



ALCANCES DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO DE VIVIENDA

2004

Propuesta de trabajo



▣ -Antecedentes

Con la intención de dar a conocer las actividades que realiza el área de estudios de mercado de la empresa AD HOC Soluciones se presenta un índice de los alcances y contenido de dichos estudios.

▣ -Contenido del estudio

1.- Estudio de mercado:

Introducción

1.1 Determinación de las zonas de influencia y segmentación del mercado de vivienda.

1.2 Situación demográfica y económica de las zonas de influencia del proyecto.

1.3 Situación actual del mercado de vivienda.

1.4 Perspectivas del mercado de vivienda.

1.5 Conclusiones y recomendaciones del proyecto.

2.- Estudio Financiero del proyecto.



1.0 Estudio de Mercado



Como parte de los estudios, AD HOC Soluciones, S.C. Realiza estudios de mercado inmobiliarios del mercado de vivienda en la zonas de la ciudad que sean de su interés:

 **-Objetivo de este estudio será:**

- Identificar las oportunidades inmobiliarias de vivienda.
- Identificar las características inmobiliarias de las zonas de influencia para un nuevo proyecto inmobiliario.
- Analizar las ventajas y desventajas de los proyectos de las zonas de influencia e identificar las mismas del proyecto, para proponer estrategias.
- Identificar el perfil del comprador potencial.
- Estimar los resultados para el proyecto inmobiliario.

 **-Descripción general y características del predio y/o proyecto bajo estudio**

Ubicación
Dimensiones
Proyecto
Vías de acceso
Equipamiento



1.1 Determinación de las zonas de influencia y segmentación del mercado de vivienda



-Objetivo

Establecer puntos de vista comunes AD-HOC- Cliente necesarios para el análisis y evaluación de mercado inmobiliario y el proyecto bajo estudio.

-Contenido:

1. Metodología
2. Determinación de las zonas de influencia del proyecto.
3. Segmentación de los productos inmobiliarios de vivienda.
4. Evaluación de los productos de créditos disponibles



1.2 Situación demográfica y económica del las zonas de influencia del proyecto

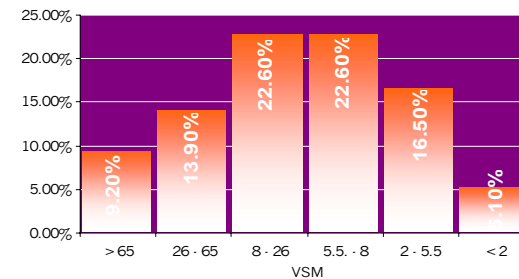
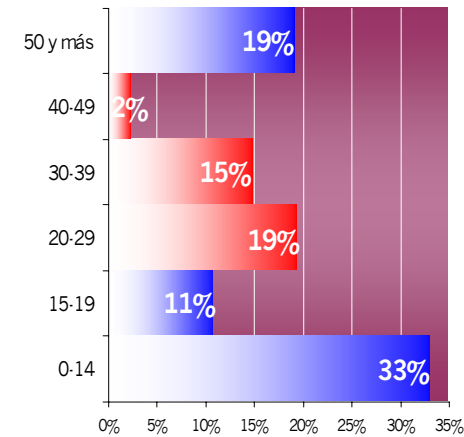


▣ -Objetivo

En este capítulo se analizará la situación demográfica y económica de las zonas de influencia bajo estudio a fin de conocer el comportamiento de los factores macroeconómicos que afectan a la demanda de productos inmobiliarios de vivienda.

-Contenido

- 1.- Crecimiento poblacional
- 2.- Distribución de edades
- 3.- Segmentación por ingresos
- 5.- Economía y empleo
- 6.- Crecimiento del parque habitacional
- 7.- Conclusiones demográficas



1.3 Situación actual del mercado de vivienda y productos que pueden ser competencia.



Objetivos

Analizar las condiciones actuales del mercado inmobiliario de la zona de influencia bajo estudio.

Se evaluará la información cualitativa y cuantitativa de los desarrollos que son competencia para el proyecto bajo estudio, recopilada en las visitas de campo, a fin de conocer los mecanismos bajo los cuales opera el mercado inmobiliario.

Proyectar y estimar la demanda de vivienda.

Contenido

- 1.- Tendencias de crecimiento.
- 2.- Infraestructura y equipamiento.
- 3.- Demanda actual de vivienda.
- 4.- Oferta de productos inmobiliarios.
- 5.- Ubicación de la oferta.
- 6.- Características principales de proyectos y productos de vivienda.
- 7.- Características arquitectónicas y proyectos ofrecidos.
- 8.- Conclusiones de la oferta en las zonas de influencia.

NO.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	ÁREA CONSTRUIDA	TERRENO	PRECIO POR UNIDAD	RITMO DE VENTAS	AMENIDADES	FECHAS DE ENTREGA	MANTENIMIENTO
1	PROYECTO A	150,000	120	1,000	1,250	10%	Instalaciones completas	Entrega en 6 meses	Mantenimiento incluido
2	PROYECTO B	180,000	150	1,200	1,200	15%	Instalaciones completas	Entrega en 8 meses	Mantenimiento incluido
3	PROYECTO C	200,000	180	1,500	1,111	20%	Instalaciones completas	Entrega en 10 meses	Mantenimiento incluido

RESUMEN	PRECIO	ÁREA CONSTRUIDA	TERRENO	PRECIO POR UNIDAD	RITMO DE VENTAS	AMENIDADES	FECHAS DE ENTREGA	MANTENIMIENTO
Promedio	176,667	150	1,233	1,150	15%	Instalaciones completas	Entrega en 8 meses	Mantenimiento incluido

