

estructura de un plan del negocio

diplomado administración de proyectos en la arquitectura



estructura de un plan del negocio

- **INTRODUCCION**

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, a corto, mediano y largo plazo, según su magnitud.

Es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

Es importante que la empresa precise con exactitud y cuidado la misión que va a regir a la empresa.

La misión representa las funciones operativas que se van ha ejecutar en el mercado y ha suministrar a los consumidores, en cada unidad de negocio y con un plan particular de ese negocio

estructura de un plan del negocio

- **plan de negocio**

Implantar la nueva forma de hacer negocios con una visión empresarial y de toma de decisiones de alto nivel enfocadas a la Unidad de Negocio.

objetivos específicos

- Aprender a coordinar los cinco tubos alineados al mercado con rentabilidad.
- Entendimiento de los conceptos clave de la Unidad de Negocio
- Aplicación de los conceptos clave en las decisiones empresariales del día a día en cada Unidad de Negocio



- **PLANEACION ESTRATEGICA**

Cuando Aníbal planeaba conquistar Roma e inició con la definición de la misión de su reino, luego formuló las estrategias, analizó los factores del medio ambiente y los comparó y combinó con sus propios recursos para determinar las tácticas, proyectos y pasos a seguir. Esto representa el proceso de Planificación Estratégica que se aplica hoy en día en cualquier empresa.

En los años 60's Taylor manifiesta que el papel esencial del "management" exige la planeación de las tareas que los empleados realizarían, el gerente pensará el qué, cómo y cuándo ejecutar las tareas y el trabajador hacía.

La Planificación Estratégica se concentra en objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Para lo cual es necesario que todas las personas relacionadas con la organización se desarrollen en su saber, en sus expectativas, en sus necesidades, y en sus formas de relacionarse.



estructura de un plan del negocio

- Es una planeación de tipo general, está orientada al logro de objetivos institucionales dentro de la empresa y tiene como objetivo general la guía de acción misma; es el proceso que consiste en decidir sobre una organización, sobre los recursos que serán utilizados y las políticas que se orientan para la consecución de dichos objetivos. Y se caracteriza por:
 - ser conducida o ejecutada por los altos niveles jerárquicos.
 - establece un marco de referencia a toda la organización.
 - afronta mayores niveles de incertidumbre con respecto a otros tipos de planeación.
 - generalmente cubre amplios períodos. Cuanto más largo el período, más irreversible será el efecto de un plan más estratégico.
 - su parámetro es la eficiencia.
- cuando nos referimos al proceso de planeación, hablamos de un procedimiento formal para generar resultados articulados en la forma de un sistema integrado de decisiones; de la descomposición de un proceso en pasos claros y articulados, asociado a un proceso racional.

estructura de un plan del negocio

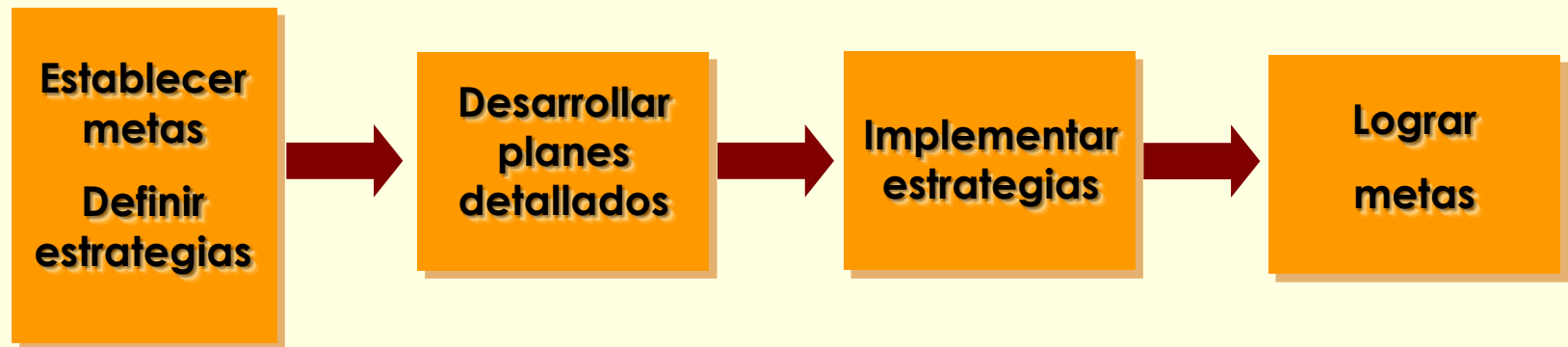
En otras palabras, a pesar de lo que se diga en contra, la planeación en lo general y más específicamente la planeación estratégica, no significa pensar estratégicamente, sino pensar en forma racionalizada, descompuesta y articulada respecto de las estrategias a implementar, entonces, aclaremos lo que ha sido la planeación estratégica para las organizaciones:

- La planeación estratégica surge formalmente a mediados de los años sesenta auspiciada por el libro de Ansoff (1965), Estrategias Corporativas.
- En la planeación estratégica los administradores hacen coincidir los recursos de la organización con sus oportunidades de mercado a un largo plazo (Stanton, 1994).
- La planeación estratégica incluye liderazgo, conocimiento organizacional, competencia, estructura de la empresa, así como la formulación de estrategias maestras fundamentadas en su aplicación temporal.
- Lo indispensable para entender la función de la planeación estratégica es la conceptualización de la estrategia en su sentido más amplio, al respecto Greg Bounds (1994) señala: “Estrategia maestra se refiere a la sustentación y coordinación de esfuerzos para lograr objetivos a largo plazo”.

El Porvenir de las Decisiones Actuales

Las decisiones que tome hoy con respecto a oportunidades y peligros del futuro generan la base para tomar las mejores decisiones por parte de una empresa para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

Proceso



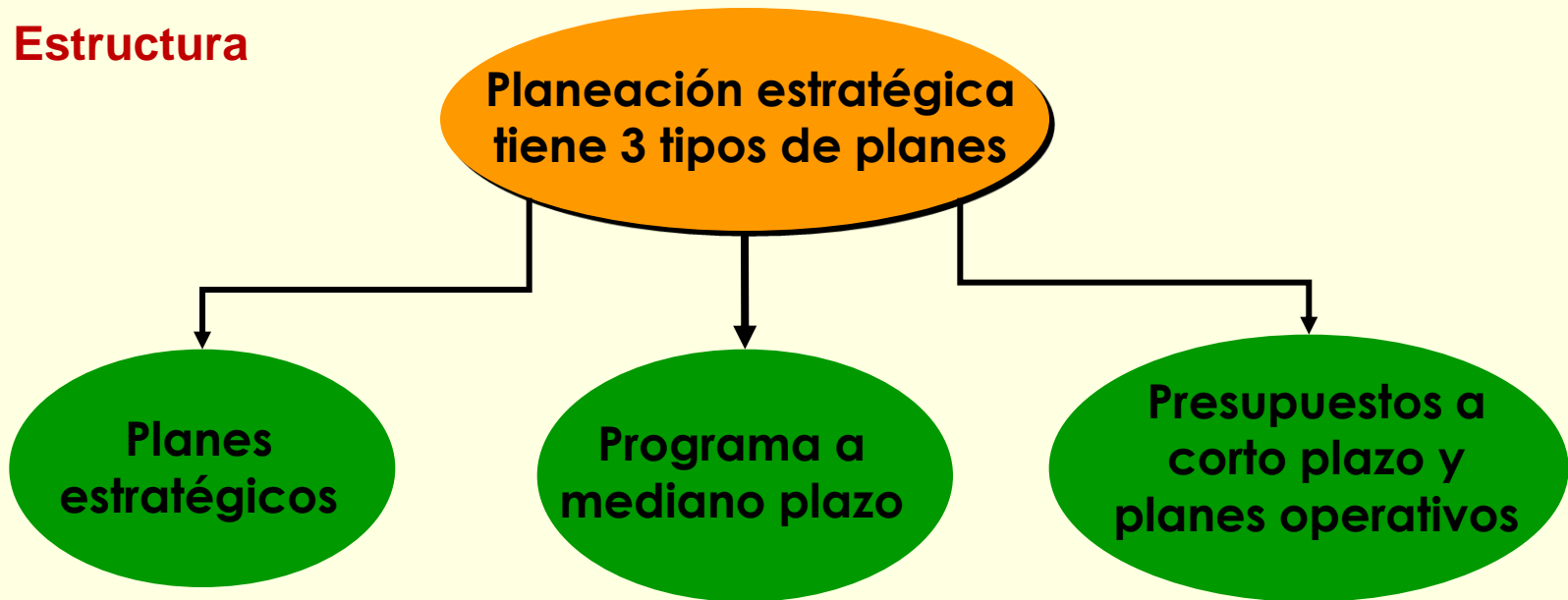
Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

estructura de un plan del negocio

Filosofía

la planeación estratégica es una actitud, una forma de vida un proceso mental, un ejercicio intelectual, más que una serie de procesos, procedimientos, estructuras o técnicas prescritas.

Estructura



Es aquello que representa una idea de lo debería ser en general una imagen de algo formado mediante la generalización de particularidades

Características de los modelos conceptuales de Planeación Estratégica

1 Premisas De Planeación

Lo que va antes, lo que se establece, lo que se declara postulado, las premisas están divididas en dos tipos: plan para planear y la información sustancial. Antes de llevar a cabo un programa estratégico de planeación es importante que las personas involucradas en él tengan un amplio conocimiento de lo que tiene en mente el alto directivo y cómo operará el sistema.

La información acumulada en estas áreas algunas veces es llamada "análisis de situación"



estructura de un plan del negocio



estructura de un plan del negocio

matriz FODA	F fortalezas	D debilidades
O oportunidades	estrategias FO Usar fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades	estrategias DO Superar debilidad tomando ventaja de las oportunidades
A amenazas	estrategias FA Usar fortalezas para evadir amenazas	estrategias DA Minimizar debilidades y evitar amenazas

2.- Formulación De Planes

Formular estrategias maestras y de programas



estructura de un plan del negocio

El proceso de implantación cubre toda la gama de actividades directivas, incluyendo la motivación, compensación, evaluación directiva y procesos de control.

Los planes deben ser revisados y evaluados para evitar que terminen siendo obsoletos. Este proceso contribuye significativamente al mejoramiento de la planeación. Sallenave (1991), afirma que "La Planificación Estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo.

Finalidad:

producir cambios profundos en los mercados de la organización y en la cultura interna.

