



Generación de Negocios Inmobiliarios.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL CURSO:

Desarrollar habilidades críticas de la realidad inmobiliaria que permitan detectar oportunidades de negocio en distintas realidades macroeconómicas.

Estimular la capacidad creativa de los asistentes para originar los negocios relacionados con la construcción de inmuebles ó prestación de servicios en el área.

Capacitar a los asistentes en forma práctica con las herramientas básicas para fundamentar científicamente dichos negocios y otorgarles el máximo nivel de profesionalismo que permita su defensa ante competidores y/o inversores nacionales ó internacionales.

TEMARIO:

UNIDAD 1: LA INVESTIGACION CIENTIFICA Y LOS NEGOCIOS INMOBILIARIOS

CONEXIÓN ENTRE METODOLOGIA DE INVESTIGACION CIENTIFICA Y PREPARACION Y EVALUACION DE P.I.

Esquema del proceso. Estudio de perfil: concepto, componentes. Estudio de prefactibilidad: concepto, componentes. Estudio de factibilidad: concepto, componentes.

UNIDAD 2: LOS PROYECTOS DE INVERSION

TIPOS DE ESTUDIOS. Estudio de perfil, estudio de prefactibilidad, estudio de factibilidad.

PROYECTO y PROYECTO DE INVERSION. Conceptos.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN: etapas. Reglas básicas a seguir

LOS CONDICIONANTES PRELIMINARES. Formas de concebir la idea del negocio. Idea. Problema.

Antecedentes generales. Marco teórico. Factores de impacto de un negocio. Identificación del proyecto.

Tipos de proyecto. Alternativas y subalternativas. Situación sin proyecto.

LA INFORMACIÓN: base para la toma de decisiones, raíz de la gestión. Proceso de toma de decisiones

ESTRATEGIA DE PORTER: las cinco fuerzas competitivas.

Barreras del negocio: de entrada y salida. Las barreras y la rentabilidad. Objetivos del análisis estratégico.

Tipos de posicionamiento estratégico en el mercado.

EL PLAN DE INVESTIGACION. Elementos, necesidades, objetivos, recorte del Universo, hipótesis, metodología a adoptar. Trabajo de gabinete y trabajo de campo. Información cuantitativa e información cualitativa. Herramientas. Informes. Cronograma. Rendimientos previstos.

INFORMACION QUE SE DESPRENDE DEL ESTUDIO DE MERCADO. El análisis de pertinencia.

UNIDAD 3: EL ESTUDIO DE MERCADO. DEMANDA

ESTUDIO DE MERCADO. Concepto. Componentes. Objetivos. Tipos de decisiones originadas en el Estudio de Mercado: marketing estratégico, marketing operacional, agentes ejecutivos de la empresa.

DEMANDA. Concepto de Destinatario. Tipos de mercado. Requerimientos de la demanda.



DEMANDA OBJETIVA. Concepto. Aspectos a analizar.

CLASIFICACION DE LA DEMANDA. Demanda potencial insatisfecha.

SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA. Concepto de Nivel socioeconómico. Modelos de ciclo de vida de las familias.

DEMANDA PASADA, PRESENTE, FUTURA. Ensayo de distintos métodos de cálculo.
Desmitificación de conceptos equivocados.

UNIDAD 4: OFERTA

Aspectos a relevar, caracterización estratégica.

OFERTA COMPETITIVA. Concepto. Atributos de la oferta competitiva.

EL MAPA ESTRATEGICO. Construcción. Importancia. Marketview.

OFERTA PASADA, PRESENTE, FUTURA. Conceptos. Cálculo. Market Share.

UNIDAD 5: ESTUDIO DE CASOS

HOTEL DE CUATRO ESTRELLAS: generación de la idea, fundamentación, factores claves del negocio, cálculo de la demanda, relevamiento de la oferta, definición del producto

DOCENTES:

Marcela Martínez de Aza

Arquitecta. Master en Dirección de Empresas Constructoras e Inmobiliarias (Univ. Politécnica de Madrid) Investigadora en tecnología de la construcción (F.A.D.U.- U.B.A.) Especialista en Tecnología y Producción (S.I.P.-F.A.D.U.-U.B.A.) Directora del P.A.D.I. Programa de Actualización en Desarrollos Inmobiliarios (F.A.D.U) Adjunta en la Carrera de Ingeniería Civil y Profesora de Posgrado en Real State (U.C.A.) Prof. de Construcciones (U.N.M.D.P.) C.E.O. de CII (Construcciones, Inversiones e Inmuebles), Jefa de Evaluación de Proyectos Inmobiliarios (Bco. de Galicia) Subgerente Regional de Tasaciones en BankBoston. Es directora de C.I.I. Consultora en Inversiones Inmobiliarias, C.I.I. Construcciones y MEGA Servicios Inmobiliarios. Actualmente se desempeña en la Dirección de Proyectos de Articulación Publico Privados, del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología. (G.C.A.B.A.)

DESTINATARIOS: Arquitectos, Ingenieros, Contadores, Abogados, Martilleros y profesionales de los negocios y/o servicios inmobiliarios.

DURACION: 6 clases – 18 horas (Lunes de 19 a 22 hs.)

INICIO: Lunes 24 de agosto, 19 hs. Los cursos CAP tienen cupo limitado. Se requiere inscripción previa en centrocap@fadu.uba.ar

ARANCEL: \$ 14400.-

Arancel para egresados de Universidades Nacionales: \$ 10080.-

Arancel para egresados UBA: \$ 7200.-

Arancel para Docentes graduados FADU: \$ 4320.-

LUGAR: Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. 4to. piso - Ciudad Universitaria



UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

CERTIFICADO: Se otorgará certificado de asistencia a los graduados de carreras de grado con duración mínima de 4 años.

**Secretaría
de Posgrado**

4to. Piso, Pabellón III,
Ciudad Universitaria.
C1428EGA, CABA. Argentina.

T. 54.11.5285.9326/9327
E. recepcion-posgrado@fadu.uba.ar
fadu.uba.ar