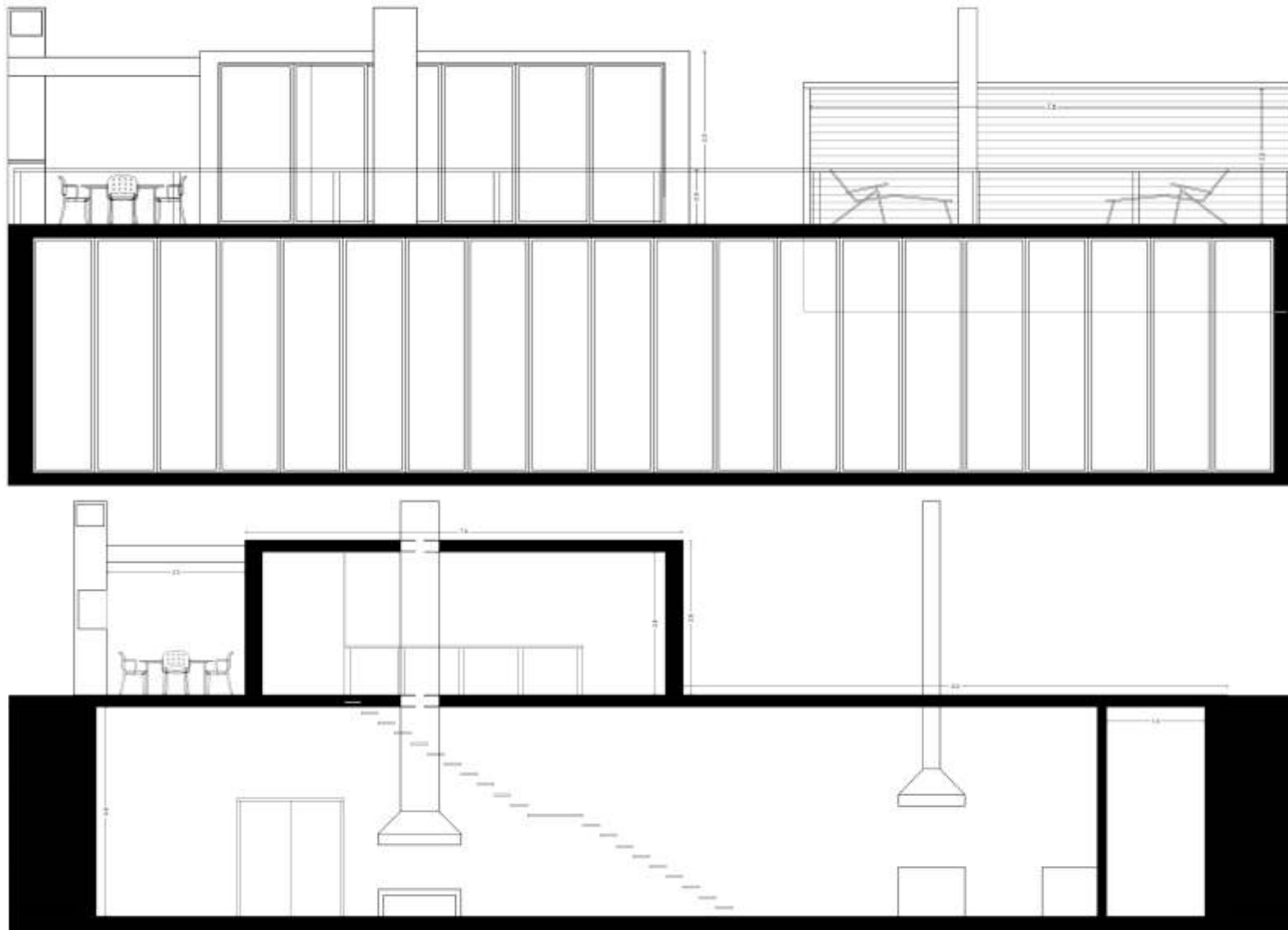


Diseños exclusivos
Lancieri - Recchi ARQUITECTOS

Make your choice! 15

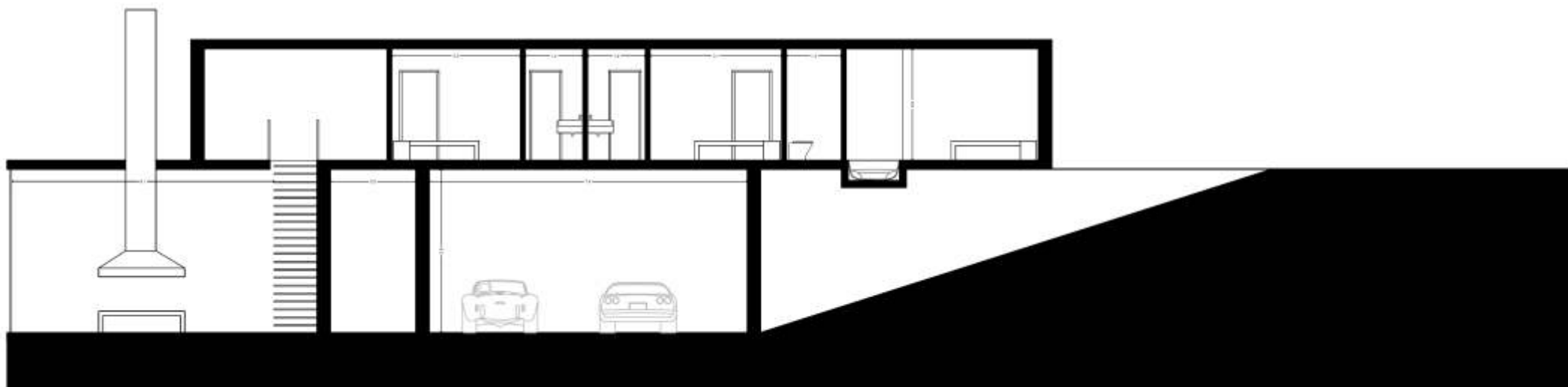
PROPUESTA

Producto - Aires de Manantiales - 280m²



PROPUESTA

Producto - Aires de Manantiales - 280m²



vistas de José Ignacio

MARCO DE ACTUACION

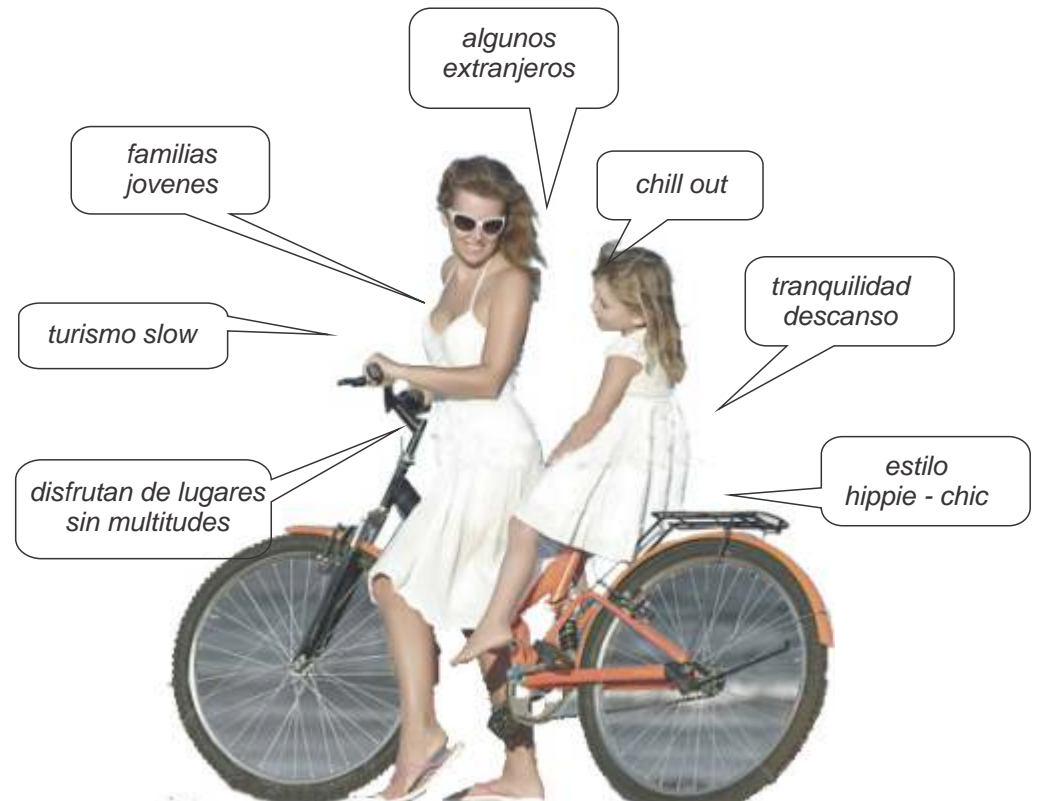
CLIENTE perfil

Es un escenario donde la naturaleza ha hecho prevalecer su abrumador encanto. Un pueblo seductor y delicado, perfecto para disfrutar de un descanso eterno. Un balneario donde la tranquilidad y la paz son sólo interrumpidas por el viento. Se halla entre dos lagunas, la Garzón y la José Ignacio. Rodeado de agua, es un sitio ideal para la pesca de costa y de embarque, por lo que en su oferta gastronómica los pescados del día, los mariscos y las algas marinas se pueden disfrutar a toda hora.

En sus inmediaciones existe una zona de chacras estivales que contienen una lujosa infraestructura y una serie de solitarias playas a su disposición que se extienden hacia el Este, hasta la laguna Garzón.

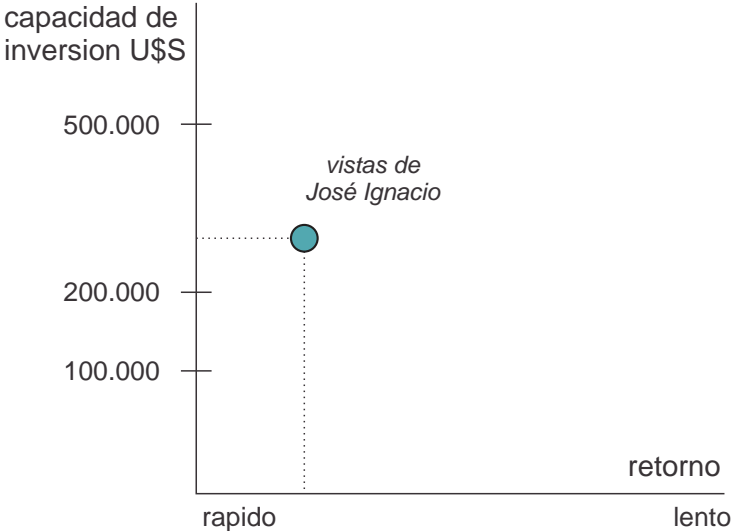
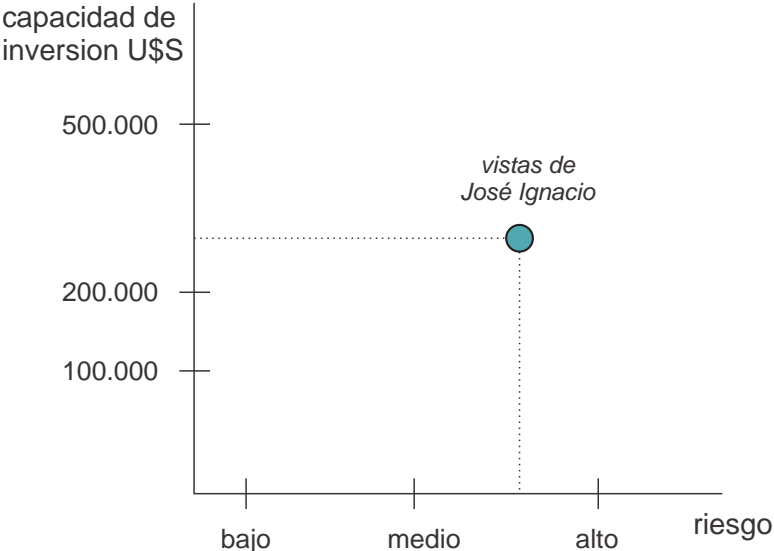
El 70% de los compradores son argentinos -la mayor parte de los turistas que llegan cada año al país- y el resto europeos o norteamericanos, atraídos por una combinación de naturaleza, playa y gastronomía de calidad.

Unas 800 personas llegan cada año a veranear al centro del pueblo, donde el resto del año apenas 30 disfrutan en exclusiva de la consigna escrita en la plaza principal: "Aquí solo corre el viento".



MARCO DE ACTUACION

INVERSOR perfil



PROPUESTA DE VALOR

Vistas de José Ignacio

La laguna, la cercanía al mar, el paisaje circundante, la calma del entorno conjugan armoniosamente con el emprendimiento. El proyecto fue diseñado a partir de las vistas, el lugar forma parte del proyecto así como el proyecto forma parte del lugar. Las vistas seleccionadas y enmarcadas, como si de un cuadro se tratase transmiten al interior el clima del exterior. Es un producto único en cuanto a la sencillez de su confección, con terminaciones de excelente calidad que permiten al usuario sentirse tan cómodo como en su real home, y disfrutar de las facilities que ofrece el emprendimiento pensado para un público de clase alta.

El proyecto se diseña en base al confort y a la ubicación privilegiada del terreno. Cuenta con las mejores vistas hacia la laguna y hacia el mar.

En su interior se desarrolla el living comedor a lo largo del terreno, que se abre hacia el patio donde está ubicada la piscina y el parrillero.

En la planta alta se encuentran los 2 dormitorios, el principal con jacuzzi, ambos en suite, doble altura, con vistas al mar.