Objetivo:

Remodelar y modelar los negocios y productos de la empresa de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios

estructura de un plan del negocio

No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa".



estructura de un plan del negocio

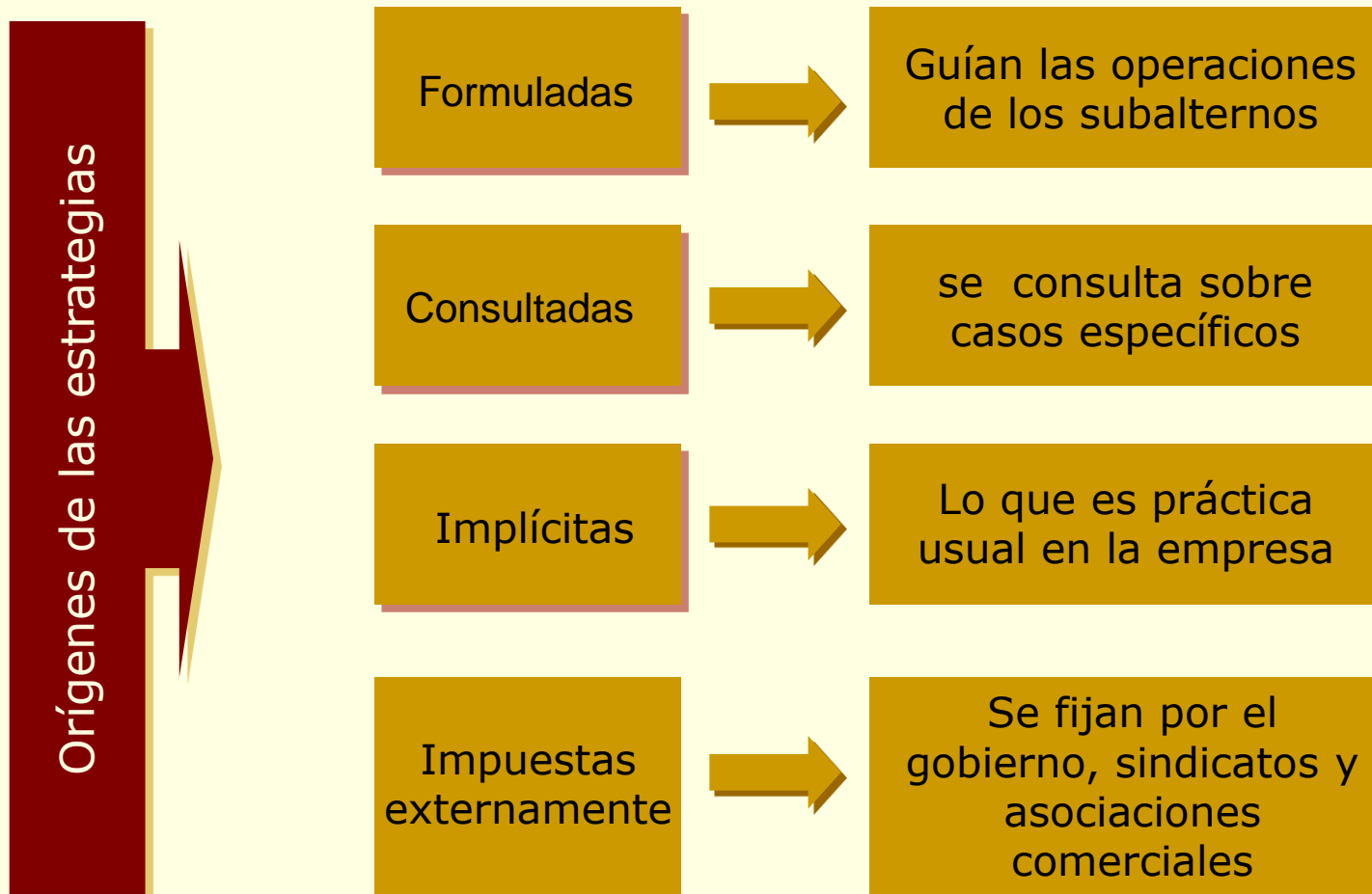
Fortalezas: fuerzas propulsoras de la organización que facilitan la consecución de los objetivos organizacionales

Limitaciones: fuerzas restrictivas que dificultan o impiden el logro de tales objetivos.

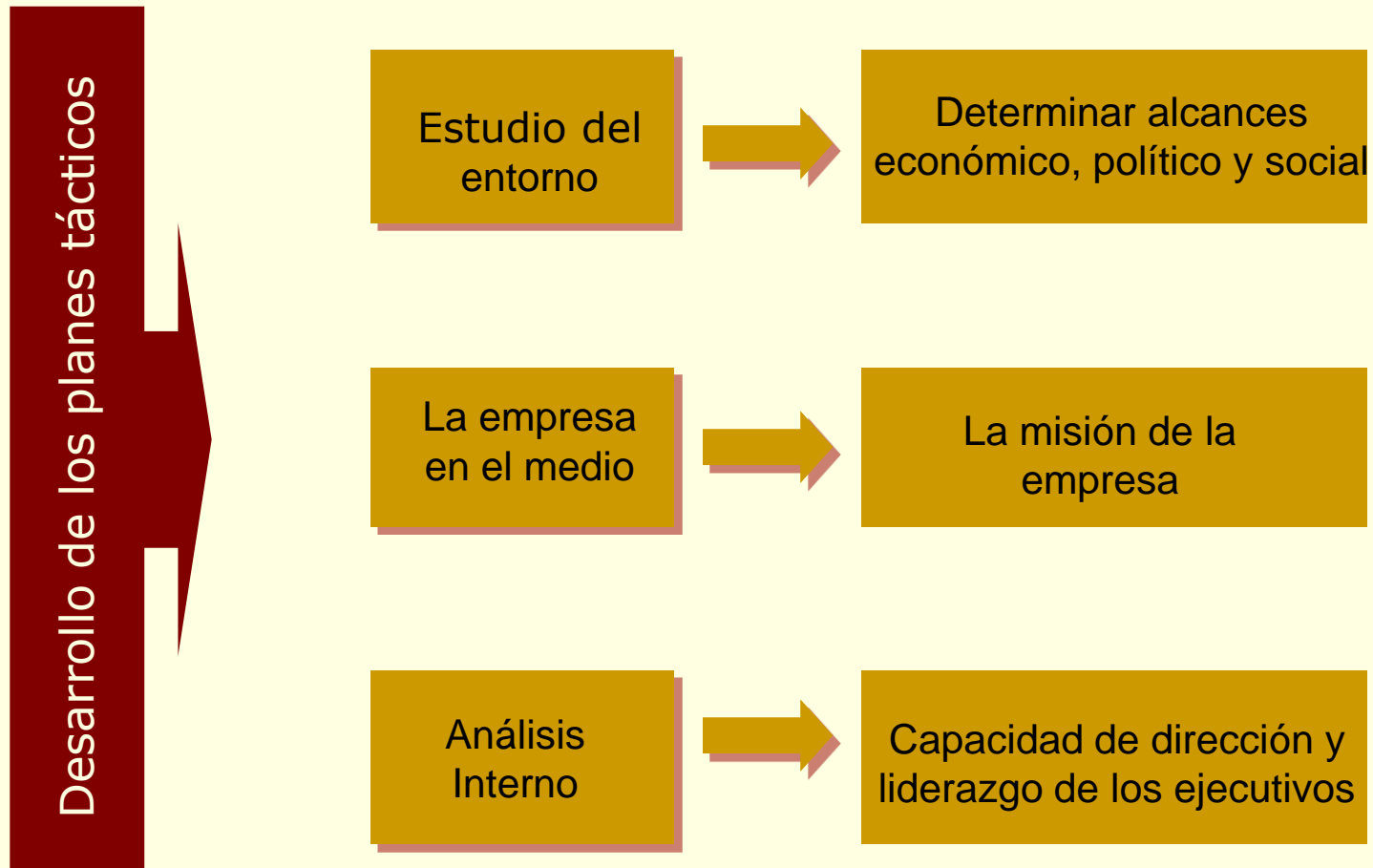


estructura de un plan del negocio

Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y esfuerzos



estructura de un plan del negocio



estructura de un plan del negocio

Aplicación de un concepto determinado;

Detrás de cada acción reflexionada existe una voluntad. ¿De donde proviene la chispa inicial de voluntad que dará lugar al desarrollo de plan para llegar finalmente a la Acción Empresarial?: De una visión.

Visión Misión

La palabra visión evoca imágenes sobrenaturales, apariciones, profecías y revelaciones, y a los visionarios los sitúan en el panorama social al lado de los locos. Sin embargo, toda empresa, todo plan, empieza con una visión.

La definición de una misión delimita, el campo de actividades posibles, con el fin de concentrar los recursos de la empresa en un campo general o dirigirlos hacia un objetivo permanente.

Los propósitos y las misiones comerciales básicas son la base para el conjunto de metas en un negocio. No existe uniformidad en la estructura del mismo en el mundo de los negocios, sino lo que se incluye o excluye, la manera en que se ordenan y se relacionan las metas varía de una compañía a otra, y de un momento a otro dentro de la misma empresa



estructura de un plan del negocio

Tipos de metas:

Los planes estratégicos, son diseñados por los altos ejecutivos y los administradores de mandos medios para lograr las metas generales de la organización.

Los planes operacionales. Son aquellos que indican cómo serán implantados los planes estratégicos mediante las actividades diarias.

Doctrinas o Filosofías de una Empresa

Por esto un propósito básico para cualquier negocio es buscar la utilidad mediante el **uso efectivo y eficaz de recursos**. La meta de utilidad puede tomar varias formas:

"Nuestro propósito es crear suficientes utilidades para mantener el bienestar y crecimiento de la compañía". "La meta es optimizar las utilidades".

"Un propósito básico (de nuestra compañía) es proporcionar un alto nivel de crecimiento de las ganancias por acciones". "Nuestro objetivo básico es obtener y pagar dividendos a nuestros accionistas y cuidar su inversión".



estructura de un plan del negocio

Misiones Básicas

Las premisas de las misiones identifican el diseño, meta o empuje implícitos de una compañía. Pueden ser expresadas a diferentes niveles de abstracción.

¿ CUÁL ES LA MISIÓN APROPIADA?

Toma de decisiones a través de un juicio



estructura de un plan del negocio

Formulación de las Misión



estructura de un plan del negocio

Tipos Conceptuales y Operativos De Objetivos

En teoría, los objetivos deberían establecerse para cada elemento de una empresa los cuales según la alta dirección deben ser sujetos a planes.

En la práctica, la mayoría de las compañías tienen relativamente pocos objetivos de planeación a largo plazo.

Otras áreas para las cuales se establecen objetivos incluyen: desarrollo del producto, productividad, diversificación, contratación de minorías, sustitución de instalaciones, intensidad de trabajo del producto, clasificación de la industria, desarrollo directivo, condiciones laborales, niveles de empleo y responsabilidades sociales.

Existen cuatro enfoques fundamentalmente diferentes para plantear el enfoque ascendiente, el descendiente, una combinación de estos dos, y el enfoque en equipo.



La Planificación a Largo Plazo

La planificación a largo plazo, obliga a pensar en el futuro, hay que tener una idea de qué es lo que estará haciendo entonces la empresa, a dónde se habrá dirigido el sector, y cuáles serán las posiciones relativas de los competidores y realizar un serio análisis estratégico.