NO.	DESCRIPCIÓN	PRECIO	ÁREA CONSTRUIDA	TERRENO	PRECIO POR UNIDAD	RITMO DE VENTAS	AMENIDADES	FECHAS DE ENTREGA	MANTENIMIENTO
4	PROYECTO D	220,000	200	1,800	1,100	25%	Instalaciones completas	Entrega en 12 meses	Mantenimiento incluido
5	PROYECTO E	250,000	250	2,200	1,000	30%	Instalaciones completas	Entrega en 14 meses	Mantenimiento incluido
6	PROYECTO F	300,000	300	2,700	1,111	35%	Instalaciones completas	Entrega en 16 meses	Mantenimiento incluido

RESUMEN	PRECIO	ÁREA CONSTRUIDA	TERRENO	PRECIO POR UNIDAD	RITMO DE VENTAS	AMENIDADES	FECHAS DE ENTREGA	MANTENIMIENTO
Promedio	256,667	250	2,233	1,067	30%	Instalaciones completas	Entrega en 14 meses	Mantenimiento incluido

Principales características: área construida, terreno, precio por unidad, ritmo de ventas, amenidades, instalaciones, fechas de entrega, mantenimiento.



1.4 Perspectivas del mercado

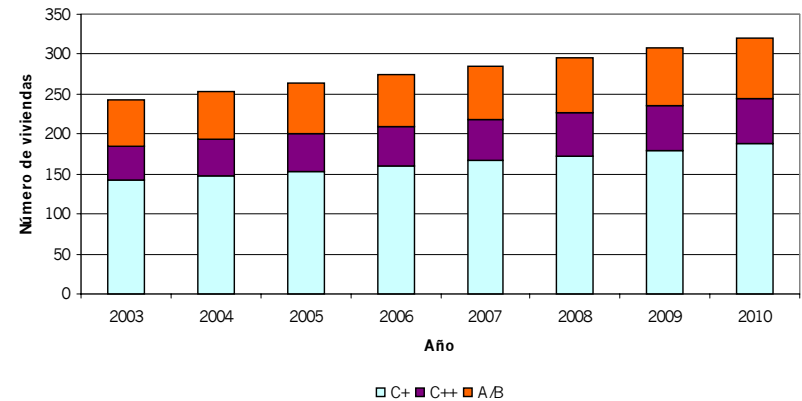
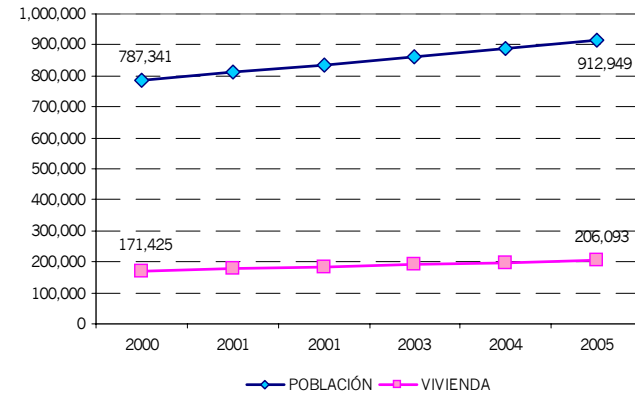


Objetivo

Estimar y proyectar la situación futura del mercado tomando en cuenta la evolución demográfica y económica de la plaza, así como el comportamiento histórico del parque habitacional, las costumbres de su población y las tendencias de crecimiento inmobiliario, a fin de identificar áreas de oportunidad o riesgo de la plaza.

Contenido

1. Proyección demográfica de la plaza.
2. Proyecciones económicas generales.
3. Proyección de la demanda por segmento (demanda Potencial).
4. Comportamiento de la oferta y ventas por segmento.
5. Demanda vs. inventario por tipo de producto.
6. Oportunidades de mercado.
7. Conclusiones de mercado.



1.5 Conclusiones y recomendaciones del proyecto



-Objetivo

Con base en las tendencias históricas, la situación actual del mercado y las perspectivas futuras se determinará cuales serán los resultados estimados de los diferentes tipos de productos.

-Contenido

1. Descripción del predio.
2. Mercado potencial vs. perfil del cliente.
3. Recomendación de proyecto y producto:
 - Tipo de producto.
 - Dimensiones.
 - Precio de salida y término.
 - Precios por m2.
 - Características del conjunto.
4. Resultados esperados según diversos escenarios de productos inmobiliarios.
 - Mezcla de producto.
 - Estimación del ritmo de ventas.
 - Utilidades esperadas.



2.0 Estudio Financiero



-Objetivo

Con base en los resultados obtenidos en la zona y en los alcances esperados para el proyecto, se estimarán los principales estados financieros que conformaran al desarrollo.

En caso de no contratarse el estudio de mercado con AD-HOC, este estudio se realizará con los datos de ritmos de ventas y productos que le sean proporcionados a AD-HOC.



-Contenido:

- 1.- Presupuesto de ventas.
- 2.- Presupuesto de costos y gastos.*
- 3.- Flujo de efectivo.
- 4.- Estado de resultados.
- 5.- Estado de posición financiera (Balance General).

*El presupuesto de costos y gastos se realizará en parámetros de la industria de la construcción o con datos que le sean proporcionados a AD-HOC Soluciones, S.C. del anteproyecto o proyecto de precios de construcción por parte del desarrollador.