La localización de la vivienda a tan solo 2 cuadras de la playa, y pocos metros de la laguna, hace que el emprendimiento sea de alto valor para el que busca en José Ignacio sobre el mar.

José Ignacio, localizado entre Punta del Este y La Paloma funciona de articulador entre 2 escenarios completamente diferentes, uno lleno de glamour y el otro natural y agreste. De esta forma el perfil que adquiere José Ignacio es la mezcla de ambos, un estilo de vida hippie chic, o también atractivo para los que simpatizan con el turismo slow. Aquí se encuentra un lugar tranquilo para descansar, y encontrarse con uno mismo.

ANALISIS DE MERCADO

La Juanita - Oferta

ZONA: EL CHORRO

VENTA CASA: U\$S 550,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 150

CANTIDAD DE HABITACIONES – 2

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 6 cuadras del mar, parrillero

VENTA DEL M2: U\$S3660



ZONA: JOSE IGNACIO

VENTA CASA: U\$S 690,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 180

CANTIDAD DE HABITACIONES – 2

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 3 cuadras del mar

VENTA DEL M2: U\$S3800



ZONA: JOSE IGNACIO

VENTA CASA: U\$S 950,000

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 180

CANTIDAD DE HABITACIONES – 2

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 5 cuadras del mar

VENTA DEL M2: U\$S5270



Make your choice! 22

ANALISIS DE MERCADO

La Juanita - Demanda

Qué se mueve más en la zona, la venta o el alquiler?

Qué tipo de producto se busca, casa o apartamento?

En torno a que precio/ metraje/ cantidad de personas andan?

Que características tiene el producto?

Cuál es el perfil del cliente, son extranjeros o uruguayos / jóvenes, veteranos o familias ?

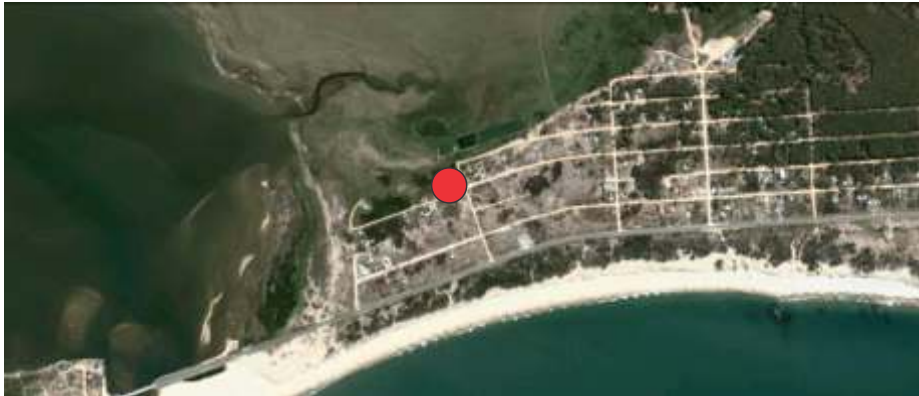
Qué poder adquisitivo tienen?

Como se vende el producto, desde la construcción, o luego de terminada? Cuánto demoran en venderse?

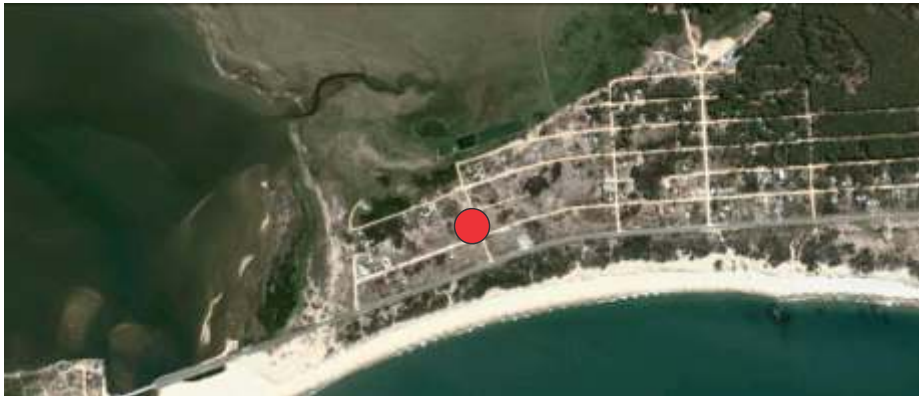
- En temporada alta se alquila, en temporada baja se vende.*
- Se buscan casas, sobre el mar, diseño moderno.*
- Alquilan familias de 5 integrantes, o grupos grandes de 20 (extranjeros)*
- Clientes extranjeros (Argentina - Brasil - Europa)*
- El poder adquisitivo de los clientes en esta zona, es medio.*
- Se venden terrenos en invierno. Se venden casas en proceso, y productos terminados.*
- Tardan en venderse aprox. 2 años*

ANALISIS DE MERCADO

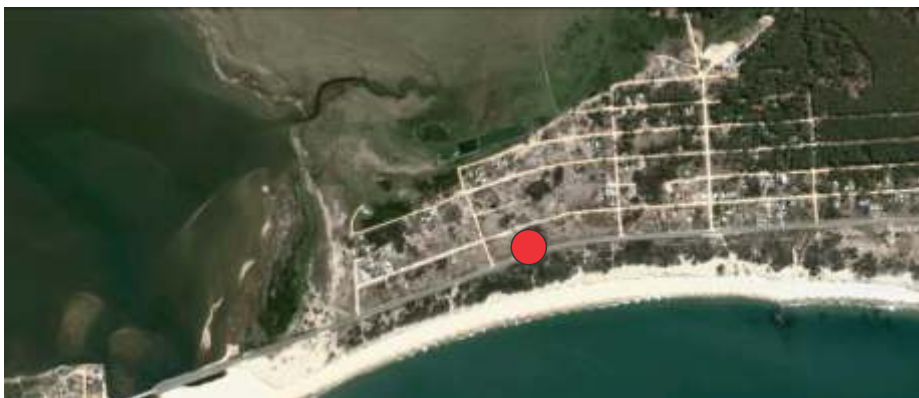
La Juanita - Terrenos



Ubicación: La Juanita
Superficie: 450 m²
Monto: U\$S 38.000



Ubicación: La Juanita
Superficie: 450 m²
Monto: U\$S 53.000



Ubicación: La Juanita
Superficie: 450 m²
Monto: U\$S 95.000

ANALISIS DE MERCADO

La Juanita - escenario CASUAL CHIC

Ubicación: La Juanita

Superficie: 450 m²

Monto: U\$S 38.000



PROPUESTA

Producto - Vistas de José Ignacio - 180m²

PLANTAS AUTORIZADAS _ PB + PA

FOS: 25% (SS) + 25% (PB

FOT: 50%

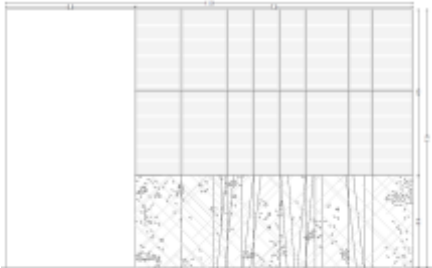
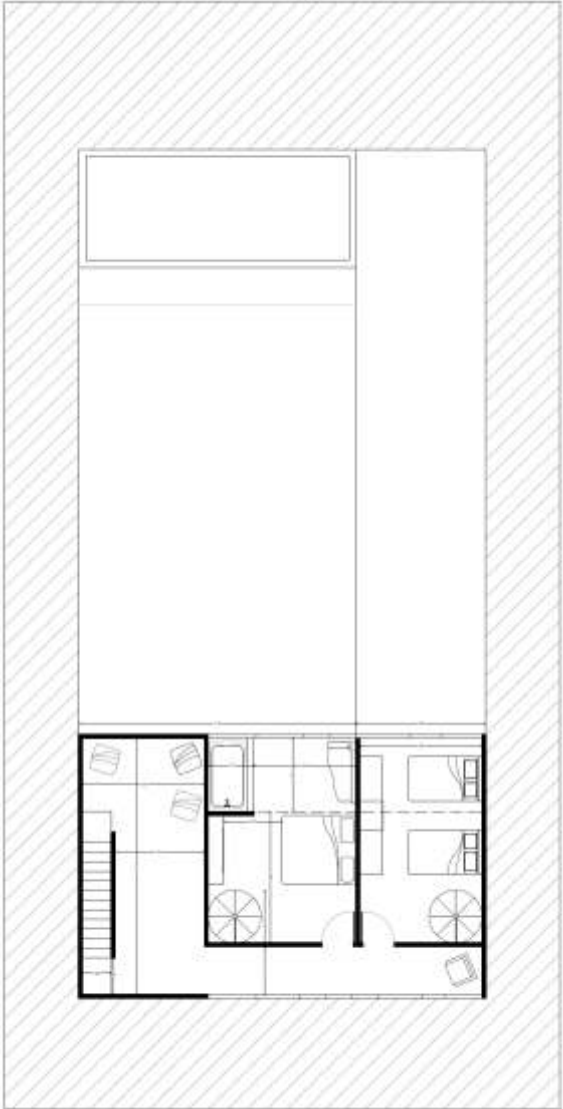
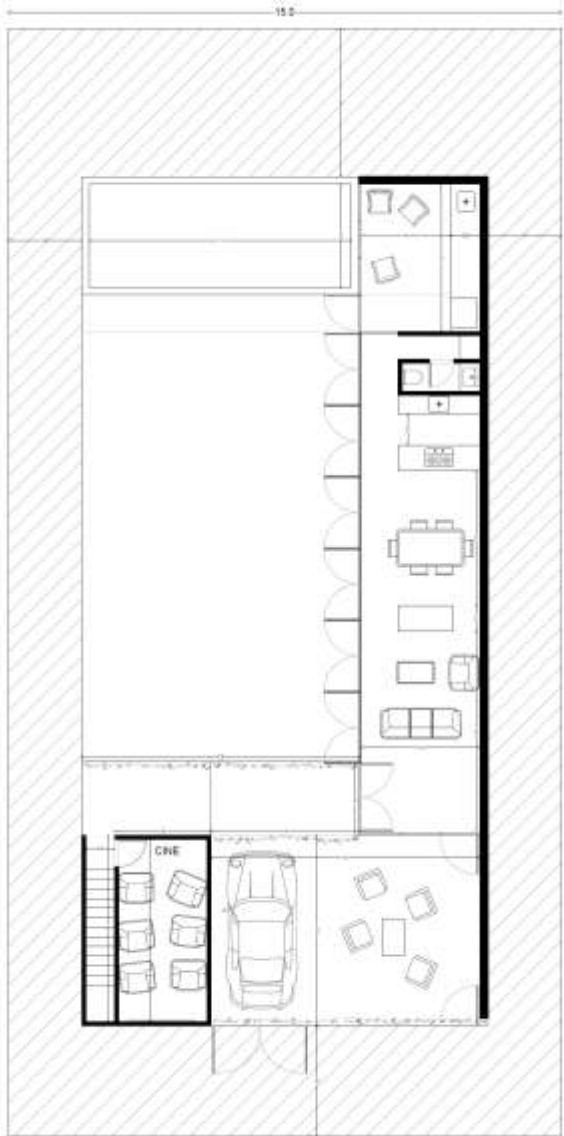
máx. 112m² por planta

R. FRONTAL: 4m

R. LAT1: 2m

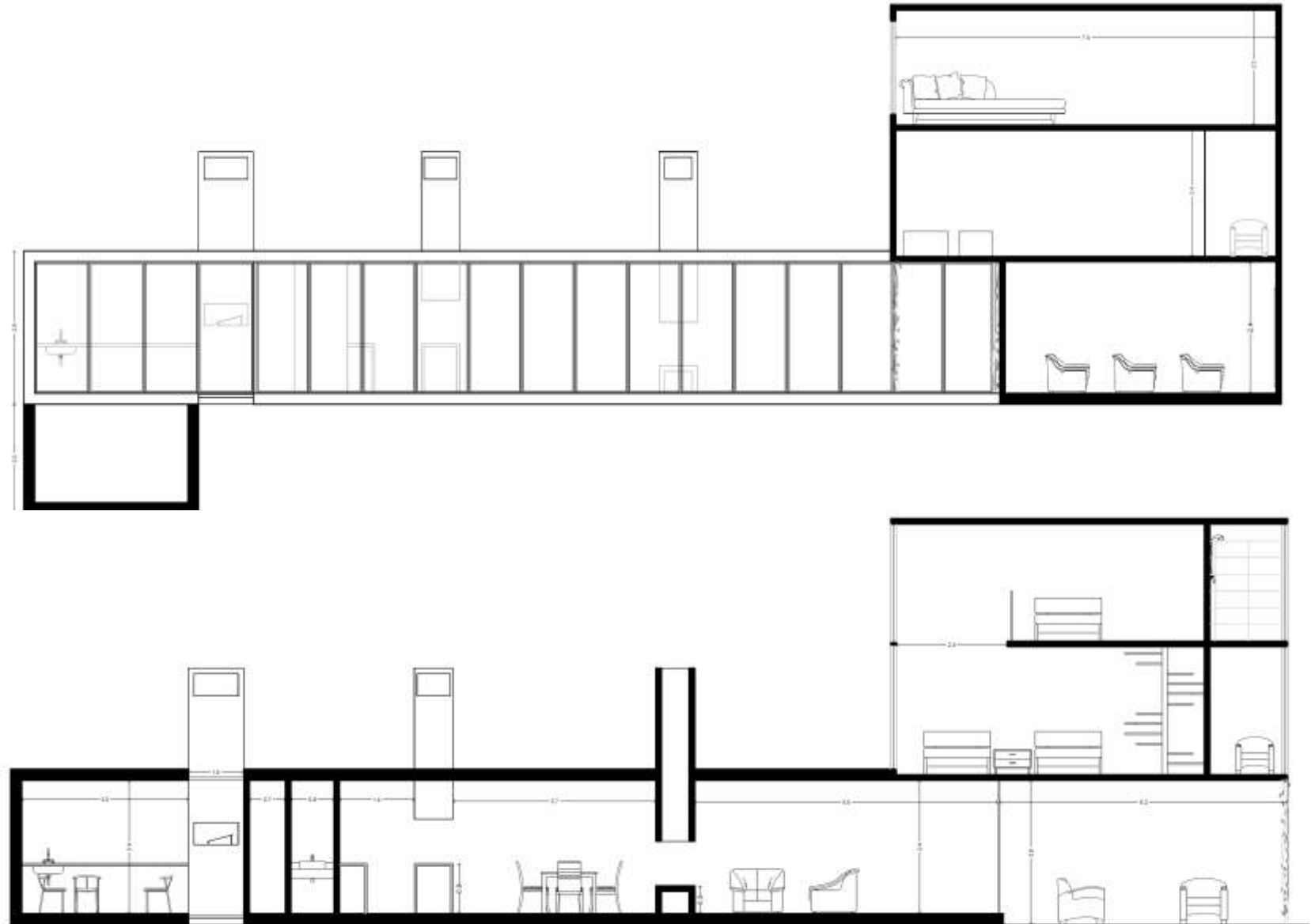
R. LAT2: 2m

R. POSTERIOR: 3m



PROPUESTA

Producto - Vistas de José Ignacio - 180m²



cubos del diablo

MARCO DE ACTUACION

CLIENTE perfil

En los últimos años, este pequeño pueblo ha crecido considerablemente, de un pequeño rancherío a orillas del mar, se ha transformado en un punto turístico clásico para el turismo uruguayo, argentino, brasilero y de viajeros que encuentran en Punta del Diablo un lugar incomparable con ningún otro lugar en el mundo.