Desarrollar objetivos de planeación a largo plazo

El significado de objetivos de planeación a largo plazo. Un objetivo, se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico. Es un valor aspirado por un individuo o un grupo dentro de una organización; una clase específica de un propósito fundamental y define en forma más concreta a éste o a una parte del mismo; es un estado futuro deseado de un negocio o de uno de sus elementos. A pesar de que el objetivo debe lograrse en el futuro, se determina un lapso específico para su realización.

estructura de un plan del negocio



Criterios para los Objetivos



La programación a mediano plazo indicará la manera en la que deben distribuirse los recursos para implantar las estrategias. Si no se disponen ni se pueden adquirir ciertos recursos, es necesario volver a examinar las estrategias y modificarlas para adaptarlas a la disponibilidad de recursos.

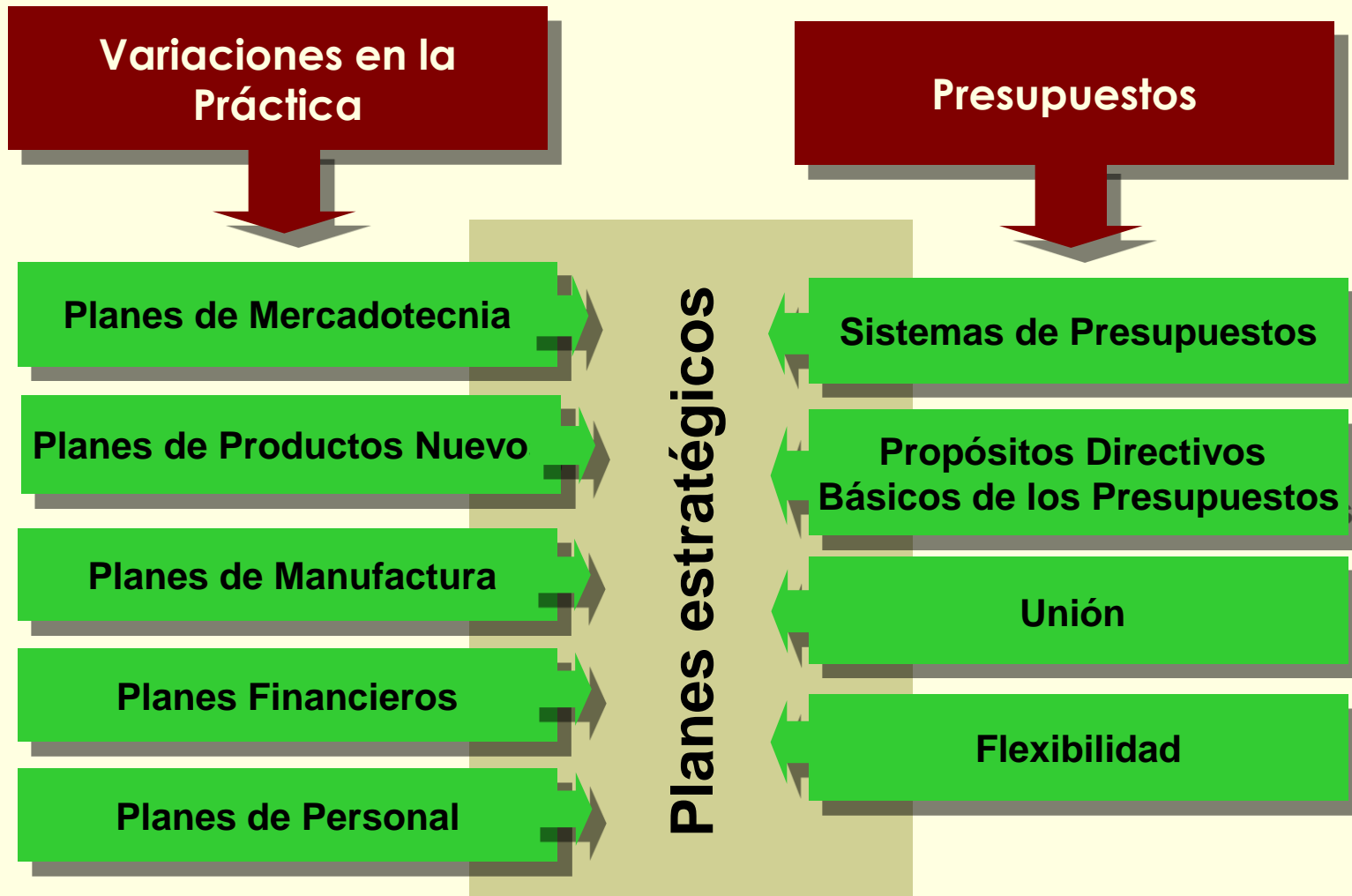
Cuando los planes funcionales se unen a la satisfacción de los directivos, proporcionarán además una base sólida para desarrollar planes tácticos a corto plazo para asegurar la implantación de los mismos.

La Estructura del Programa a Mediano Plazo

Una planeación completa requeriría la preparación de planes funcionales a mediano plazo para cada función, tanto de línea como de personal, y para cada producto o servicio. Debido a las enormes complejidades de tal integración, ninguna empresa intenta cubrir todas las áreas funcionales.



estructura de un plan del negocio



estructura de un plan del negocio

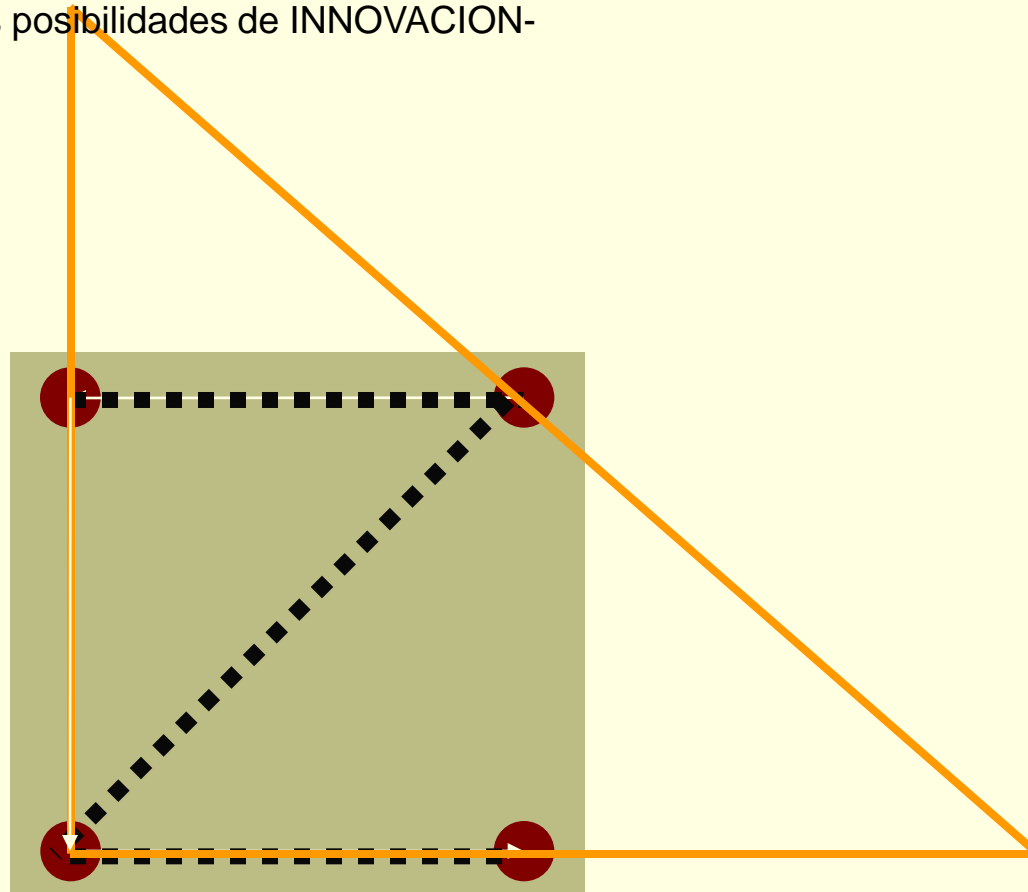
La empresa selecciona, entre varios caminos alternativos, el que considera más adecuado para alcanzar los objetivos propuestos.

Sin embargo podemos afirmar que la planeación estratégica no tendría grandes variantes en sus resultados, si todas las empresas tomaran lo que en la matriz FODA se sintetiza. Que no es otra cosa que las información disponible en cualquier empresa ordenada, tanto de si misma como del entorno.

Pero para mí y otros autores existe un elemento que no todos los niveles directivos tienen y que es la capacidad de abstraerse de la situación y circunstancia por resolver para con una mentalidad de INNOVACIÓN, establecer soluciones posibles o escenarios que las mismas circunstancias nos delimitan o restringen para poder visualizarlas, así por ejemplo:

estructura de un plan del negocio

Si tratamos de unir cuatro puntos formando una serie unida sin que estas líneas se crucen, veremos que los límites tanto de las circunstancias como de la INERCIA MENTAL, provocada muchas veces, por un acto de responsable accionar, no nos permiten ver la solución, la cual la mayoría de las veces se encuentra fuera de las premisas analizadas -la verdad es que dentro de esta actitud lo único que se logra es ignorar las posibilidades de INNOVACION-



estructura de un plan del negocio

- La estrategia vista desde una óptica global, integra una serie de conceptos y acciones que se inician con el establecimiento de metas y objetivos, así como la traducción de los planes en programas y el monitoreo para asegurar el cumplimiento de los objetivos, además, implica la tarea de comunicar y de mostrar una línea para el empleo general de los recursos (Robert Grosse, 1992).

La clasificación hecha por Mintzberg (1993) de las estrategias definidas como genéricas, agrupadas en cinco apartados:

- La **ubicación del negocio medular** que incluye las estrategias en las etapas de operación y las industriales.
- La **diferenciación del negocio medular** que contiene las estrategias para las áreas funcionales, las de diferenciación de precios, imagen, calidad, diseño, apoyo a la diferenciación y la no-diferenciación. Las estrategias de alcance sin segmentación, las de segmentación por nicho y de fabricación por pedido.
- La **elaboración del negocio medular** con estrategias de penetración, desarrollo de mercado, expansión geográfica y de desarrollo de productos.

estructura de un plan del negocio

- La **ampliación del negocio medular** con estrategias de cadena de integración, diversificación, entrada y control, así como combinadas de integración - diversificación y de retirada.
- La **reconsideración del negocio medular** con las estrategias de redefinición del negocio, recombinación del negocio y reubicación medular.
- Así pues, para la vivienda en un proceso de planeación cual sería el **negocio medular** y por ende la estrategia a donde se debe de dirigir.
- Así que, cada especialidad nos dirá:
la reserva territorial; el financiamiento para la construcción; el diseño de la vivienda; la construcción; la comercialización; etc.

La verdad es que, para tener una verdadera Planeación Estratégica de la vivienda, debemos hacer una síntesis de la misma, la cual yo considero la siguiente ecuación:

$$\mathbf{M + E = e}$$

Lo que quiere decir que en la medida que utilicemos menos energía (**E**) para transformar una masa (**M**), tendremos un espacio (**e**) mas adecuado a las circunstancias que seguramente la matriz FODA determinó.



estructura de un plan del negocio

Para el caso de un automóvil, surge lo mismo, tenemos que hacer una síntesis del mismo y definir la estrategia a seguir.

Así por ejemplo un automóvil de los 50´ es relativamente parecido con uno actual, ya que para esa época, se habían resuelto la autonomía; el confort; la potencia; etc., sin embargo existe una diferencia fundamental entre ambos que los hace casi opuestos aún y cuando la resultante formal es muy similar, dado que a ambos los sigue utilizando el ser humano y por lo pronto no ha cambiado en su antropometría.

La razón es que mientras uno, el de los 50´, fue diseñado para **resistir** la energía generada por la velocidad o por la de el impacto, el otro 90´, fue diseñado para **disipar** la misma energía.

Así la planeación estratégica verdaderamente dará los resultados esperados si a todas las acciones de planeación se les dota de una dosis de innovación ya sea en la vivienda misma o en el proceso de selección o creación de nichos. Y principalmente para el sector vivienda donde todas las estrategias; procesos y errores están a la vista de la competencia.



estructura de un plan del negocio

- La planificación estratégica es necesaria para asegurarse la formulación de un plan sólido para la empresa.
- La planificación estratégica es inútil cuando la dirección no utiliza como un modo de incrementar el nivel de conciencia estratégica en la empresa, todo sistema de planificación estratégica por sencillo que sea, es útil, pues cumple con la misión de proporcionar un apoyo metodológico (poner fecha y orden a la tarea estratégica) a algo que la dirección general ya quería hacer.
- La Planeación Estratégica: Especifica la relación de la organización con su ambiente en función de la misión, los objetivos, las estrategias y el plan de cartera.
- El análisis del entorno está cifrado en identificar las oportunidades que se presentan para la empresa y las amenazas que se vislumbran en el futuro.

■
El análisis interno de la empresa figura en los puntos fuertes y débiles de la organización, por comparación implícita con las demás empresas del sector.

- Ello tiene que ver con su habilidad distintiva (la fortaleza principal), y se presume que una empresa desarrolla fortalezas en el campo que considera como área estratégica.



estructura de un plan del negocio

En 1962, Alfred D. Chandler propuso un enfoque de “estrategia inicial”, definiéndola como la determinación de las metas y objetivos básicos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de los recursos necesarios para lograr dichas metas.

Algunos autores establecen claramente la diferencia entre plan, planeación y planificación. El plan representa la concreción documental del conjunto de decisiones explícitas y congruentes para asignar recursos a propósitos preestablecidos. La planeación implica el proceso requerido para la elaboración del plan. En cambio, la planificación representa el ejercicio (la aplicación concreta) de la planeación vinculada con la instrumentación teórica requerida para transformar la economía o la sociedad. La planificación ha sido entendida como la tecnología de anticipación de la acción política en materia social y/o económica. (Tomás Miklos, Criterios Básicos de Planeación)

estructura de un plan del negocio

- Los Objetivos de la Organización. Se derivan de la misión. Son guías para valorar el grado de movimiento hacia el logro de la misión y constituyen la base para determinar los objetivos operativos para las Subunidades y los departamentos de la Organización.
- El análisis de la Cartera. Sugiere las Estrategias Corporativas que se basan en la posición que tienen las unidades estratégicas de la empresa en la cartera matriz.
- Las estrategias de la Organización. Representa la fuerza relativa de cada unidad estratégica de negocio.
- Los objetivos y las estrategias de la Corporación Contenidos en el Plan Estratégico, se convierten en objetivos y estrategias operativos y por medio de la planificación estratégica, la organización puede lograr la Unidad y la Continuidad de Acción .
- Y por último no considero una verdadera Planeación Estratégica sin una dosis de INNOVACION.

**el proceso de innovación es la oportunidad de cuestionarnos
los modelos mentales de cómo ofrecemos valor**



estructura de un plan del negocio

- contenido del plan de negocio



estructura de un plan del negocio

- **metas que integran el plan**

Misión: Ser líderes en plusvalía y calidad de vida a nuestros clientes y colaboradores

Visión: Ingresos por xx, millones de pesos

Planeación: Definir planes de acción que analizando, la matriz FODA, fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, nos permitan garantizar el éxito de la UN

Gente Ofrecer la mejor opción de trabajo, con oportunidades de desarrollo personal, profesional y calidad de vida

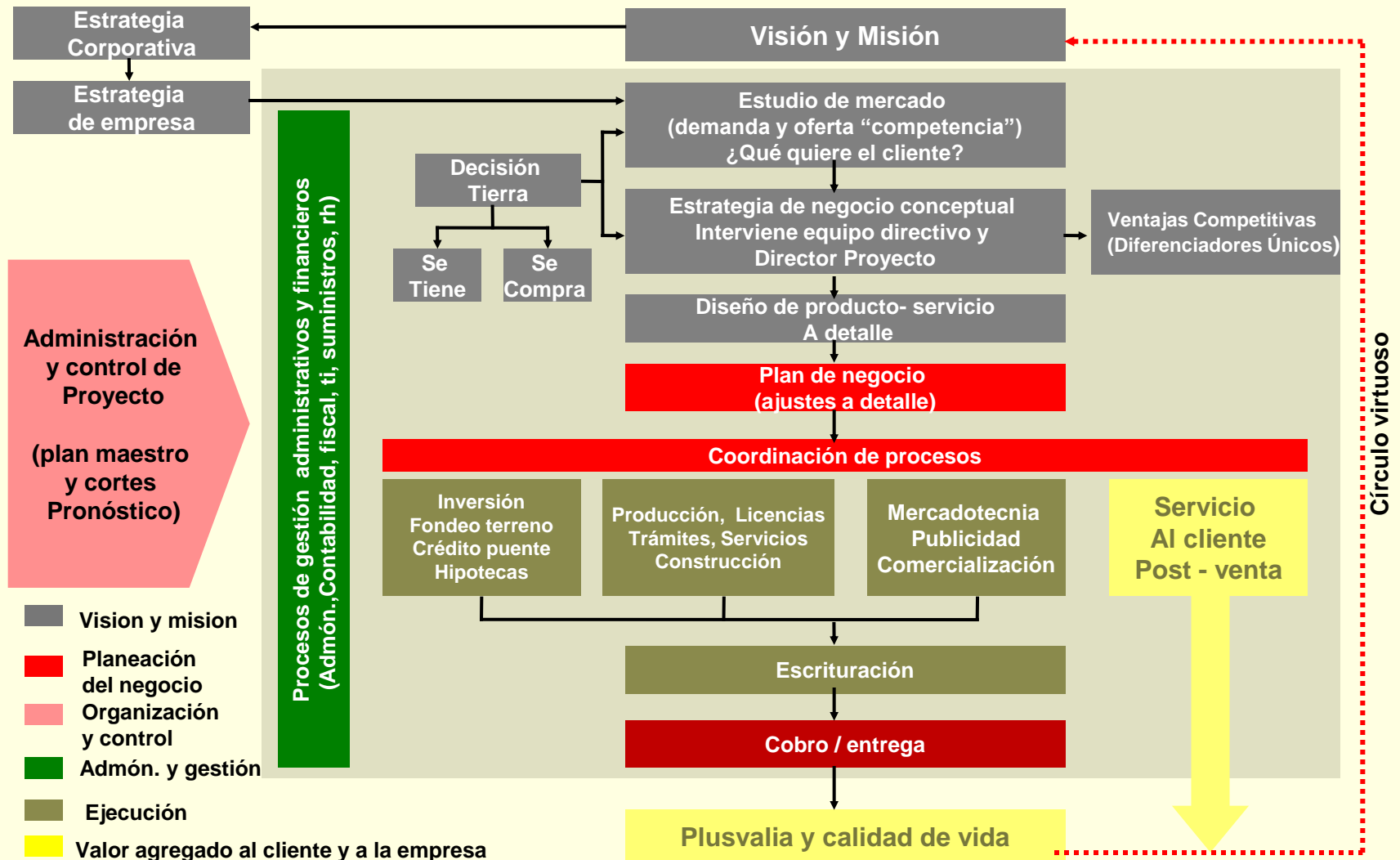
Producto: Brindar a nuestros clientes una plusvalía en su patrimonio a través del tiempo y una mejor calidad de vida, con los mejores planes de financiamiento. Así mismo les brindaremos antes, durante y después de la venta

Rentabilidad: Brindar a nuestros accionista y socios la superación cotidiana de nuestras metas y lograr la rentabilidad propuesta

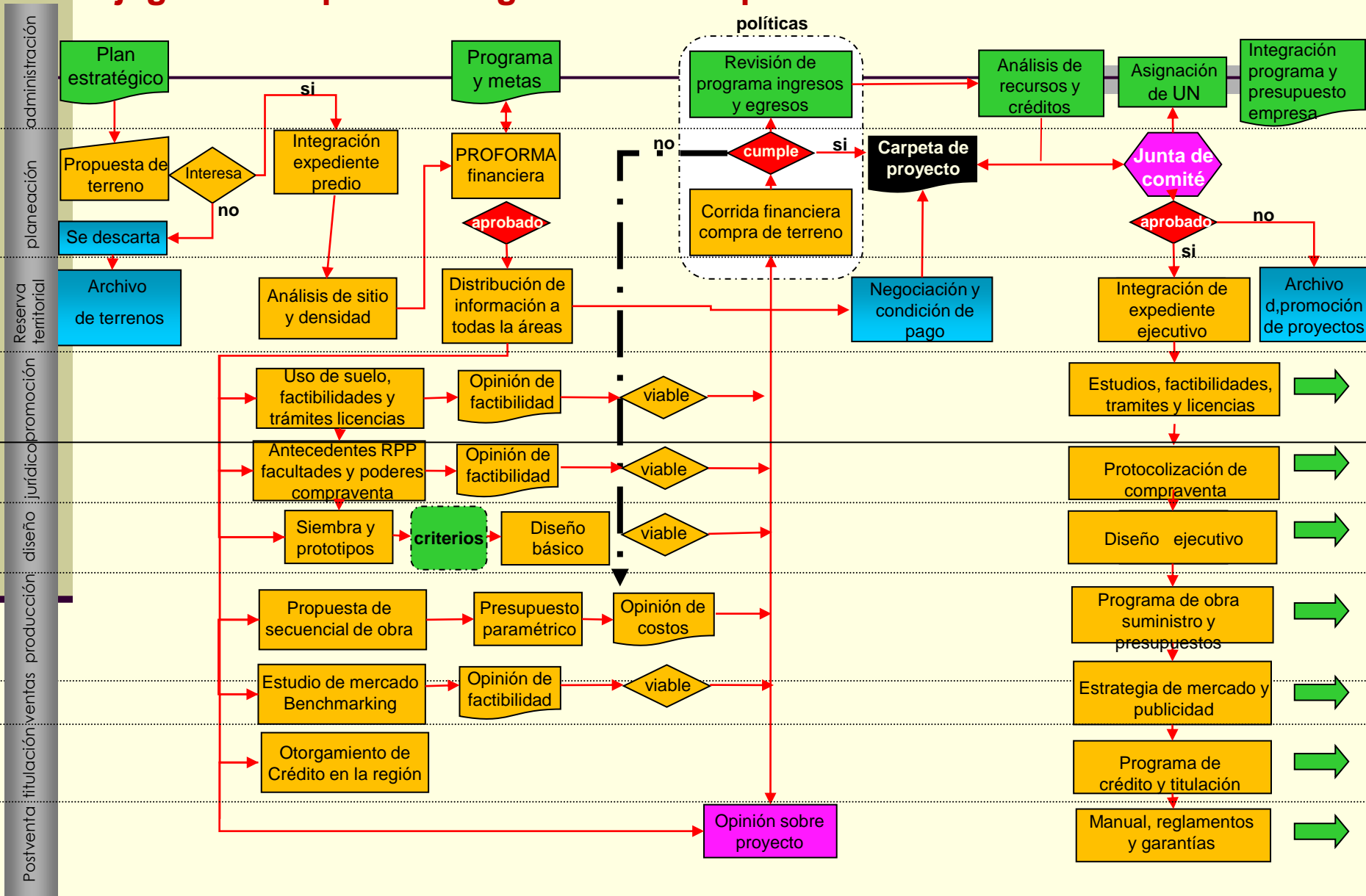
Meta: Generación de valor para todos los involucrados, Clientes, Inversionistas, Colaboradores y Comunidad