El pueblo se ha expandido de tal manera que hoy por hoy aloja casi veinte veces más turistas que hace diez años atrás. Igualmente se puede allí disfrutar de una mezcla especial entre naturaleza, gente, ruido y silencio. Las grandes rocas dividen a Punta del Diablo en dos grandes, limpias y cristalinas playas; excelentes para practicar surf.

Los jóvenes lo tiene como un punto de referencia ya que hay varios bares y boliches que combinan con días de sol y playa. Y también es un punto de referencia para las familias que año tras año visitan Punta del Diablo por su tranquilidad y seguridad.

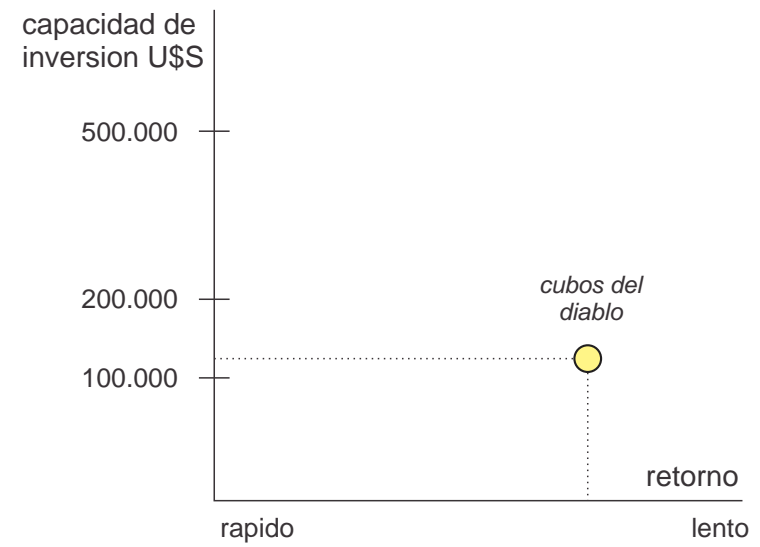
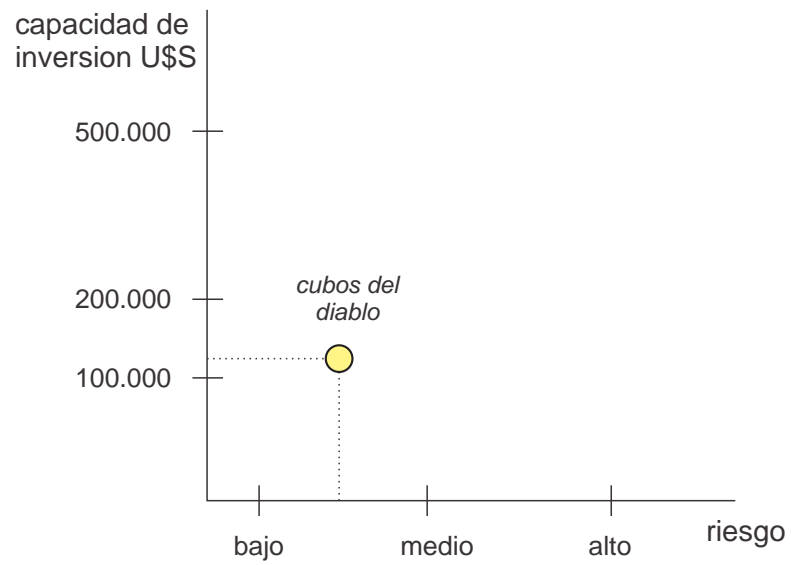
Punta del Diablo esta situada en el departamento de Rocha, que es considerado por la UNESCO, como reserva de Biosfera y por las naciones unidas la sexta biodiversidad del mundo. Tiene bosques, dunas, playas casi vírgenes y bañados. Reserva de flora y fauna.

Punta del Diablo es el destino ideal, y por más que haya mayor actividad turística, éste no pierde su aire bohemio y mística natural. Sus luces artificiales, aún no opacan el encanto de sus estrelladas noches.



MARCO DE ACTUACION

INVERSOR perfil



PROPUESTA DE VALOR

Cubos del Diablo

Punta del Diablo es un destino emergente como polo turístico, con un perfil místico y bohemio, donde los jóvenes buscan pasar sus vacaciones. Diferente a los destinos anteriores, el balneario Punta del Diablo hoy, ha cambiado completamente. En los meses de enero, el turismo esta destinado principalmente a barras de amigos o parejas, lo que centraliza a la juventud, y todos quieren veranear en Punta del Diablo donde no solo la infraestructura y los servicios no dan a basto, tampoco los hospedajes.

Cubos del Diablo está ubicado en la playa más requerida por los jóvenes que eligen este destino para escaparse un fin de semana: Playa del Rivero. La misma esta ubicada a pocas cuerdas de la calle principal, y hoy en día es la playa más explotada para emprendimientos de este tipo.

El emprendimiento define un interior sumamente flexible con los espacios totalmente integrados, generando un interior único que dialoga con el entorno bohemio. La incorporación de una estufa a leña en su interior ha duplicado el calendario de alquiler. Su localización a 200 metros del mar, con las mejores vistas del lugar, hace que sea aún mas deseado el producto. Este tipo de cabañas son muy conocidas en el lugar, y requeridas por parejas jóvenes que sobre la marcha deciden visitar este paisaje colorido de pescadores. Son de facil acceso economicamente, su pequeño tamaño, la estética y su flexibilidad la hacen mucho mas encantadora y deseada para pasar una velada romántica.

Plantea una oportunidad para inversores que busquen adquirir un second home para alquilar.

ANALISIS DE MERCADO

Punta del Diablo - Oferta

ZONA: PUNTA DEL DIABLO - LA VIUDA

ALQUILER CABAÑA: U\$S 90/DIA

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 60

CANTIDAD DE HABITACIONES – 2

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 6 cuadras del mar, parrillero



ZONA: PUNTA DEL DIABLO - DEL RIVERO

ALQUILER CABAÑA: U\$S 100/DIA

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 35

CANTIDAD DE HABITACIONES – 1

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 2 cuadras del mar, parrillero



ZONA: PUNTA DEL DIABLO - DEL RIVERO

ALQUILER CABAÑA: U\$S 80/DIA

METROS CUADRADOS CONTRUIDOS - 35

CANTIDAD DE HABITACIONES – 1

CANTIDAD DE BAÑOS – 1

CARACTERISTICAS - A 3 cuadras del mar, parrillero



Make your choice! 32

ANALISIS DE MERCADO

Punta del Diablo - Demanda

Qué se mueve más en la zona, la venta o el alquiler?

Qué tipo de producto se busca, casa o apartamento?

En torno a que precio/ metraje/ cantidad de personas andan?

Que características tiene el producto?

Cuál es el perfil del cliente, son extranjeros o uruguayos / jóvenes, veteranos o familias ?

Qué poder adquisitivo tienen?

Como se vende el producto, desde la construcción, o luego de terminada? Cuánto demoran en venderse?

- Se alquila mucho en temporada alta, pero en invierno también cuando tienen estufas o aire acondicionado.

- Se buscan cabañas cercanas al mar.

- Los primeros 10 días de enero, muchísimos jóvenes. Después familias.

- Clientes principalmente uruguayos pero también argentinos, brasileños, paraguayos, chilenos.

- El poder adquisitivo de los clientes en esta zona, es medio.

Se venden luego de terminadas las casas. Muchas consultas pero pocas ventas.

ANALISIS DE MERCADO

Punta del Diablo - Terrenos



Ubicación: P. del Rivero

Superficie: 500 m²

Monto: U\$S 80.000



Ubicación: La Viuda

Superficie: 500 m²

Monto: U\$S 28.000



Ubicación: La Viuda

Superficie: 500 m²

Monto: U\$S 50.000

ANALISIS DE MERCADO

Punta del Diablo - escenario HIPPIE CHIC



Ubicación: Playa del Rivero

Superficie: 500 m²

Monto: U\$S 80.000



Make your choice! 35

PRODUCTO

Producto - Cubos del Diablo 36m2 c/u

PLANTAS AUTORIZADAS _ PB + PA

FOS: 20%

FOT: 30%

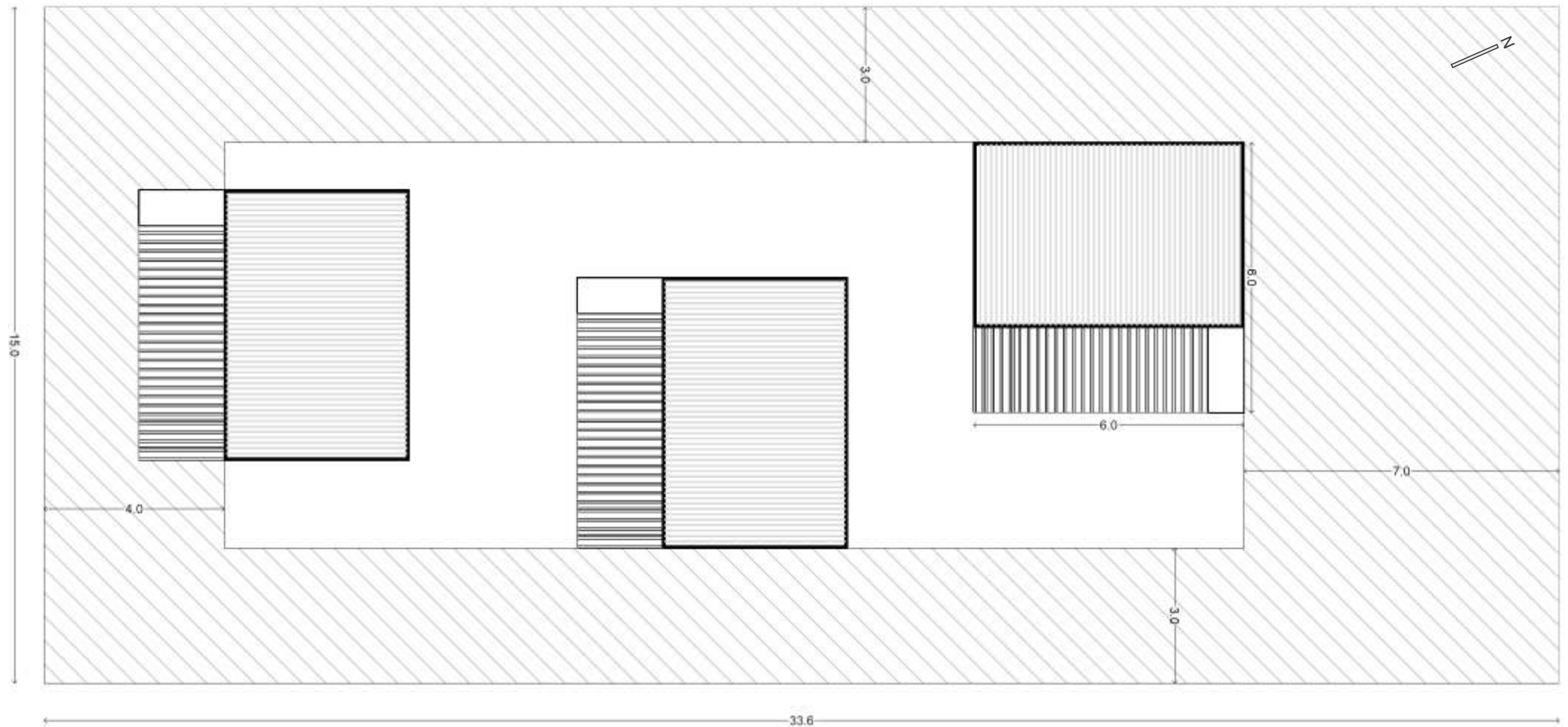
máx. 100 m2por planta

R. FRONTAL: 4m

R. LAT1: 20%

R. LAT2: 20%

R. POSTERIOR: 3m



PRODUCTO

Producto - Cubos del Diablo 36m2 c/u



FACHADA 1 ESC. 1.50



FACHADA 2 ESC. 1.50



FACHADA 3 ESC. 1.50



CORTE 1 ESC. 1.50



CORTE 2 ESC. 1.50



PLANTA 1.50

PLAN DE MARKETING

Posicionamiento

Aires de Manantiales

DIFERENCIACION

Se busca una estrategia de intimidad con el cliente a través de un producto diseñado a medida del mismo para construir relaciones de larga duración, estableciendo una marca de confianza.