estructura de un plan del negocio

- diagrama del plan de negocio en la empresa

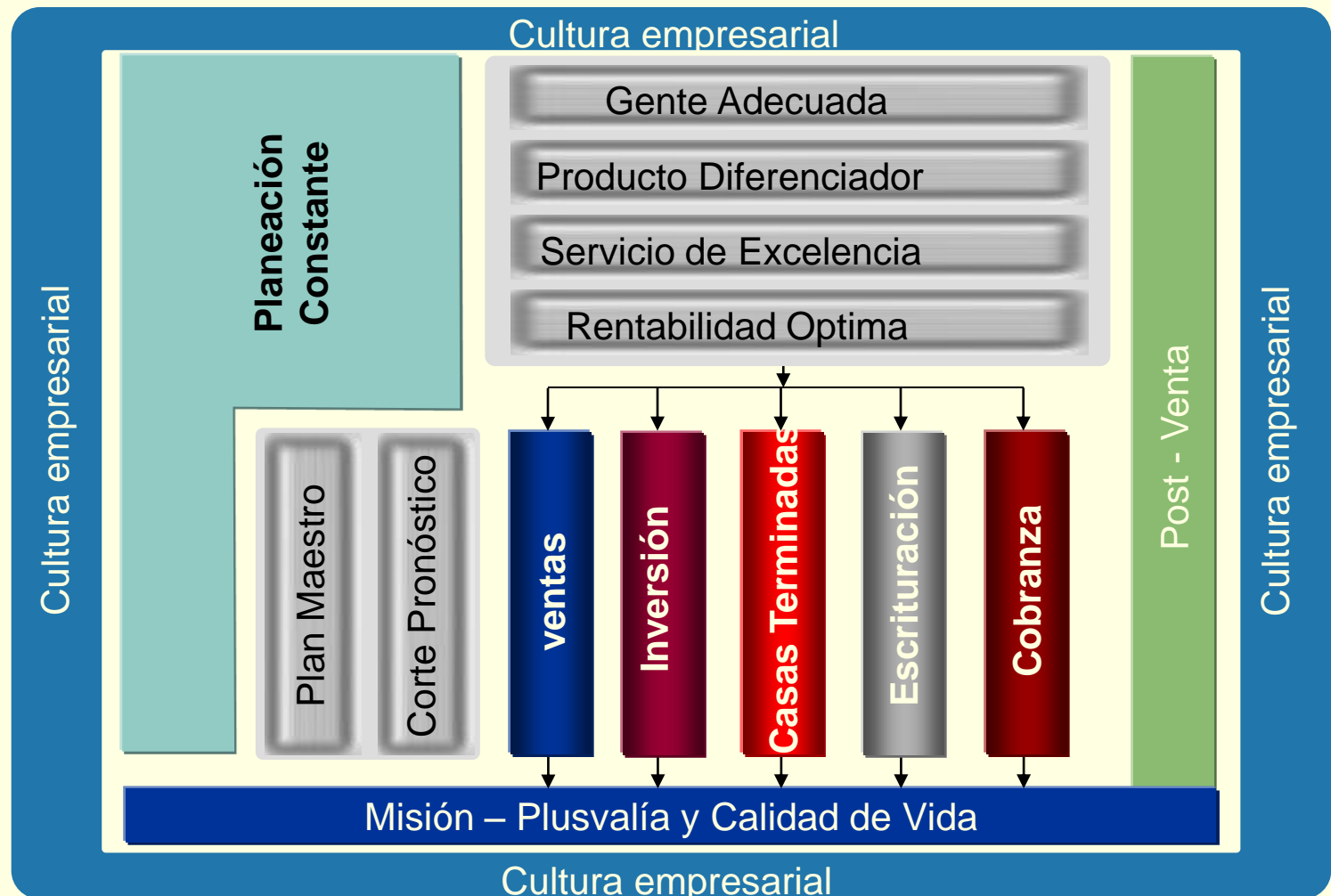


flujograma del plan de negocio en la empresa

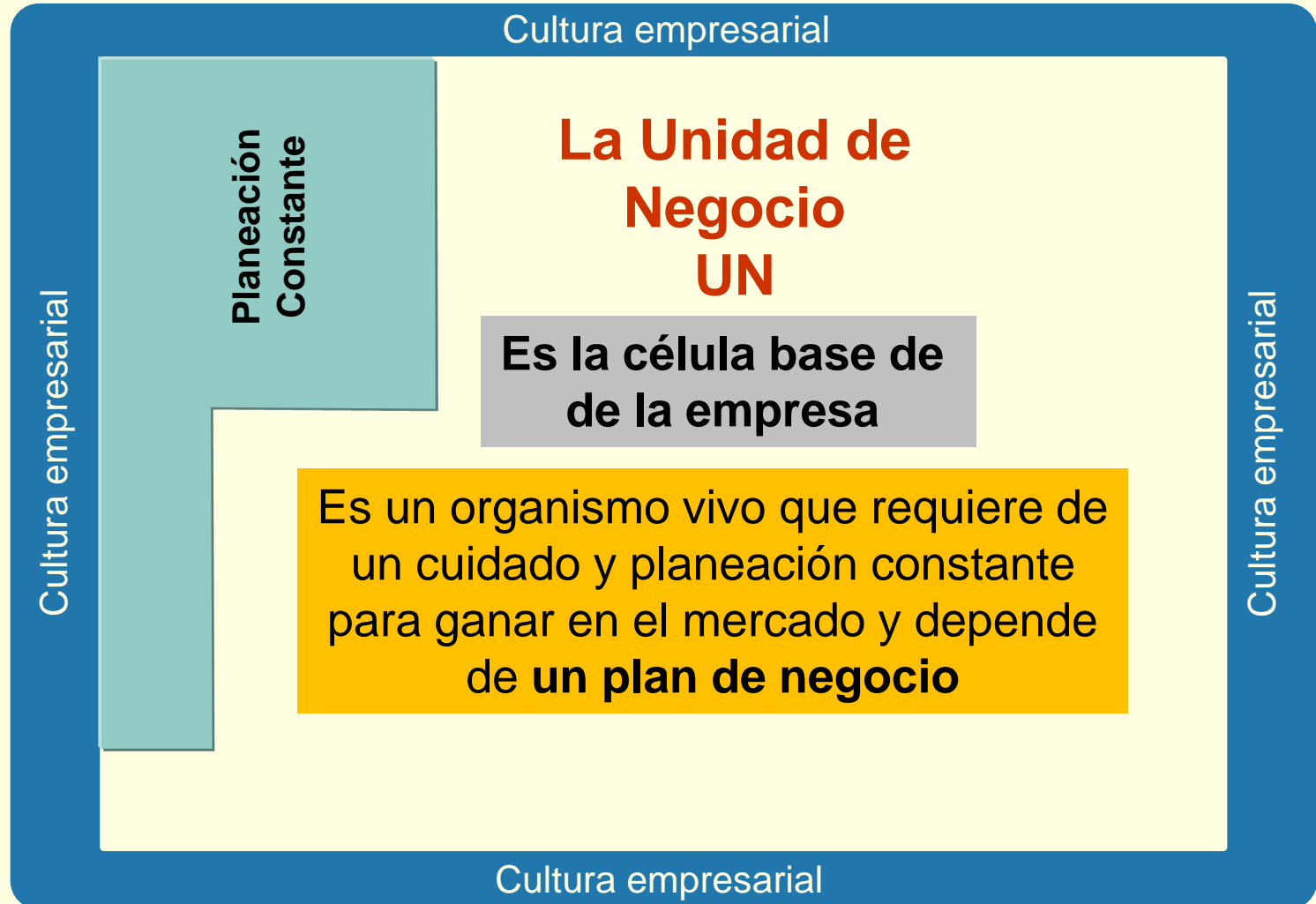


estructura de un plan del negocio

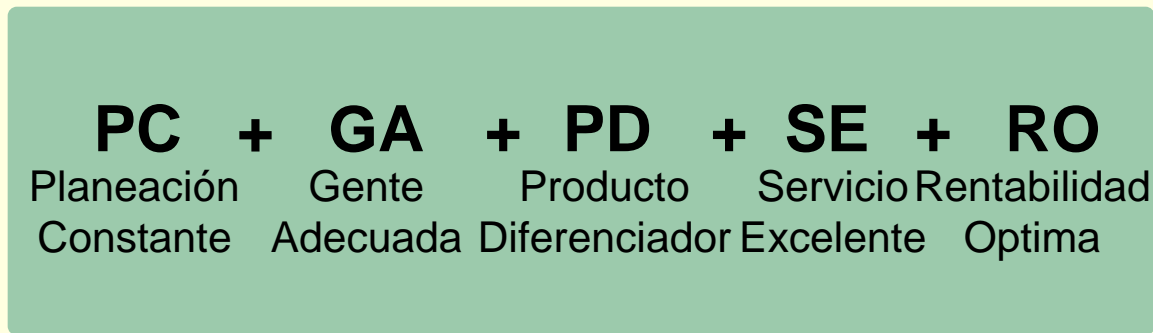
- diagrama de la unidad de negocio



estructura de un plan del negocio



estructura de un plan del negocio

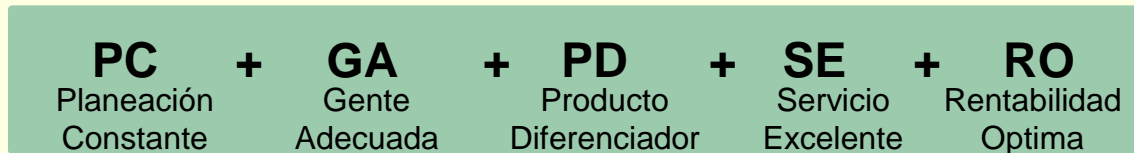


Cultura empresarial



Cumpliendo Misión de Plusvalía y calidad de vida

estructura de un plan del negocio



=> **I, Mg, TIR**
Ingresos, Margen y TIR

Planeación Constante

1. Planeación en equipo (involucrados en la UN)
2. Enfocada al mercado
3. Estudio de competencia
4. Creación de diferenciadores ponderados avalados en el mercado
5. Diseño de producto y temáticas
6. Plan de negocios integral (construcción, financiamiento, comercialización, legal, diseño y promoción)

Gente Adecuada

1. Gente con ideales enfocados a la misión, valores, cultura institucional
2. Honestidad y lealtad
3. Institucionalidad
4. Conocedora de su área
5. Conocer sus metas y segmentos
6. Enfocados y con resultados – cumplidor – el como si se puede – no la justificación
7. Se integra y es formador de equipo – Exigente – Motivador
8. Exceder los PRESUPUESTOS, el presupuesto es el piso”
9. Con hambre, ambición, desarrollo personal y deseo por matar a la competencia.

estructura de un plan del negocio

PC + **GA** + **PD** + **SE** + **RO**
Planeación Constante Gente Adecuada Producto Diferenciador Servicio Excelente Rentabilidad Optima

=> **I, Mg, TIR**
Ingresos, Margen y TIR

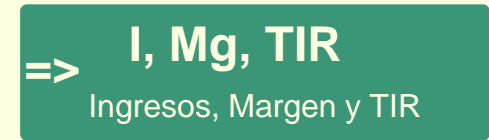
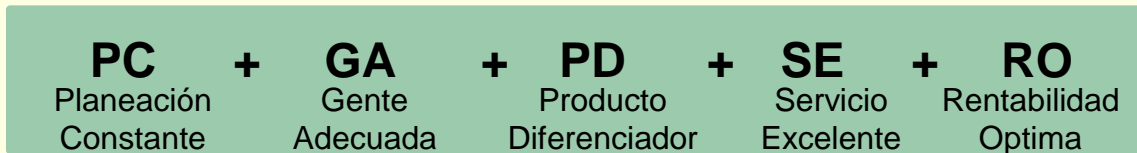
Producto Diferenciador

1. Con base a una planeación constante
2. Producto con diferenciadores ponderados hacia el mercado
3. Conocer y capacitar en las ventajas del producto y servicio
4. Viviendas con calidad de excelencia
5. Calidad de excelencia (100% sellado)
6. La mejor hipoteca para todos
7. Diseños únicos enfocados a perdurar en el tiempo

Servicio Excelente

1. Atención amable, cordial y certificada
2. Oficinas y casas muestra de calidad, alineada a la imagen de la empresa
3. Agresividad en el cierre y seguimiento de la venta, atención e información
4. Cumplimiento en tiempo, ubicación, precio y especificaciones
5. Entrega emotiva, gente sienta, disfrute y viva
6. Educación al cliente antes- durante y después de la venta
7. Servicio de post venta y organizar administración y mantenimiento del conjunto
8. Antes de iniciar la venta contar con todos los atractivos, accesos, avenidas,, comercios, oficinas de venta, casas muestra listas

estructura de un plan del negocio



Rentabilidad Óptima

1. Ahorros y austeridad en todas las actividades
2. Búsqueda constante para exceder y mejorar indicadores (el Presupuesto es . . . el piso)
3. Conocimiento óptimo y preventivo de desviaciones
4. Productividad y eficiencia (sistemas, Procesos, Normas, Políticas)
5. Bench mark
6. Corte Pronóstico mensual – basado contabilidad e información real, veraz . . . y oportuna
7. Plan de acción (programa de la Unidad de Negocio) modificando constante
8. Mejora continua en márgenes, TIR, ROI, y flujos libre de caja

estructura de un plan del negocio

- ejemplo de plan de negocio

estructura de un plan del negocio

- **localización**



estructura de un plan del negocio

• anteproyecto

54	18	595	514	499	580
51	17	441	386	372	424
48	16	399	337	332	396
45	15	399	337	332	396
42	14	399	337	332	396
39	13	399	337	332	396
36	12	399	337	332	396
33	11	399	337	332	396
30	10	399	337	332	396
27	9	399	337	332	396
24	8	399	337	332	396
21	7	399	337	332	396
18	6	399	337	332	396
15	5	399	337	332	396
12	4	399	337	332	396
9	3	399	337	332	396
6	2	399	337	332	396
3	1	388	1,115	1,144	388
<hr/>					
3					3,730
6					3,730
9					3,730
12			área de desplante		3,730
15			superficie de vivienda		3,730
18			superficie de vivienda		3,730
subtotales		7,409	6,059	5,999	7,332
			superficie de estacionamientos		26,799
			superficie de construcción		22,380
					22,380
					49,179
TOTAL M2					

62 viviendas
24 niveles
18 vivienda
6 estacionamiento
66 condominios
4 equipamientos
300 cajones

Terreno 5,187.26 m2
Construcción 49,179.00 m2
Estacionamientos 22,000.00 m2

72.92%
área construida

28.08%
área libre



estructura de un plan del negocio

- anteproyecto

AREA CONSTRUIDA vendible		m2			
54	18	595	514	499	580
51	17	441	386	372	424
48	16	399	337	332	396
45	15	399	337	332	396
42	14	399	337	332	396
39	13	399	337	332	396
36	12	399	337	332	396
33	11	399	337	332	396
30	10	399	337	332	396
27	9	399	337	332	396
24	8	399	337	332	396
21	7	399	337	332	396
18	6	399	337	332	396
15	5	399	337	332	396
12	4	399	337	332	396
9	3	399	337	332	396
6	2	399	337	332	396
3	1	388	1,115	1,144	388
<hr/>					
3					3,730
6					3,730
9					3,730
12					3,730
15					3,730
18					3,730
TOTALES		7,409	6,059	5,999	7,332
					26,799
					22,380
					22,380
					49,179 m2

datos generados de la información disponible en el proyecto realizado, por los socios del desarrollo

PRECIO DE VENTA M2 \$USD
miles precio usd / m2 \$2,090.00

18	2.10	2.10	2.17	2.17
17	2.10	2.10	2.10	1.00
16	2.08	2.16	2.24	2.16
15	2.07	2.15	2.23	2.15
14	2.06	2.14	2.21	2.14
13	2.05	2.12	2.20	2.13
12	2.04	2.11	2.19	2.12
11	2.03	2.10	2.18	2.11
10	2.02	2.09	2.17	2.10
9	2.01	2.08	2.15	2.09
8	2.01	2.07	2.14	2.09
7	2.01	2.06	2.13	2.08
6	2.00	2.05	2.12	2.07
5	1.99	2.04	2.11	2.06
4	1.98	2.00	2.06	2.06
3	1.98	2.00	2.05	2.05
2	1.97	2.00	2.05	2.05
1	2.28	2.00	2.00	2.36
<hr/>				
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
				0.00
	2.04	2.09	2.16	2.06
				2.09
				0.00
				0.00
				49,179.00m2 construidos
				2.09 USD mil

26,799.00m2 vendibles 54.5%
23,764.00m2 vivienda
3,035.00m2 equipamiento
22,380.00m2 servicios 45.5%



estructura de un plan del negocio

• impacto urbano aprobado

63	21	660	660	660	660		
60	20	660	660	660	660		
57	19	660	660	660	660		
54	18	595	514	499	580		
51	17	441	386	372	424		
48	16	399	337	332	396		
45	15	399	337	332	396		
42	14	399	337	332	396		
39	13	399	337	332	396		
36	12	399	337	332	396		
33	11	399	337	332	396		
30	10	399	337	332	396		
27	9	399	337	332	396		
24	8	399	337	332	396		
21	7	399	337	332	396		
18	6	399	337	332	396		
15	5	399	337	332	396		
12	4	399			396		
9	3	399			396		
6	2	399			396		31,684 m2
3	1	388	1,115	1,144	388		3,035m2
<hr/>							
subtotales		9,389	8,039	7,979	9,312		34,719m2
3	1				1,830		
6	2				1,830		
9	3				1,830		
12	4				1,830		
15	5				1,830		
18	6				1,830		
subtotales					10,980		10,980 m2
<hr/>							
TOTAL M2							45,699 m2

Terreno	5,187.26m2
Construcción	50,130.00m2
• sobre banqueta	31,708.89m2
• bajo banqueta	18,421.15m2
vivienda	31,709.00m2
estacionamiento	11,000.00m2

- 2 autorizada sin proyecto
- 2 vivienda en proyecto
- 2 vivienda en proyecto
- 2 servicios en proyecto
- estacionamiento en proyecto
- 2 totales

74 viviendas
27 niveles
 21 vivienda
 6 estacionamiento
78 condominios
 4 equipamientos
259 cajones

***Nota**
 Por efectos del CUS, se puede disponer de 7,551.26m2, que serian adicionales



estructura de un plan del negocio

• impacto urbano aprobado

21	660	660	660	660	2.09
20	660	660	660	660	2.09
19	660	660	660	660	2.09
18	595	514	499	580	2.09
17	441	386	372	424	2.09
16	399	337	332	396	2.09
15	399	337	332	396	2.09
14	399	337	332	396	2.09
13	399	337	332	396	2.09
12	399	337	332	396	2.09
11	399	337	332	396	2.09
10	399	337	332	396	2.09
9	399	337	332	396	2.09
8	399	337	332	396	2.09
7	399	337	332	396	2.09
6	399	337	332	396	2.09
5	399	337	332	396	2.09
4	399			396	2.09
3	399			396	2.09
2	399			396	2.09
1	388	1,115	1,144	388	2.09
subtotal	9,389	8,039	7,979	9,312	34,719
1				1,830	#####
2				1,830	
3				1,830	
4				1,830	
5				1,830	
6				1,830	8,784,000
subtotal				10,980	10,980
				TOTAL M2	45,699

proyecto			
usd/m2	área vendible	margen	valor total
3,350	31,709	30%	106,225,150
3,000	31,709	22%	95,127,000
2,542	31,709	8%	80,604,278
produccion			72,217,780