Vistas de José Ignacio

DIFERENCIACION

Se establece un diseño de casa de familia de 2 dormitorios para vacacionar de diseño exclusivo, pensada para el cliente buscando establecer una marca de confianza.

Cubos del diablo

LIDER EN COSTOS

Se plantea una estrategia de excelencia operativa buscando la calidad y selección en categorías claves con precios imbatibles orientadas a un “comprador inteligente”. Se plantea el diseño de tres second home para alquiler pensada para las vacaciones de una pareja.

Segmentación

Aires de Manantiales

PRODUCTO	EJEMPLO VIVIENDA			
NECESIDAD	HABITAR		VACACIONAR	INVERTIR
CLIENTE	PAREJA	FAMILIA	FAMILIA	EXTRANJERO
COMPRA	CASA 1 DORM.	CASA 4 DORM.	CASA 3 DORM.	APTO.

Vistas de José Ignacio

PRODUCTO	EJEMPLO VIVIENDA				
NECESIDAD	HABITAR		VACACIONAR		INVERTIR
CLIENTE	PAREJA	FAMILIA	PAREJA	FAMILIA	EXTRAN.
COMPRA	CASA 1 DORM.	CASA 4 DORM.	CASA 1 DORM.	CASA 2 DORM.	APTO.

Cubos del Diablo

PRODUCTO	EJEMPLO VIVIENDA				
NECESIDAD	HABITAR		VACACIONAR		INVERTIR
CLIENTE	JOVEN	FAMILIA	AMIGOS	PAREJA	EXTRAN.
ALQUILER	MONO - AMBIENTE	CASA 4 DORM.	CASA DE 2 A 4 DORM.	CASA 1 DORM.	-----

PLAN DE MARKETING

Comercialización

Aires de Manantiales

Los medios de promoción estarán dirigidos a un segmento determinado del mercado, por lo tanto el emprendimiento se promocionara a través de publicidad tipo cartelería en el predio, revistas destinadas a los emprendimientos inmobiliarios de gran exclusividad, y redes sociales (ej. foursquare). Se considerará como socio estratégico del emprendimiento Terramar - Servicios Inmobiliarios.

Se comercializarán una unidad durante la construcción y otra una vez finalizada la misma.

Vistas de José Ignacio

Se tendrá en cuenta el mismo medio de promoción que para Aires de Manantiales.

Se buscará el mismo socio estratégico que en el caso anterior contactandonos con la sucursal de José Ingancio.

Su comercialización se realizará durante el período de construcción.

Punta del diablo

El emprendimiento será promocionado a través de sitios web, y redes sociales (ej. facebook - twitter - foursquare) ya que se apunta a un segmento de mercado de público joven.

Se buscará como socio estratégico a Surmontes BH - Inversiones Inmobiliarias para promocionar su venta.

La comercialización se realizará en etapas alquilando cada unidad una vez finalizada su construcción.



“Foursquare es una aplicación basada en la geolocalización web aplicada a las Redes Sociales. La geolocalización permite localizar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica. El servicio fue creado en 2009 por Dennis Crowley y Selvadurai Naveen.

Son muchas las marcas que se han iniciado en el marketing y la publicidad por “Geolocalización” y no cabe ninguna duda que, viendo la cantidad de información de relevancia para las marcas que subyace en una red social en la que lo que se comparte son las experiencias de los clientes en torno a bienes, servicios y productos, es más que acertado optar por subirnos a esta nueva forma de hacer publicidad.

La nueva publicidad y el nuevo marketing basado en la Geolocalización es un arma de doble filo que hay que saber optimizar; si la gestión de la reputación es una labor que requiere constancia, perseverancia y establecer un método constante tendente a hacer bien las cosas, la Geolocalización da un paso más en la gestión de la reputación de las marcas.”



PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION*

Cuadro de bienes y superficies comercializables

Aires de Manantiales

COSTO DE TERRENO <i>MANANTIALES</i>	
	<i>US\$ 100.000</i>
COSTO DE CONSTRUCCION	
560 m2 de vivienda	<i>US\$ 650.000</i>
INVERSION INICIAL	
C. de terreno + C. de construccion	<i>US\$ 750.000</i>
PRECIO DE VENTA	
Venta de 2 viviendas	<i>US\$ 1.540.000</i>

Vistas de José Ignacio


COSTO DE TERRENO <i>LA JUANITA</i>	
	<i>US\$ 38.000</i>
COSTO DE CONSTRUCCION	
190 m2 de vivienda	<i>US\$ 285.000</i>
INVERSION INICIAL	
C. de terreno + C. de construccion	<i>US\$ 323.000</i>
PRECIO DE VENTA	
Venta vivienda 190m2	<i>US\$ 710.000</i>

Cubos del Diablo

COSTO DE TERRENO <i>PUNTA DEL DIABLO</i>	
	<i>US\$ 80.000</i>
COSTO DE CONSTRUCCION	
78 m2 de vivienda	<i>US\$ 70.000</i>
INVERSION INICIAL	
C. de terreno + C. de construccion	<i>US\$ 150.000</i>
PRECIO DE VENTA	
Alquiler 3 viviendas 26m2 c/u	<i>US\$ 35.910 (anual)</i>

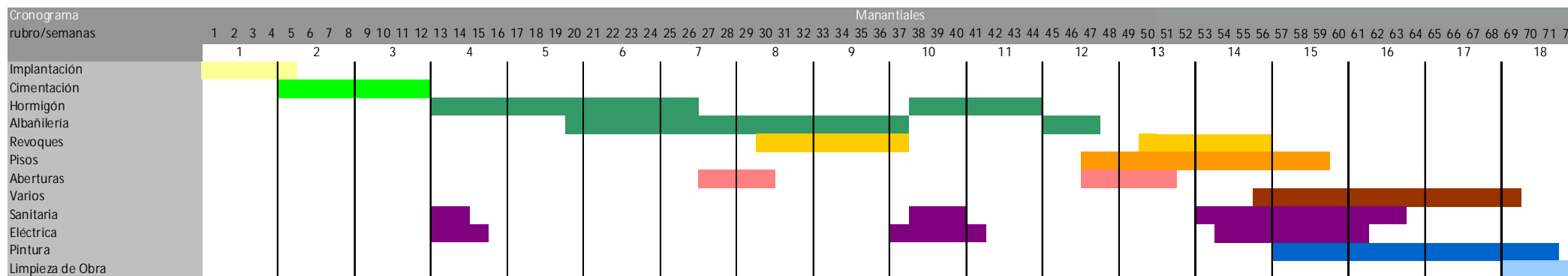
PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN MANANTIALES*

Rubrado de Aires de Manantiales

 "Aires de Manantiales"				
Descripción de la tareas			\$ unit	\$ TOTAL
Implantación				60.000
Implantación y replanteo	gl	gl	60.000	60.000
Cimentación				531.870
Dados de hormigón armado y vigas	m3	110	4.137	455.070
Platea	m3	12	6.400	76.800
Excavación				63.440
Excavación para cimientos	m3	122	520	63.440
Hormigón				5.401.300
vigas	m3	30,00	17.770	533.100
pilares	m3	6,00	17.050	102.300
losa	m3	180,00	14.055	2.529.900
pantalla para piscina	m3	36,00	18.200	655.200
muros	m3	104,00	15.200	1.580.800
Albañilería				595.200
muros	m2	960,00	620	595.200
Revoques				633.600
Revoque interior en muros	m2	1.920,00	330	633.600
Pisos				352.000
Pavimento porcelanato	m2	320,00	1.100	352.000
Piso flotante	m2	300,00	700	210.000
Aberturas				788.000
Colocación de aberturas	gl	gl	38.000	38.000
Aberturas (2 puertas ext, 1 puerta int, 2 ventanas)	gl	gl	750.000	750.000
Varios				204.000
parrillero	uni	2,00	32.000	64.000
mesada cocina	uni	4,00	8.000	32.000
revestimiento en paredes	m2	120,00	900	108.000
Sanitaria				450.000
Sanitaria baño y cocina (abast, desagüe y aparatos)	gl	gl	450.000	450.000
Eléctrica				260.000
Base 200 puestas + 2 tableros generales	gl	gl	260.000	260.000
Pintura				910.000
Pintura	m2	2600,00	350	910.000
Limpieza de Obra				35.000
limpieza de Obra	gl	gl	35.000	35.000
			TOTAL \$	10.284.410
			IVA	2.262.570
				12.546.980
Observaciones				
Monto de mano de obra imponible para el B.P.S.:				1.300.000
Duración de los trabajos	18 meses			

PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN MANANTIALES*

Cronograma de obra



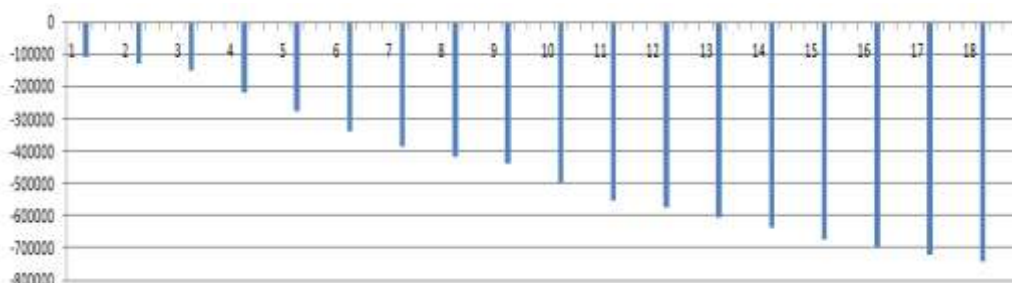
Cronograma de inversiones

Cronograma de inversiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Egreso de obra	48000	309655	297655	1133819	1057162	1142190	802892	415203	282331	991572	1045069	314294	497694	453089	559683	401577	300952	217000
Leyes Sociales	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225	72225
Dirección de Obra	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562	68562
Terreno	2000000																	
Inversion Mensual	2188787	450442	438442	1274606	1197949	1282977	943679	555990	423118	1132359	1185856	455081	638481	593876	700470	542364	441739	357787
Inversion Mensual	-2188787	-450442	-438442	-1274606	-1197949	-1282977	-943679	-555990	-423118	-1132359	-1185856	-455081	-638481	-593876	-700470	-542364	-441739	-357787
Inversion Mensual (U\$S)	-109439	-22522	-21922	-63730	-59897	-64149	-47184	-27799	-21156	-56618	-59293	-22754	-31924	-29694	-35024	-27118	-22087	-17889
Porcentaje de Inv Mensual	9	5	4	7	7	7	6	5	4	6	7	5	5	5	5	5	4	4
Inversion Acumulada	2188787	2639229	3077671	4352277	5550226	6833203	7776882	8332872	8755990	9888350	11074206	11529286	12167768	12761644	13462114	14004478	14446218	14804005
Inversion Acumulada	-2188787	-2639229	-3077671	-4352277	-5550226	-6833203	-7776882	-8332872	-8755990	-9888350	-11074206	-11529286	-12167768	-12761644	-13462114	-14004478	-14446218	-14804005
Inversion Acumulada (U\$S)	-109439	-131961	-153884	-217614	-277511	-341660	-388844	-416644	-437800	-494417	-553710	-576464	-608388	-638082	-673106	-700224	-722311	-740200
Porcentaje de Inv. Acumulada	9	13	18	25	32	38	44	49	53	60	66	71	76	81	86	91	95	100

Inversion mensual (U\$S) ■ Inversion Mensual (U\$S)



Inversion acumulada (U\$S) ■ Inversion Acumulada (U\$S)

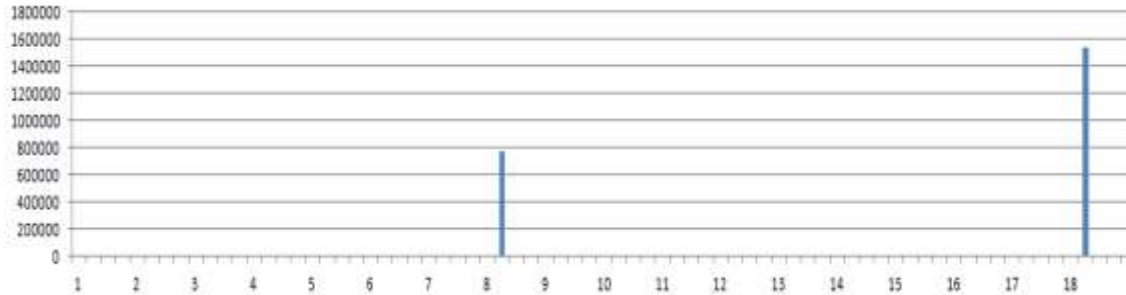


PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN MANANTIALES*

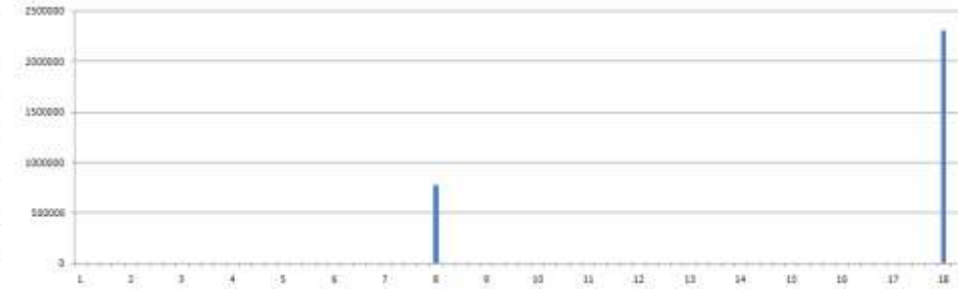
Cronograma de ingresos

Cronograma de ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Ingreso mensual (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	770000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1540000
Ingreso acumulado (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	770000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2310000