TERRENO	11.77%	8,500,033
PROYECTO	3.50%	2,527,622
LICENCIAS	2.50%	1,805,445
TRAMITES	2.50%	1,805,445
EDIFICACION	28.00%	20,220,978
URBANIZACION	11.00%	7,943,956
INFRAESTRUCTURA	2.00%	1,444,356
EQUIPAMIENTO	3.00%	2,166,533
INFLACION OBRA	4.00%	2,888,711
INDIRECTOS OBRA	3.73%	2,693,723
IMPREVISTOS	2.50%	1,805,445
COMISIONES CPH	1.17%	844,948
INTERESES CPH	8.77%	6,333,499
GASTOS DE VENTA	3.00%	2,166,533
COMISION DE VENTA	3.00%	2,166,533
VICIOS OCULTOS	0.75%	541,633
COSTO TOTAL	91.19%	65,855,394
MARGEN BRUTO	8.81%	6,362,386
IVA RECUPERABLE	1.50%	1,083,267
MARGEN NETO	10.31%	7,445,653
ADICIONAL		
Terreno*	3.23%	2,332,634
MARGEN Construccion	10.31%	9,778,287



área construida 70%

área libre 30%

estructura de un plan del negocio

- análisis de sensibilidad

escenario PROYECTO

49,179				
22,380	800	17,904,000		
26,799	2,000	53,598,000		
		71,502,000		

100%

26,799	2,900	77,717,100	92%	8%
26,799	3,100	83,076,900	86%	14%
26,799	3,300	88,436,700	81%	19%
26,799	3,500	93,796,500	76%	24%

escenario PROYECTO AUTORIZADO

CONSTRUCCION	50,130			
AUTOS	18,421	800	14,736,888	
VIVIENDA	31,709	2,000	63,417,780	
COSTO TOTAL			78,154,668 costo	

100%

31,709	2,900	91,955,781	85%	15%
31,709	3,100	98,297,559	80%	20%
31,709	3,300	104,639,337	75%	25%
31,709	3,500	110,981,115	70%	30%

escenario PROYECTO

AJUSTADO

37,799		-		
11,000	800	8,800,000		
26,799	2,000	53,598,000		
		62,398,000		

100%

26,799	2,900	77,717,100	80%	20%
26,799	3,100	83,076,900	75%	25%
26,799	3,300	88,436,700	71%	29%
26,799	3,500	93,796,500	67%	33%

escenario PROYECTO AUTORIZADO

AJUSTADO

CONSTRUCCION	42,709			
AUTOS	11,000	800	8,800,000	
VIVIENDA	31,709	2,000	63,417,780	
COSTO TOTAL			72,217,780 costo	

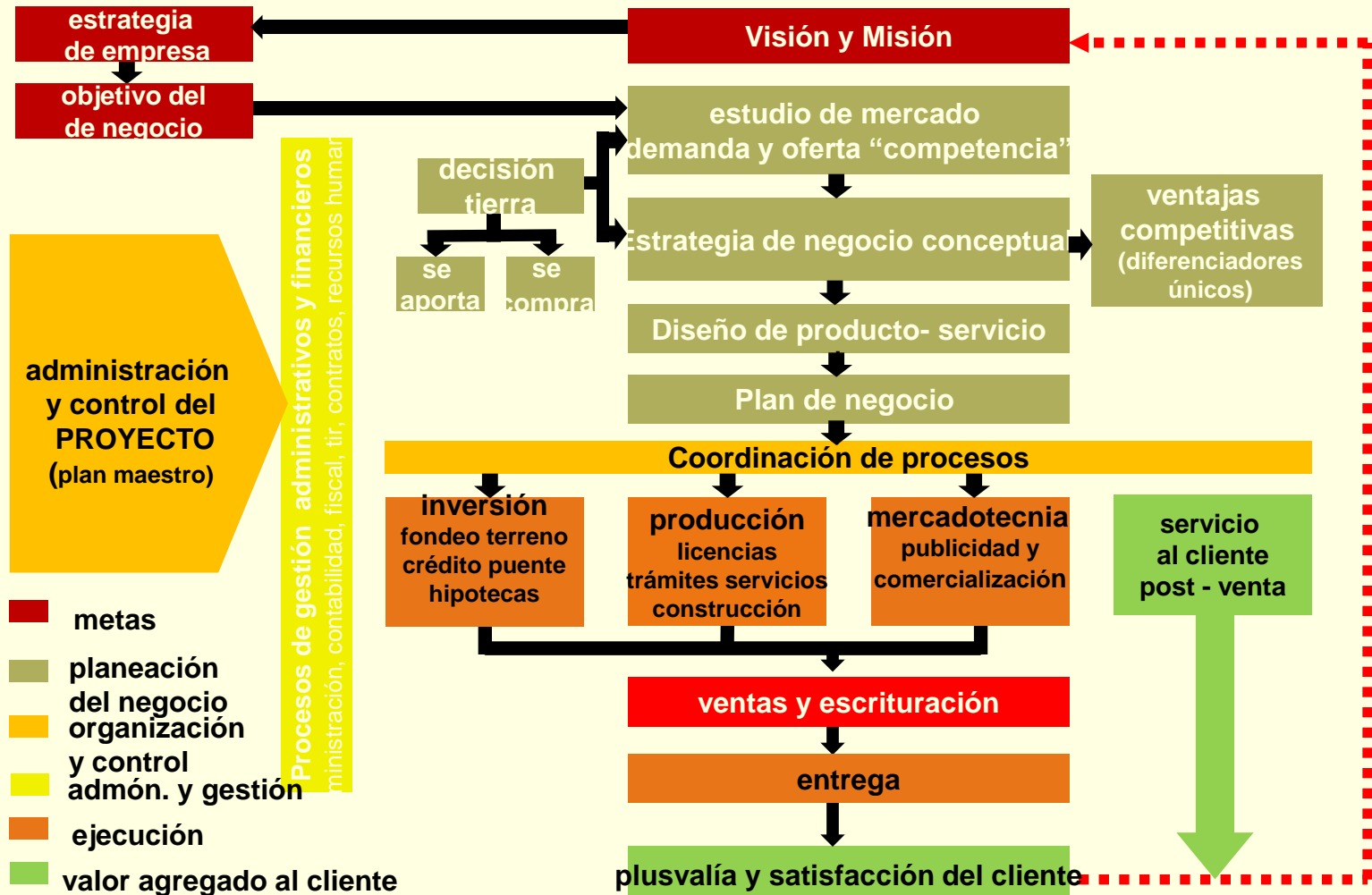
100%

31,709	2,900	91,955,781	79%	21%
31,709	3,100	98,297,559	73%	27%
31,709	3,300	104,639,337	69%	31%
31,709	3,500	110,981,115	65%	35%



estructura de un plan del negocio

• esquema funcional



estructura de un plan del negocio

Plan de Ventas

Enganche 20%
Saldo 18 meses sin intereses 80%

ESTRATEGIA VENTAS

VENTA CONDOMINIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	total	Pctje
PRECIO VENTA INICIAL	15	3	2			20	26%
PRECIO VENTA PROMEDIO	7	15	7	0	0	29	37%
PRECIO VENTA FINAL	0	7	18	0	0	25	32%
PRECIO LOCAL COMERCIAL		2	2			4	5%
TOTAL	22	27	29	0	0	78	100%

IMPORTE VENTAS POR ESTRATEGIA		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	total
\$ 1,123,723	PRECIO Venta INICIAL	\$ 16,855,839	\$ 3,371,168	\$ 2,247,445			\$ 22,474,451
\$ 1,278,719	PRECIO Venta promedio	\$ 8,951,031	\$ 19,180,782	\$ 8,951,031	\$ -	\$ -	\$ 37,082,845
\$ 1,433,715	PRECIO Venta FINAL		\$ 10,036,005	\$ 25,806,870	\$ -	\$ -	\$ 35,842,875
\$ 2,276,250	PRECIO Venta LOCAL COMERCIAL		\$ 4,552,500	\$ 4,552,500	\$ -	\$ -	\$ 9,105,000
Total de Ventas		\$ 25,806,870	\$ 37,140,454	\$ 41,557,847			\$ 104,505,171

estructura de un plan del negocio

• premisas

CONDOMINIOS						
Terreno		5,187	m2	(US dollars/m2)		
Valor terreno	\$	8,556,000		\$	1,649.43	
licencias permisos etc	\$	-				
Adicionales terreno						
Comision promotor	\$	-				
Impuestos Adquisicion est 4%	\$	-				
Capital						
Aportaciones en efectivo	\$	2,500,000	100%			
Total de Aportaciones a Capital	\$	2,500,000	100%			
Construccion						
Total de unidades		78	condominios			
Condominios Vivienda		74	viviendas			
Locales EQUIPAMIENTO		4	locales			
promedio de metros cuadrados por vivienda		387.49		28,674.30	\$/M2	74 viviendas
promedio de metros cuadrados por Local		758.75		3,035.00	\$/M2	4 locales
TOTAL AREA VENDIBLE				31,709.30	\$/M2	78 unidades
precio promedio metro2 de construccion	\$	1,690.93		incluye absorción areas comunes y generales		
costo construccion por unidad	\$	816,187		\$ 63,662,600	por	78 unidades
Total costo construccion y terreno	\$	72,218,600				
Costo por unidad incluido terreno	\$	925,879		\$ 72,218,600	por	78 unidades
Comercialización y Marketing						
costo comercialización y marketing		6.0%				
precio de venta inicial (2,900 \$/m2)	\$	1,123,723		PRECIO INICIAL CONDOMINIO		
precio de venta final (3,700 \$/m2)	\$	1,433,715		PRECIO FINAL CONDOMINIO		
preciod e venta promedio (3,300 \$/ m2)	\$	1,278,719		PRECIO PROMEDIO		