■ Ingreso mensual (U\$S)

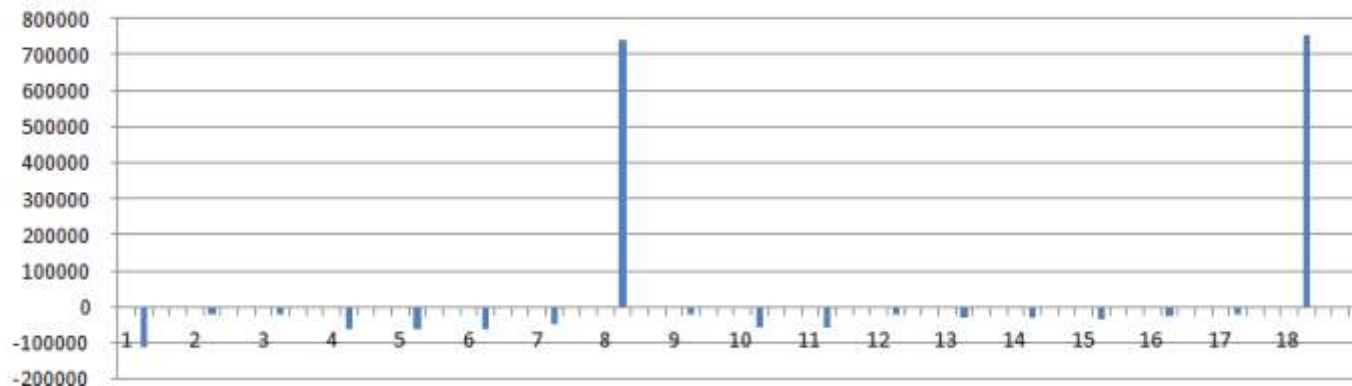


■ Ingreso acumulado (U\$S)



Flujo financiero

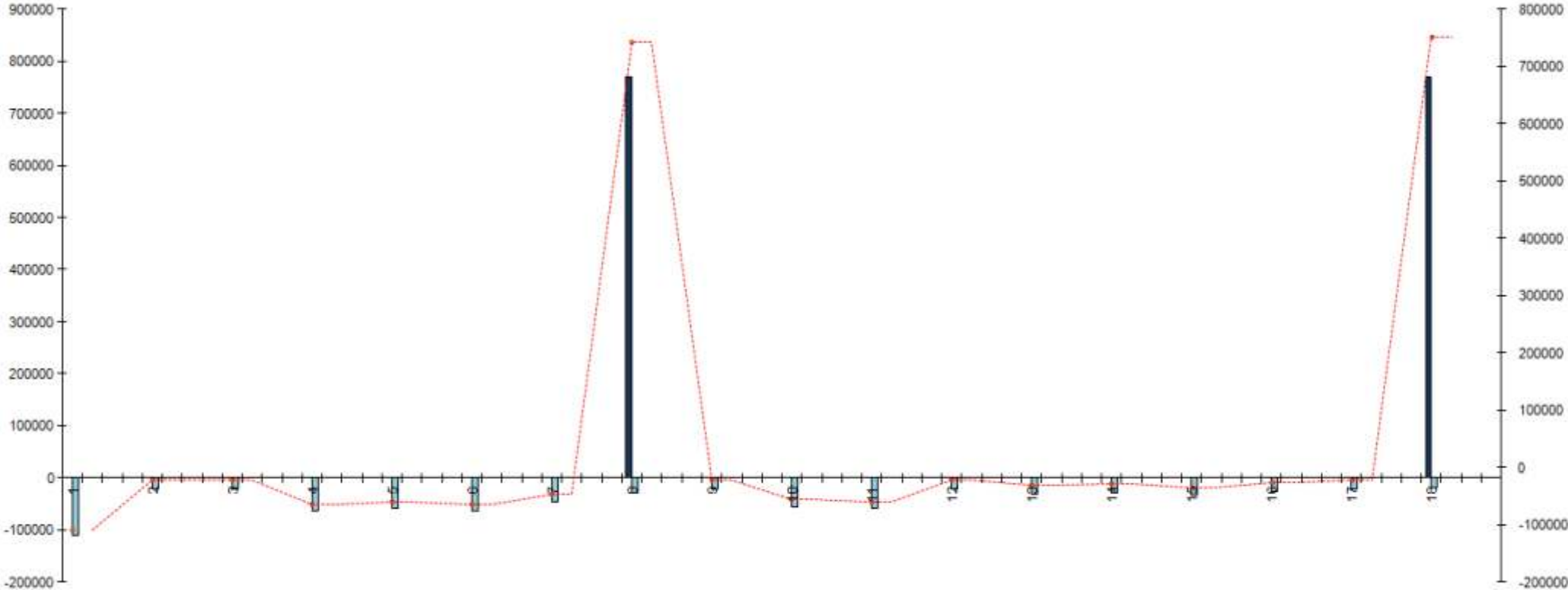
Cronograma de ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ingreso mensual (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	770000	0	0	0
Inversion Mensual (U\$S)	-109439	-22522	-21922	-63730	-59897	-64149	-47184	-27799	-21156	-56618	-59293
Flujo financiero	-109439	-22522	-21922	-63730	-59897	-64149	-47184	742201	-21156	-56618	-59293
	12	13	14	15	16	17	18				
	0	0	0	0	0	0	770000				
	-22754	-31924	-29694	-35024	-27118	-22087	-17889				
	-22754	-31924	-29694	-35024	-27118	-22087	752111				



■ Flujo financiero

PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN MANANTIALES*

Gráfica de flujos



TIR	16%
VAN	\$U 0.00

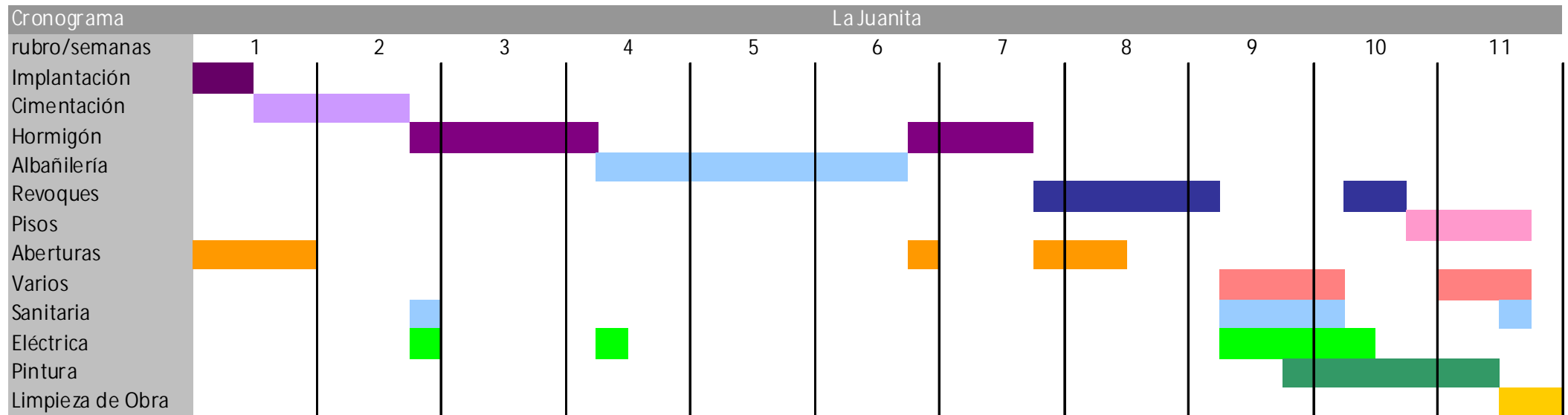
PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN LA JUANITA*

Rubrado de Vistas de José Ignacio

LR		NEGOCIOS INMOBILIARIOS		LUCRO, PAIS, RESULTOS		Vistas de José Ignacio"	
Descripción de la tareas				\$ unit	\$ TOTAL		
Implantación							35.000
Implantación y replanteo	gl	gl		35.000			35.000
Cimentación							150.170
Dados de hormigón armado y vigas	m3		10	4.137			41.370
Platea	m3		17	6.400			108.800
Excavación							10.400
Excavación para cimientos	m3		20	520			10.400
Hormigón							2.332.310
vigas	m3	18,00		17.770			319.860
pilares	m3	3,00		17.050			51.150
losa	m3	60,00		14.055			843.300
pantalla para piscina	m3	18,00		18.200			327.600
muros	m3	52,00		15.200			790.400
Albañilería							100.100
muros de ticholo de 12cm	m2	154,00		650			100.100
Revoques							99.450
Revoque interior en muros	m2	300,00		332			99.450
Pisos							110.000
Pavimento porcelanato	m2	100,00		1.100			110.000
Piso flotante	m2	160,00		700			112.000
Moquette	m2	13,00		800			10.400
Aberturas							472.000
Colocación de aberturas	gl	gl		22.000			22.000
Aberturas (2 puertas ext, 1 puerta int, 2 ventanas)	gl	gl		450.000			450.000
Varios							119.000
parrillero	uni	1,00		41.000			41.000
mesada cocina	uni	3,00		8.000			24.000
revestimiento en paredes	m2	60,00		900			54.000
Sanitaria							290.000
Sanitaria baño y cocina (abast, desagüe y aparatos)	gl	gl		290.000			290.000
Eléctrica							92.000
Base 60 puestas + tablero general	gl	gl		92.000			92.000
Pintura							175.000
Pintura	m2	500,00		350			175.000
Limpieza de Obra							25.000
limpieza de Obra	gl	gl		25.000			25.000
TOTAL \$							4.010.430
IVA							882.295
							4.892.725
Observaciones							
Monto de mano de obra imponible para el B.P.S.:							\$ 790000
Duración de los trabajos 11 meses							

PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN LA JUANITA*

Cronograma de obra

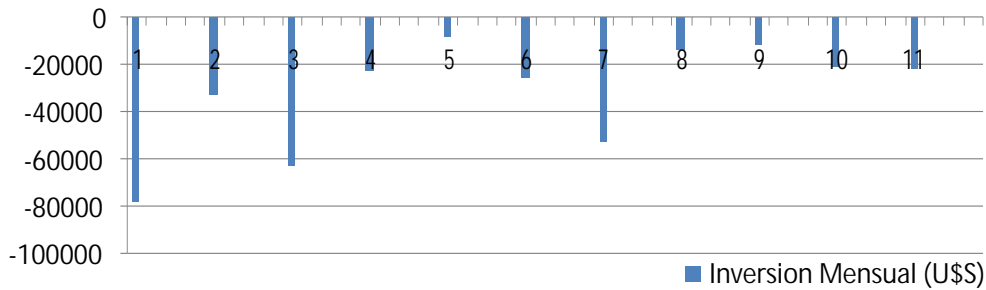


Cronograma de inversiones

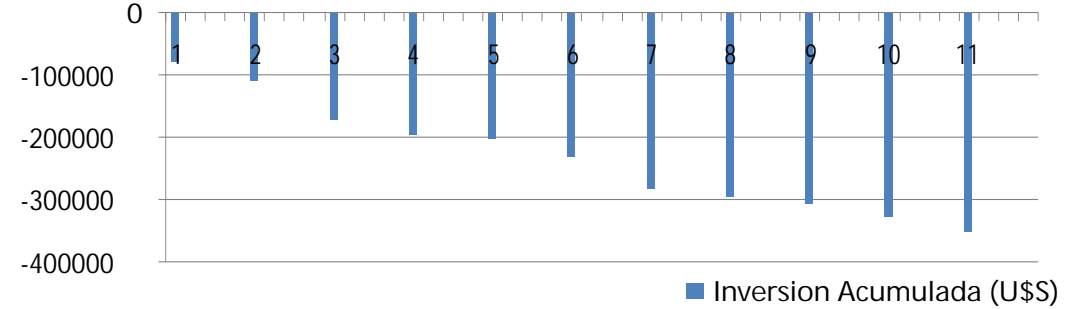
Cronograma de inversiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Egreso de obra	696898	536047	1138167	337213	48849	393158	940774	159126	114509	297658	313336
Leyes Sociales	71818	71818	71818	71818	71818	71818	71818	71818	71818	71818	71818
Dirección de Obra	43750	43750	43750	43750	43750	43750	43750	43750	43750	43750	43750
Terreno	760000										
Inversion Mensual	1572466	651615	1253735	452781	164417	508726	1056342	274694	230077	413226	428904
Inversion Mensual	-1572466	-651615	-1253735	-452781	-164417	-508726	-1056342	-274694	-230077	-413226	-428904
Inversion Mensual (U\$S)	-78623	-32581	-62687	-22639	-8221	-25436	-52817	-13735	-11504	-20661	-21445
Porcentaje de Inv Mensual	22	10	18	6	2	7	15	5	3	6	6
Inversion Acumulada	1572466	2224081	3477817	3930598	4095014	4603741	5660083	5934776	6164854	6578080	7006984
Inversion Acumulada	-1572466	-2224081	-3477817	-3930598	-4095014	-4603741	-5660083	-5934776	-6164854	-6578080	-7006984
Inversion Acumulada (U\$S)	-78623	-111204	-173891	-196530	-204751	-230187	-283004	-296739	-308243	-328904	-350349
Porcentaje de Inv. Acumulada	22	32	50	56	58	65	80	85	88	94	100

PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN LA JUANITA*

Inversión mensual (U\$S)



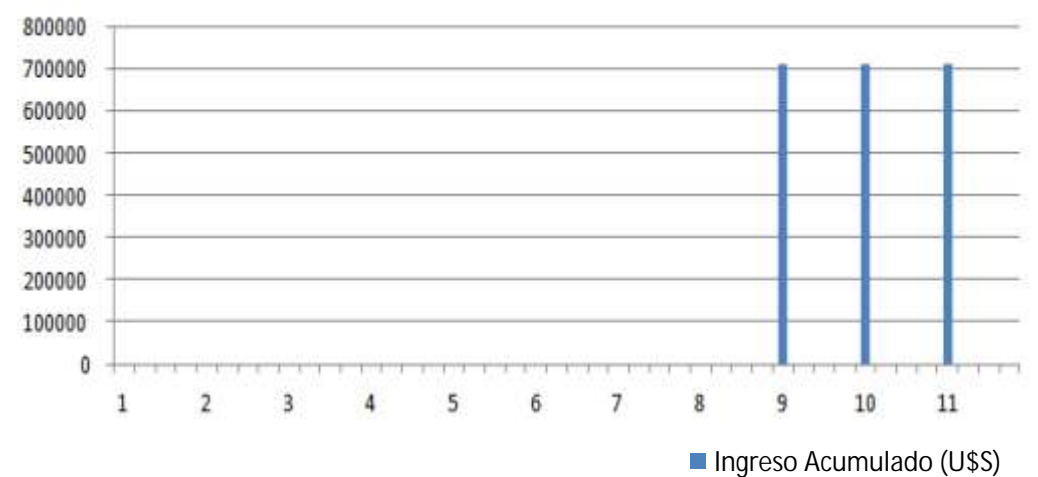
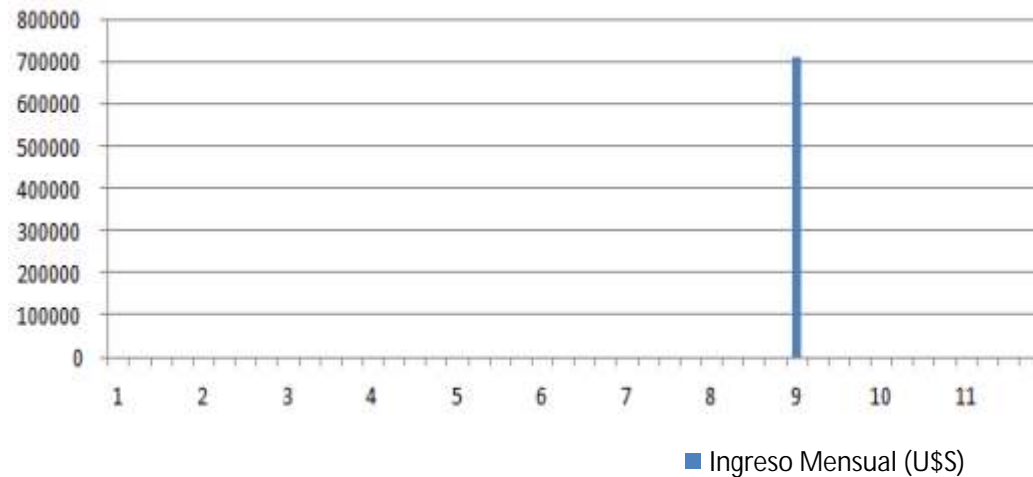
Inversión acumulada (U\$S)



Cronograma de ingresos

Cronograma de ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ingreso mensual (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	0	710000	0	0
Ingreso acumulado (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	0	710000	710000	710000

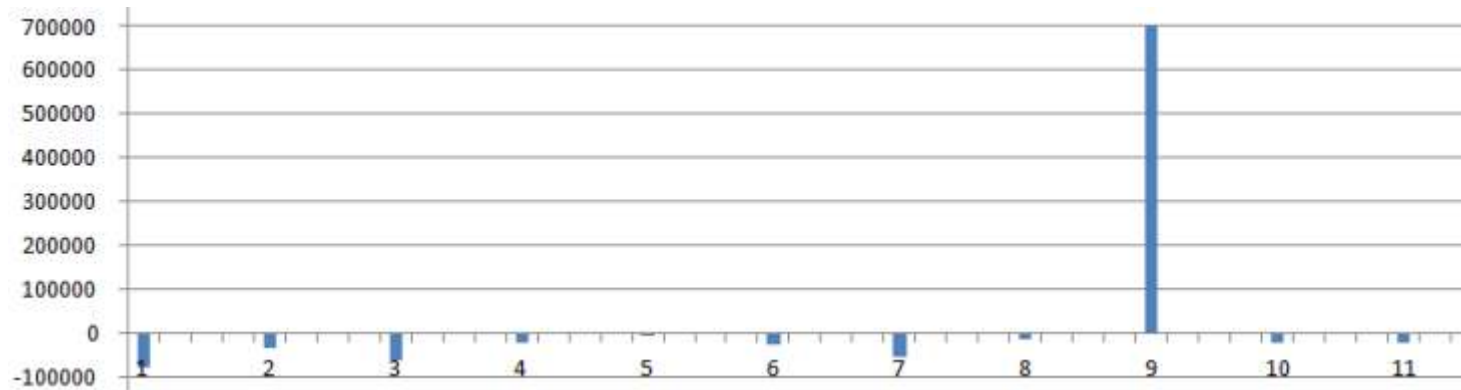
Gráficas de ingresos



PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION EN LA JUANITA*

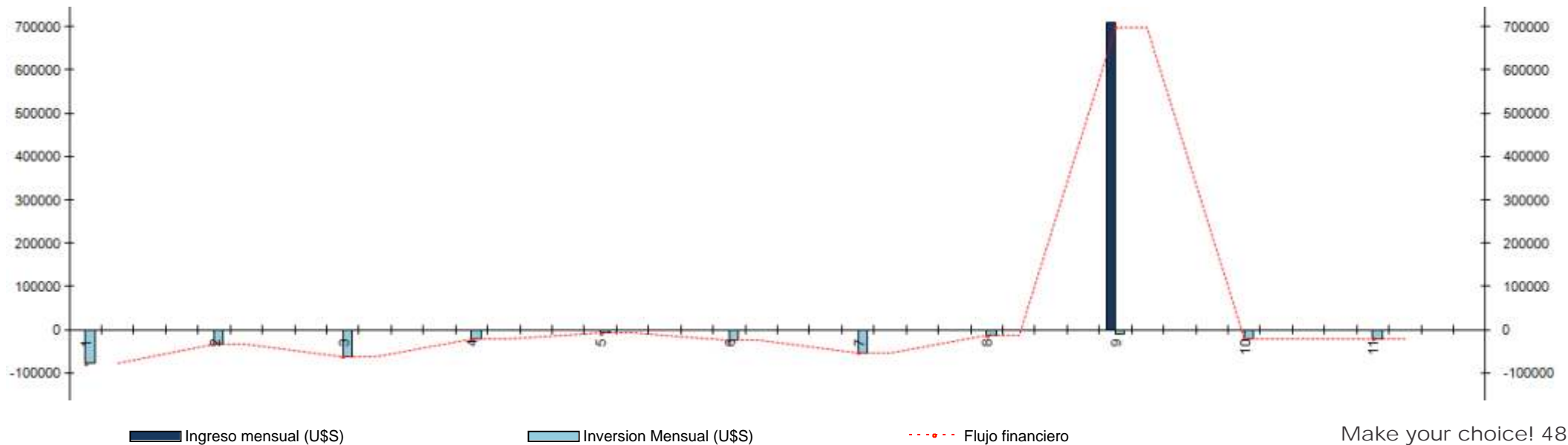
Flujo financiero

Cronograma de ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Ingreso mensual (U\$S)	0	0	0	0	0	0	0	0	710000	0	0
Inversion Mensual (U\$S)	-78623	-32581	-62687	-22639	-8221	-25436	-52817	-13735	-11504	-20661	-21445
Flujo financiero	-78623	-32581	-62687	-22639	-8221	-25436	-52817	-13735	698496	-20661	-21445



TIR	15%
VAN	\$U 0.00

Gráfica de flujos



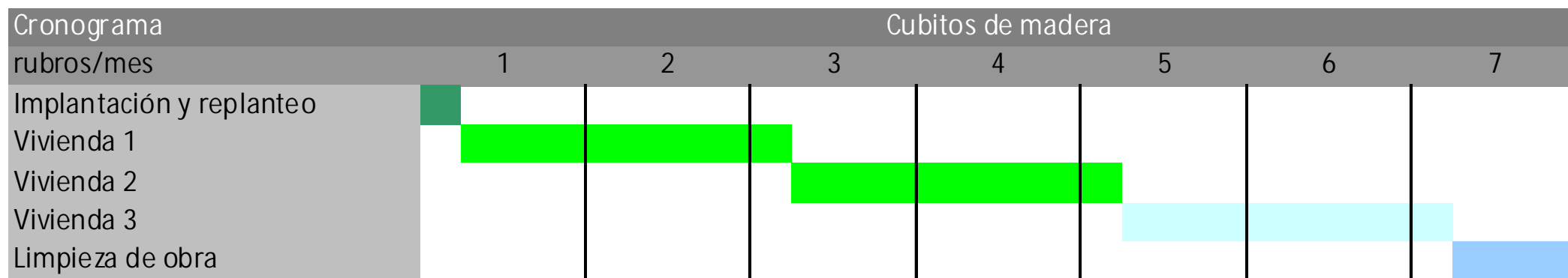
PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION PARA PUNTA DEL DIABLO*

Rubrado de Cubos del Diablo

LR		"Cubos del Diablo"			
NEGOCIOS INMOBILIARIOS					
Descripción de la tarea		\$ unit		\$ TOTAL	
Implantación				21.000	
Implantación, replanteo y movimiento de tierra	gl gl	21.000		21.000	
Cimentación				130.686	
Dados de hormigón armado	m3 3	4.137		4.137	
Vigas y soportes de hormigón armado	m3 9	14.061		126.549	
Excavación				4.680	
Excavación para cimientos	m3 9	520		4.680	
Hormigón				601.695	
vigas	m3 15,00	17.770		266.550	
pilares	m3 3,00	17.050		51.150	
losa	m3 9,00	14.055		126.495	
losa (sistema adesso)	m2 90,00	1.750		157.500	
Albañilería				300.000	
muros de ticholo de 17cm	m2 240,00	1.250		300.000	
Revoques				84.533	
Revoque interior en muros	m2 255,00	332		84.533	
Pisos				6.300	
Pavimento en baños	m2 9,00	700		6.300	
Aberturas				76.000	
Colocación de aberturas	gl gl	11.000		11.000	
Aberturas (2 puertas ext, 1 puerta int, 2 ventanas)	gl gl	65.000		65.000	
Varios				530.500	
parrillero	uni 3,00	21.000		63.000	
mesada cocina	uni 3,00	4.000		12.000	
revestimiento baño y cocina	m2 30,00	450		13.500	
revestimiento exterior tablillas	m2 360,00	900		324.000	
pérgola	gl gl	55.000		55.000	
deck	m2 30,00	2.100		63.000	
Sanitaria				190.000	
Sanitaria baño y cocina (abast, desagüe y aparatos)	gl gl	190.000		190.000	
Eléctrica				65.000	
Base 15 puestas + tablero general por unidad	gl gl	65.000		65.000	
Pintura				73.950	
Pintura	m2 255,00	290		73.950	
Limpieza de Obra				12.000	
limpieza de Obra	gl gl	12.000		12.000	
TOTAL \$				2.096.344	
IVA				461.196	
				2.557.539	
Observaciones					
Monto de mano de obra imponible para el B.P.S.:				\$ 520000	
Duración de los trabajos 8 meses					

PLAN FINANCIERO PROYECTO DE INVERSION PARA PUNTA DEL DIABLO

Cronograma de obra

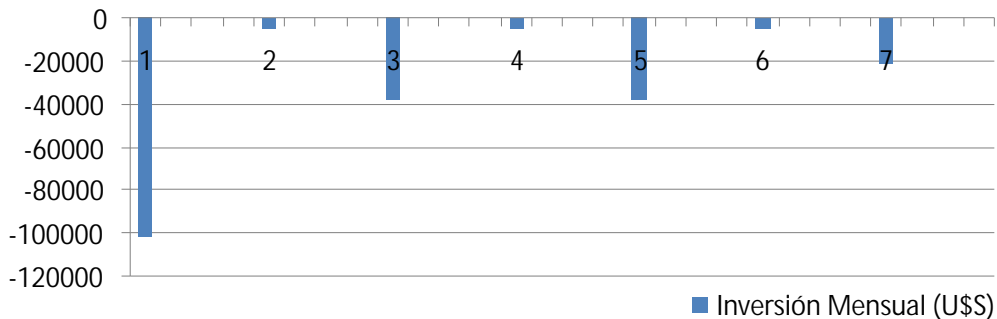


Cronograma de inversiones

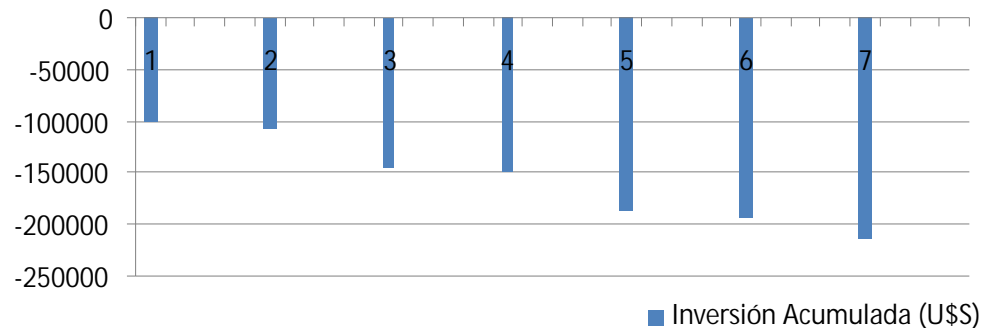
Cronograma de inversiones	1	2	3	4	5	6	7
Egreso de obra	16836		33672		33672		16836
Leyes Sociales	3300	3300	3300	3300	3300	3300	3300
Dirección de Obra	1391	1391	1391	1391	1391	1391	1391
Terreno	80000						
Inversión Mensual (U\$S)	-101527	-4691	-38363	-4691	-38363	-4691	-21527
Porcentaje de Inv Mensual	47	3	17	3	17	3	10
Inversión Acumulada (U\$S)	-101527	-106218	-144581	-149272	-187635	-192326	-213853
Porcentaje de Inv Acumulada	47	50	67	70	87	90	100

PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION PARA PUNTA DEL DIABLO*

Inversión mensual (U\$S)



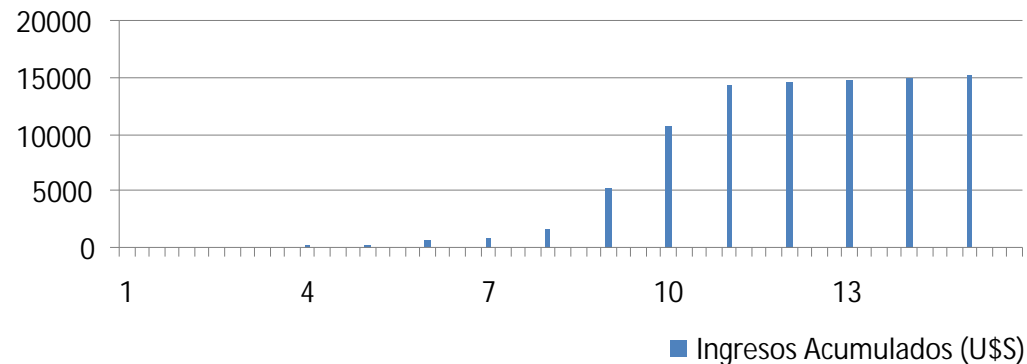
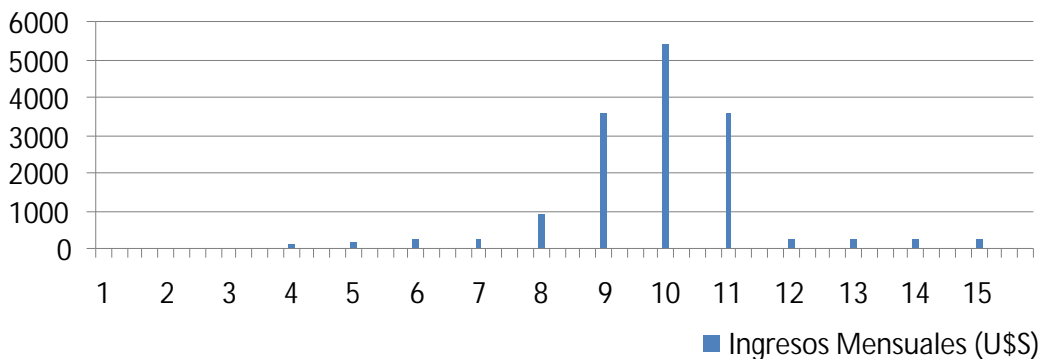
Inversión acumulada (U\$S)



Cronograma de ingresos

Cronograma de ingresos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ingresos Mensuales (U\$S)				120	180	240	240	900	3600	5400	3600	240	240	240	240
Ingresos Acumulados (U\$S)	0	0	0	120	300	540	780	1680	5280	10680	14280	14520	14760	15000	15240

Gráficas de ingresos



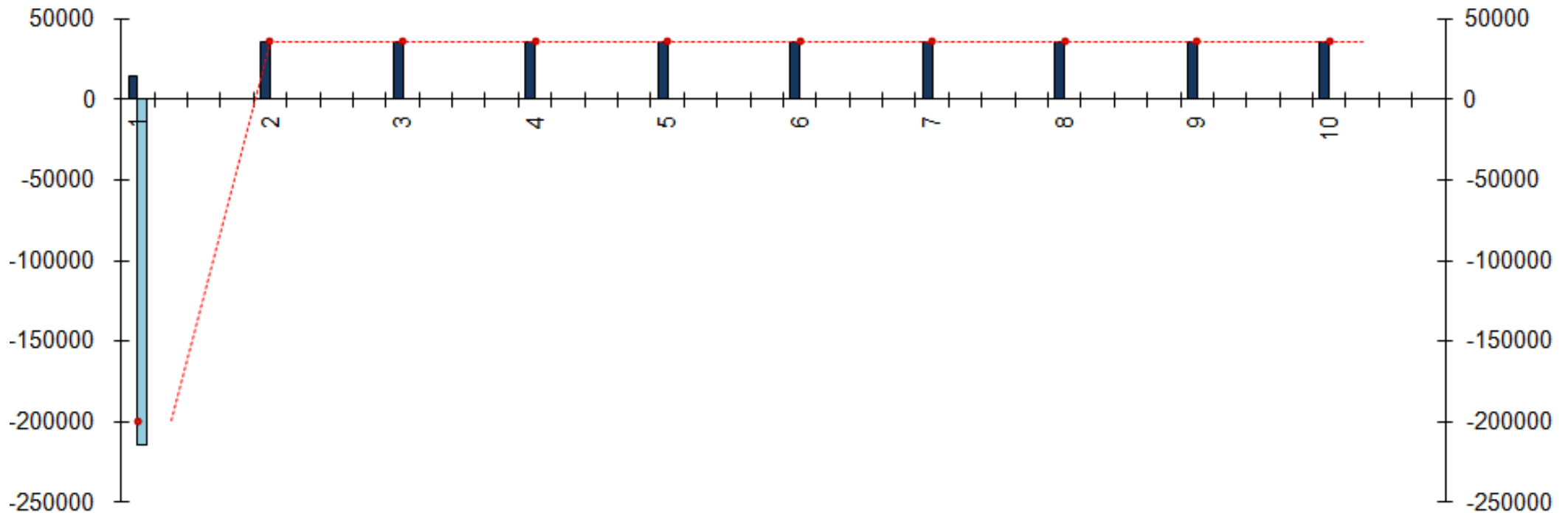
PLAN FINANCIERO *PROYECTO DE INVERSION PARA PUNTA DEL DIABLO*

Flujo financiero

Consideramos el primer año en construcción y algún alquiler, y los 9 años restantes ingresos de alquiler.

Flujos de fondo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso	14520	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910
Inversion	-213853	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Flujo	-199333	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910	35910
	-199333	-163423	-127513	-91603	-55693	-19783	16127	52037	87947	123857

Gráfica de flujo



TIR	11%
VAN	\$U 0.00

ASPECTOS IMPOSITIVOS INMOBILIARIOS

Sociedad anónima

La sociedad anónima es uno de los tipos societarios regulados por la Ley de Sociedades Comerciales que dan nacimiento a una *persona jurídica*, caracterizado por la representación de la participación social en acciones, la irresponsabilidad del accionista y la relevancia del capital.

Sociedad anónima como contrato

La sociedad anónima es un contrato. El Código Civil proporciona la siguiente definición de contrato:

“Contrato es una convención por la cual una parte se obliga para con la otra o ambas partes se obligan recíprocamente a una prestación cualquiera, esto es, a dar, hacer o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser una o muchas personas.”

La sociedad anónima constituye un acuerdo de voluntades por el cual los contratantes se obligan a realizar aportes para destinarlos a realizar una actividad económica y participar en las ganancias y pérdidas que ella genere. El acuerdo se recoge en un documento que se llama indistintamente contrato o estatuto.

Este contrato tiene las siguientes características: es un contrato *plurilateral* porque es celebrado por más de dos personas; es un contrato de *organización* porque es celebrado con el ánimo de colaborar en forma organizada; es un contrato *consensual* porque no se requieren solemnidades cuya inobservancia afecte la validez del contrato; es un contrato *oneroso* porque cada socio se obliga en beneficio de los demás y del propio. De la utilización en común de los bienes aportados todos sacan provecho. Además, es un contrato que da nacimiento a un nuevo sujeto de derecho.

ANALISIS DE FACTIBILIDAD

AIRES DE MANANTIALES

INVERSION TOTAL U\$S 750.000

VENTA TOTAL DE VIVIENDAS U\$S 1.540.000

RELACION BENEFICIO / COSTO = 105%

LAGUNAS DE JOSE IGNACIO

INVERSION TOTAL U\$S 323.000

VENTA DE LA VIVIENDA U\$S 710.000

RELACION BENEFICIO / COSTO = 120%

PUNTA DEL DIABLO

INVERSION TOTAL U\$S 150.000

ALQUILER* U\$S 95/DIA

PERIODO DE REPAGO = 4 AÑOS Y 11 MESES

Para la definición de los precios de cada producto interpolamos con las ofertas de sus mismos escenarios y sus posibles competencias. Así como también se lo comparó con emprendimientos que cuentan con las mismas facilities que nuestros productos. Se han encontrado una variación muy grande de precios principalmente en Manantiales y José Ignacio, y precios exagerados para las condiciones en las que estan las propiedades.

*Alquilando 90 días en verano más la mitad de los fines de semana de los 9 meses restantes.

RIESGOS

Se identifican tres grandes RIESGOS válidos para los tres emprendimientos: que se de una baja en las ventas / rentas, que suban los costos de construcción y que haya una baja en los precios de venta / renta.

Manantiales

El balneario se encuentra en una reciente explosión como polo turístico y la venta de sus inmuebles se encuentra en aumento, por lo tanto sería poco probable que se diera una baja en las ventas y en los precios de venta en estos momentos.

El proyecto plantea dos casas, lo que disminuye el riesgo de venta, ya que se puede vender la primera o la segunda, más aún si diversificamos la oferta proponiendo prestaciones distintas a una de otra. Disminuiría más el riesgo si la segunda casa se iniciara una vez vendida la primera, pero en este caso se optó la simultaneidad de las obras para evitar molestias al primer propietario, debido a que el lugar y el cliente lo ameritan, y al inversor le significa un menor costo en la obra debido a que los rubros implantación y limpieza se efecturán en una única instancia.

José Ignacio

Se plantea un proyecto versátil que permite la variación entre los materiales propuestos disminuyendo el riesgo por parte de la suba de costos de algún material o la ausencia del mismo. Si bien se plantea una inversión de U\$S 350.000, existen varias ofertas en la zona con similares o inferiores prestaciones a precios que duplican el de este producto.

Punta del Diablo

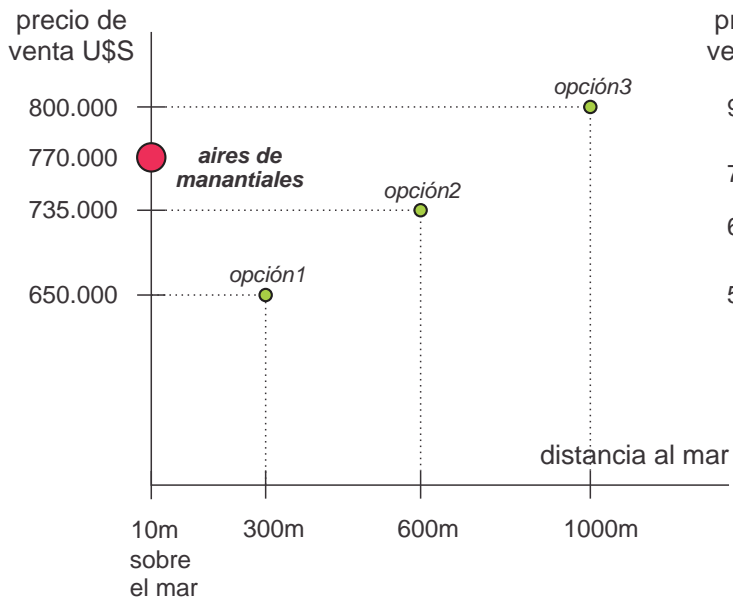
Se propone la construcción de las viviendas de a una, es decir, iniciando la segunda una vez que se haya finalizado la construcción de la primera y se halle pronta para alquilar; así como la construcción de la tercera se comenzará una vez finalizadas y prontas para alquilar las viviendas 1 y 2. Esto permite al inversor empezar a recuperar el capital invertido a partir de la primer casa y no de la finalización total de la obra.

CONCLUSION

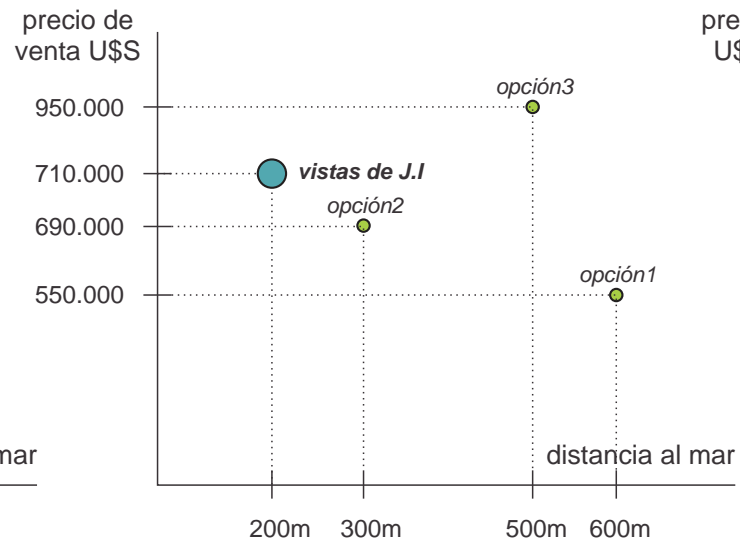
Estudiamos las ofertas en los diferentes destinos, según el precio / distancia al mar, 2 factores que consideramos fundamentales para que funcione el emprendimiento. Para el caso de Manantiales, seleccionamos previamente casas con 3 dormitorios y 2 o 3 baños. En La Juanita seleccionamos las casas en venta que tienen 2 dormitorios y 1 baño, y por último para Punta del Diablo las cabañas monoambientes. Consideramos 3 cabañas que no ofrecen estufa a leña, cuando la nuestra sí lo tiene.

Obtuvimos los siguientes resultados en la gráfica:

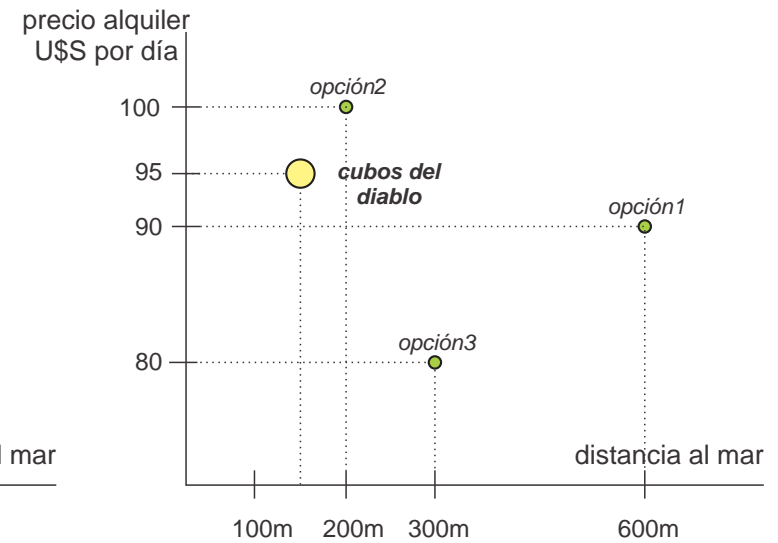
Manantiales



La Juanita



Punta del Diablo



Consideramos las 3 propuestas muy tentadoras comparandolas con las ofertas que hay hoy en el mercado.

CONCLUSION

Luego del análisis del plan de negocios propuesto para cada emprendimiento se obtienen los siguientes resultados:

Invertir en Aires de Manantiales tendrá una tasa interna de retorno del 16% lo que asegura al inversor una muy buena rentabilidad de la inversión. En caso de que el inversor tenga otro negocio en vista, se le puede comparar sobre el porcentaje de este otro negocio y así analizar cuanto mejor es invertir en Aires de Manantiales.

Análisis de sensibilidad de Aires de Manantiales con respecto a otros negocios

TIR	5%	10%	15%	16%
VAN	U\$S 323.945	U\$S 111.245	U\$S 9.457	U\$S 0.00

Para Vistas de José Ignacio se obtiene más o menos el mismo porcentaje.

Análisis de sensibilidad de Vistas de José Ignacio con respecto a otros negocios

TIR	5%	10%	15%
VAN	U\$S 175.572	U\$S66.812	U\$S 0.00

Se debe tener en cuenta que el inversor debe disponer de una gran liquidez financiera o capacidad de crédito, en especial al inicio de las obras del primer y segundo caso. Se entiende también que implica un mayor riesgo pero dichos riesgos ya fueron identificados evaluados y prevista las soluciones en cada caso.

Cubos del Diablo sinembargo presenta un periodo de repago menor a 5 años lo que implica un menor retorno q en los casos anteriores y consecuentemente un menor riesgo. La tasa interna de retorno en este caso va a ser de un 11%.

Análisis de sensibilidad de Cubos del diablo con respecto a otros negocios

TIR	5%	10%	11%
VAN	U\$S 53.246	U\$S 6.794	U\$S 0.00

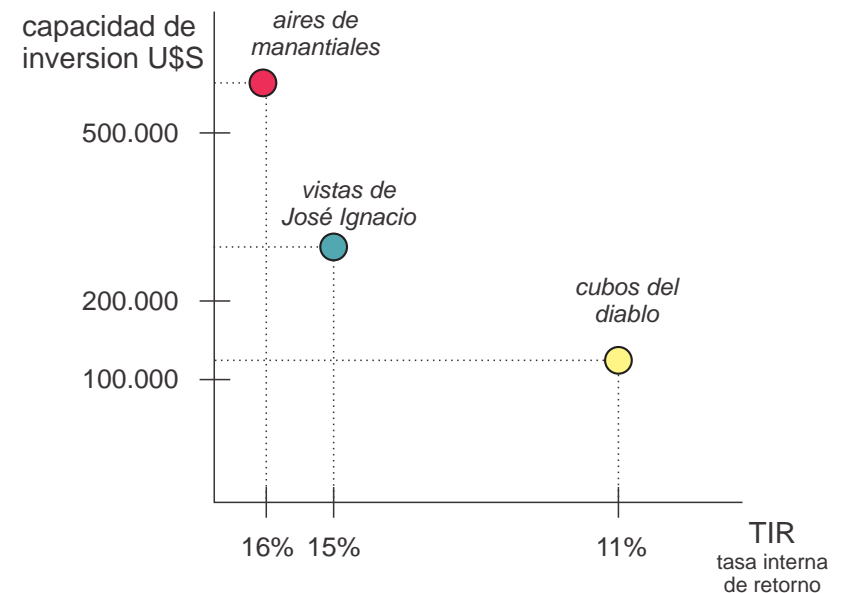
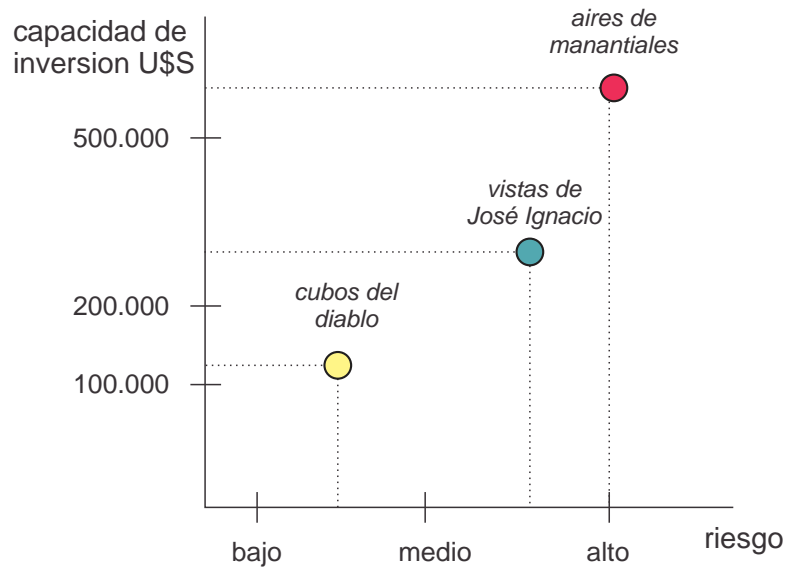
CONCLUSION

De lo escrito anteriormente se deduce que para cada emprendimiento existirá un inversor con un perfil diferente definido por su capacidad financiera, su expectativa de plazo de retorno, entre otros intereses. Por lo tanto el inversor en caso de Aires de Manantiales sería aquel que cuenta con un capital de inversión de U\$S 750.000 y busque un alto retorno a corto plazo a través de la venta de los inmuebles.

El inversor para Vistas de José Ignacio debe contar con una suma de U\$S 323.000 y busque un retorno alto a menor plazo que el anterior a través de la venta del inmueble.

Por último el perfil del inversor para Cubos del Diablo será aquel que cuente con una posibilidad de inversión entorno a U\$S 150.000 y busque mediante el negocio de alquiler obtener un retorno mensual, a través de la renta de las 3 cabañas.

Análisis de los diferentes inversores



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA ELABORACION DE LA TESINA

El trabajo de investigación presentado anteriormente tuvo como objetivo principal realizar un Plan de Negocios para un second home (como producto) en tres paisajes del este uruguayo con características muy diferentes. El seguimiento del modelo utilizado en el marco teórico permitió llevar a cabo cada una de las partes necesarias y fundamentales para un Plan de Negocios: Análisis de Mercado - Plan de Marketing - Plan Financiero. También ayudó a cumplir con los objetivos específicos planteados al comienzo de la investigación.

El estudio comienza definiendo los principales actores que intervienen en los negocios inmobiliarios y su relación entre sí. Y elegimos los dos más importantes a nuestro entender, para definir su perfil: el CLIENTE por el que comienza y finaliza cualquier negocio; y no menos importante le sigue el INVERSOR al que estratégicamente tenemos que encantar para poder llevar adelante económicamente el negocio. A ambos tenemos que convencerlos, al primero de comprar, y al segundo de invertir. Por lo tanto trataremos al cliente de seducirlo con la propuesta de valor del producto y para eso debemos saber cuáles son sus gustos, y que busca en un second home, en definitiva, el perfil del cliente. Y al inversor debemos darle la seguridad del negocio, para eso analizamos del mercado, la oferta, la demanda y la competencia, buscamos las mejores localizaciones, y le proponemos los mejores productos para un perfil de cliente seguro, que analizamos previamente.

La mejor forma de presentar este trabajo será comenzando por la presentación de cada perfil de cliente (según el destino) y de ahí seguir con todo el relevamiento del mercado del mismo lugar, oferta, demanda, terrenos, hasta el producto en sí.

La metodología que se empleó en este caso dio lugar a que se conociera un instrumento a utilizar: las encuestas realizadas a las inmobiliarias con propiedades en Manantiales - La Juanita - Punta del Diablo, que nos brindaron información esencial, como por ejemplo, si los escenarios que escogimos son los que buscan los clientes hoy; de qué perfil de clientes estamos hablando; si compran inmuebles o solamente alquilan, etc.

Lo anterior tuvo como finalidad primera, la corroboración de una buena elección de destinos para su explotación; además y no menos importante, la identificación del cliente al que apuntar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LA ELABORACION DE LA TESINA

En cuanto al estudio del mercado, se realizaron búsquedas en sitios de internet tanto de ventas como de alquileres, en esos destinos y sus cercanías. Lo que dio como resultado un amplio abanico de precios tanto de terrenos como de inmuebles, sin importar su localización, su cercanía al mar, y mucho menos el confort de la vivienda, ya que se encontraron propiedades en muy mal estado, y precios que superan lo imaginable. Otro dato importante concluido del estudio de marketing, es la forma en que venden las propiedades, ya no se utiliza más la radio ni la televisión, hoy utilizan 2 grandes herramientas: la cartelería notable a gran distancia, en los accesos de los balnearios y las redes sociales, como Foursquare por ejemplo, donde puedes ingresar y hacer comentarios positivos o negativos de cualquier lugar en el mundo que visites (ej. hoteles, restaurantes, boliches, etc.), lo que la hace una herramienta de doble filo, ya que un cliente mal atendido puede llegar a ser una amenaza para la compañía.

Dentro del Plan Financiero, se destacaron los principales puntos para operar el negocio de la mejor manera. Primero se calculó el presupuesto de obra para cada escenario (materiales, mano de obra, etc). Luego con el cronograma de obra diseñado según el producto, se plantearon los cuadros de inversiones e ingresos mensuales y por último se realizó un diagrama de flujo con el objetivo de tener de forma clara cada una de las operaciones a realizarse mensualmente.

Se puede concluir financieramente que en cualquier escenario con excepción del pesimista, se espera obtener buenos resultados con $VAN > 0$ y $TIR > Trema$.

Apoyado también con el análisis de riesgo que arroja como resultado que el proyecto es 99.99 por ciento rentable.

Apoyandose en los resultados de este trabajo de investigación, se deja ampliamente en claro que cualquiera de las 3 propuestas se pueden llevar acabo. Quedando asentado de antemano que los autores de este trabajo se ponene a disposición para cualquier duda y aclaración que este análisis requiera.

BIBLIOGRAFIA *LIBROS / FOLLETOS / REVISTAS / GUIAS / PAGINAS WEB*

Libro oficial Punta del Este 2010 y 2011

Revistas de alquileres ...

Folletos de grandes emprendimientos (Scelenza, Yoo, One, etc.)

Punta del Este mi segundo hogar – Guía de propiedades

Clases teóricas del curso Proyecto de Inversión en Emrpendimientos Inmobiliarios - 1° Semestre 2011 Farq - UdelaR

Manual de Gestión de Empresas Agropecuarias - Cap.8 Decisiones Financieras - Pedro Arbeletche

Páginas Web

www.reporteinmobiliario.com – economía & real estate

www.surmontes.com - inversiones inmobiliarias

www.terramar.com.uy – venta, alquileres, propiedades y campos

www.alejandroperrazzo.com – perazzo propiedades

www.inca.com.uy/ - costos de obra

Páginas web de inmobiliarias – venta de terrenos y casas / alquileres de temporada

www.casaseneleste.com

www.portaldeldiablo.com.uy