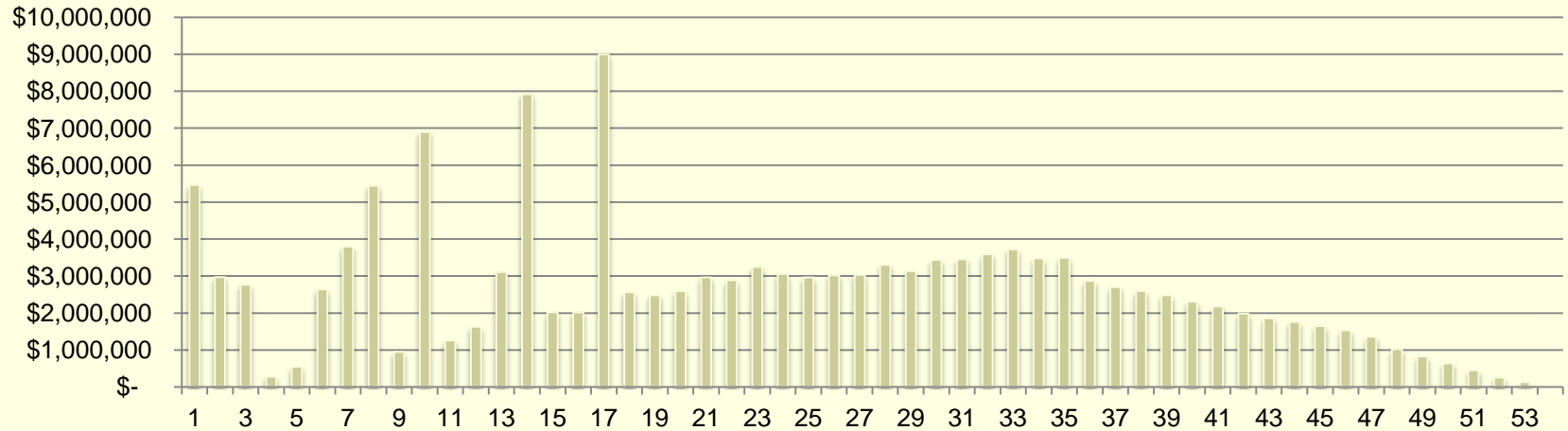
ESTRATEGIA DE VENTAS	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6
ventas anuales estimadas CONDOMINIOS	22	25	27	0	0	0
ventas anuales estimadas LOCALES	-	1	1	2	0	0
			PRECIO VTA PROMEDIO	NUMERO CONDOS	%	IMPORTE TOTAL
PRECIO VENTA INICIAL m2	\$ 2,900	m2	\$1,123,723	20	26%	\$ 22,474,451
PRECIO VENTA PROMEDIO m2	\$ 3,300	m2	\$1,278,719	29	37%	\$ 37,082,845
PRECIO VENTA FINAL m2	\$ 3,700	m2	\$1,433,715	25	32%	\$ 35,842,875
PRECIO VENTA DE LOCALES m2	\$ 3,000	m2	\$2,276,250	4	5%	\$ 9,105,000
VALOR TOTAL DE PROYECTO				78	100%	\$ 104,505,171



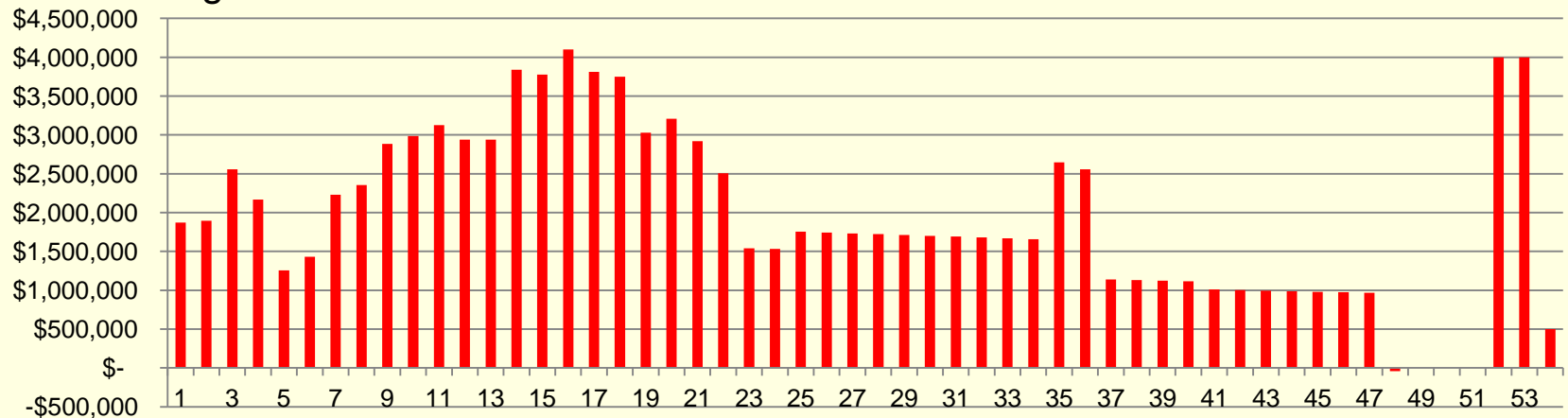
estructura de un plan del negocio

- flujos

ingresos



egresos



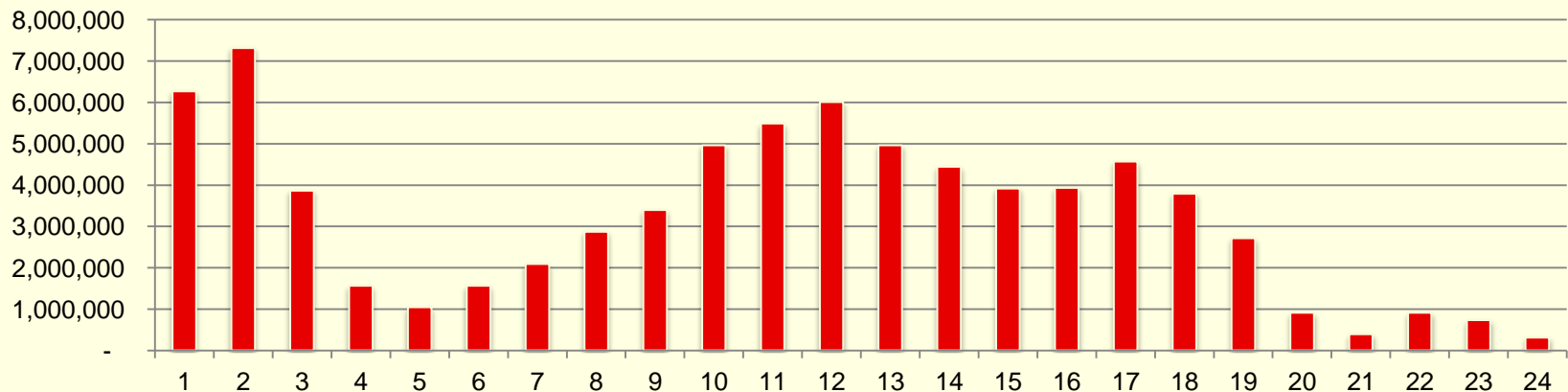
estructura de un plan del negocio

• CONSTRUCCION

conceptos	2012		2013												2014									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct
terreno	4,000	4,000	522																					
proyecto	1,045	1,045	1,045																					
licencias	522	522	522	522																				
tramites	522	522	522	522																				
edificación					522	1,045	1,045	1,567	2,090	2,612	3,135	4,180	3,135	2,612	2,090	1,567	1,567	1,045	522	522				
urbanización										1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045	1,045					
infraestructura								522	522	522	522													
equipamiento																522	1,045	1,045	522					
inflación obra							261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261	261
indirectos obra							130	130	130	130	130	130	130	130	130	261	261	261	261	261	130	130	130	313
imprevistos																						104	313	313
comisiones cph		1,045	731																					
intereses cph							130	130	130	130	130	130	130	130	125	135	125	135	104	-				
gastos de venta			522	522	522	522	522																	
comisión venta								261	261	261	261	261	261	261	261	261	261						418	418
vicios ocultos																								
egresos mes	6,270	7,316	3,867	1,567	1,045	1,567	2,090	2,874	3,396	4,964	5,487	6,009	4,964	4,441	3,914	3,929	4,567	3,793	2,717	914	391	914	731	313

USD

meses



estructura de un plan del negocio

- **visión de mercado**

Polanco

Un loft de lujo con una recámara en 70 metros cuadrados, cuesta 129 mil dólares (un millón 483 mil 500 pesos). Cuenta con áreas comunes: alberca, gimnasio. En el mismo edificio uno de 138 metros cuadrados cuesta 255 mil dólares (2 millones 932 mil 500 pesos), con tres recámaras

Un departamento con sistemas de seguridad inteligentes (puertas, ventanas, elevadores) y de ahorro de energía, con una extensión de 142 metros cuadrados cuesta 2 millones 225 mil pesos, mientras que uno de 157 metros cuadrados, ubicado en la parte más alta del edificio, cuesta 3 millones pesos.

Un estimado de costo por metro cuadrado para esta zona oscila entre **15 mil 667 pesos y 21 mil 192 pesos.**

Condesa

En esta colonia los espacios son más reducidos. Se puede comprar un loft de 58 metros cuadrados, con una recámara en 767 mil pesos. Los más grandes, de 100 metros cuadrados, cuestan un millón 900 mil pesos.

Si prefiere la comodidad de la tecnología, puede adquirir un departamento con touch screen que permite contratar y administrar servicios de lavandería, supermercado, limpieza, valet parking y hasta ordenar comida rápida. Además cuentan con conexión de alta velocidad a internet. Los precios fluctúan entre 143 mil dólares (un millón 644 mil 500 pesos) el de 92 metros cuadrados y 209 mil 836 dólares (2 millones 414 mil pesos) por uno de 135 metros. El metro cuadrado oscila entre los **13 mil 200 y los 17 mil 800 pesos.**



- **visión de mercado**

Paseo de la Reforma

Un nuevo desarrollo con servicios hoteleros incluidos, localizado en una de las zonas más céntricas de la ciudad de México es Reforma 222. En este complejo lo que más impacta en el precio es la altura. Un departamento en los primeros niveles de 60 metros cuadrados cuesta cerca de 2 millones 300 mil pesos; mientras con el mismo tamaño pero en el piso 29 cuesta 4 millones 600 mil pesos. El metro cuadrado oscila entre los **3 mil 300 dólares (37 mil 950 pesos) y los 6 mil 600 dólares (75 mil 900 pesos)**

En la misma zona, colonia Cuauhtémoc, se localizó un edificio con el concepto de lofts. Con un área de 90 metros cuadrados, una recámara y un cajón de estacionamiento, cuesta un millón 350 mil pesos. El más grande, con 165 metros cuadrados, dos recámaras y estudio, cuesta 2 millones 475 mil pesos. No cuenta con ningún servicio

Santa Fe

El concepto cambia, los espacios son más amplios, por lo que la relación precio-metro cuadrado es menor a las anteriores. Por ejemplo un departamento de **354 metros cuadrados, en un conjunto de tres torres, cuesta entre 6 millones 785 mil pesos y 7 millones 15 mil pesos.**

A diferencia de los nuevos desarrollos de las colonias cercanas al centro de la ciudad, en esta zona ofrecen espacios de áreas verdes para realizar actividades al aire libre, además de los servicios de alberca, gimnasio y canchas de tenis, entre otros.



estructura de un plan del negocio

- **visión de mercado**

Interlomas

y

Lomas.

El costo de un departamento inteligente es de aproximadamente 167 mil dólares (un millón 920 mil 500 pesos) con 148 metros cuadrados, y de 283 mil dólares (3 millones 254 mil 500 pesos) uno de 234 metros cuadrados. El precio por metro cuadrado oscila en **mil 128 dólares (12 mil 972 pesos) y mil 209 dólares (13 mil 903 pesos).**

En Lomas de Chapultepec un departamento de lujo de 295 metros cuadrados cuesta 750 mil dólares (8 millones 625 mil pesos); mientras que uno de 590 metros cuadrados, está cotizado en un millón 500 mil dólares (17 millones 250 mil pesos).

El metro cuadrado oscila entre **2 mil 542 dólares (29 mil 233 pesos) y 4 mil 285 dólares (49 mil 277 pesos).**

