

**EL AVALÚO COMO APOYO EN LA DECISIÓN DEL DESTINO  
DE UN INMUEBLE EN UN ESPACIO URBANO EN RENOVACIÓN  
DE USO DE SUELO**

**TESIS QUE PARA OBTENER EL DIPLOMA DE ESPECIALIZACIÓN EN  
VALUACIÓN INMOBILIARIA PRESENTA:**

**ARQUITECTA ANGÉLICA GONZÁLEZ VÁZQUEZ**

**CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS DE POSGRADO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**México D.F. 2014**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**EL AVALÚO COMO APOYO EN LA DECISIÓN DEL DESTINO  
DE UN INMUEBLE EN UN ESPACIO URBANO EN RENOVACIÓN  
DE USO DE SUELO**

Alumna  
**ARQUITECTA**  
**ANGÉLICA GONZÁLEZ VÁZQUEZ**

**CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS DE POSGRADO  
FACULTAD DE ARQUITECTURA**

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**2014**

DIRECTOR DE TESINA

**MAESTRO LORENZO BARRAGÁN ESTRADA**

SINODALES PROPIETARIOS

**LIC. EVARISTO ROMERO SALGADO**

**E.V.I. ING. MANUEL GARCÍA CÓRDOBA**

SINODALES SUPLENTE

**DRA. ESTHER MAYA PÉREZ**

**E.V.I. ARQ. ALFONSO PENELA QUINTANILLA**

*Con cariño para Eva y Rubén*

## ÍNDICE

<b>1.0</b>	<b>EL DESARROLLO DE LOS ESPACIOS URBANOS DEL HOMBRE</b> .....	9
1.1	Bien de Uso Elaborado por el Grupo .....	9
1.2	La casa: ¿Una manifestación del medio natural? .....	10
1.3	Un refugio de naturaleza espiritual y social .....	10
<b>2.0</b>	<b>EL CRECIMIENTO URBANO EN SU FASE CONTEMPORÁNEA</b> .....	12
2.1	La Ciudad.....	12
2.2	Proceso de Urbanización .....	12
2.3	Población Urbana y Población Rural .....	13
2.4	Forma y Estructura De La Ciudad .....	14
2.4.1	Tipos de Formas .....	14
2.4.2	Estructura Urbana .....	16
2.5	Estructura Social y Apropiación del Espacio .....	21
<b>3.0</b>	<b>EL VALOR Y SU EVOLUCIÓN</b> .....	22
<b>4.0</b>	<b>METODOS VALUATORIOS</b> .....	25
4.1	Enfoque de Mercado .....	27
4.2	Enfoque de Costos (Conocido también como Método Físico o Directo).....	28
4.3	Enfoque de Ingresos o capitalización de rentas .....	29
4.4	Metodología Residual.....	30
4.4.1	Residual Estático.....	30
4.4.2	Residual Dinámico.....	30
<b>5.0</b>	<b>LA CIUDAD DE PUEBLA</b> .....	32
5.1	Toponimia y Escudo .....	32
5.2	Ubicación y Situación Geográfica .....	33
5.3	Breve Reseña Histórica.....	36
5.4	Delimitación Metropolitana .....	38
5.5	Demografía (características de la población 2000-2010) .....	39
<b>6.0</b>	<b>CASO DE ESTUDIO</b> .....	42
6.1	Vialidades.....	42

6.2	Equipamiento Urbano.....	43
6.3	Servicios Públicos .....	43
6.4	Análisis de la Colonia e Imagen Urbana .....	45
<b>7.0</b>	<b>FRESNOS 339 Y SU ENFOQUE VALUATORIO.....</b>	<b>46</b>
7.1	La Franquicia .....	49
7.1.2	Tipos de Franquicias.....	51
7.1.3	La franquicia como sistema de comercio asociado.....	53
7.1.4	Sujetos de la relación de franquicia .....	54
7.1.5	Elementos objeto de la relación de franquicia .....	54
7.1.6	Relación contractual en la franquicia .....	55
7.1.7	Marco relacional en la franquicia .....	56
7.2	Franquicia CARNE Express, S.A. de C.V. ....	57
7.3	Avalúo.....	64
7.4	Análisis Financiero De La Franquicia .....	71
7.5	Tabla Comparativa de Valores.....	77
<b>8.0</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>78</b>
<b>9.0</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>80</b>
<b>10.0</b>	<b>ANEXO.....</b>	<b>81</b>
10.1	Glosario.....	81

## INTRODUCCIÓN

Desde hace siglos, una de las necesidades básicas más importantes del hombre es la vivienda. Con el paso del tiempo, con la formación de ciudades y con el crecimiento de los asentamientos urbanos, el movimiento inmobiliario se ha incrementado considerablemente, con lo que surge la necesidad de conocer el valor de los inmuebles.

La Ciudad de Puebla y la Zona Metropolitana que la rodea, es una de las más grandes e importantes del país, y ha tenido un crecimiento desmesurado en los últimos años. La población crece, y con ella, la necesidad de servicios para los habitantes, lo que ha tenido como consecuencia que varias colonias de dicha entidad atraviesen por una etapa de cambio.

Nuestro caso de estudio se encuentra en La Colonia El Cerrito, la cual se encuentra en una fase de transición de uso de suelo.

La presente tesina, considera como objeto de estudio la identificación y comparación de los distintos valores del inmueble respecto a su uso, para conocer su mejor utilización y así, poder tomar una decisión en cuanto al destino del mismo. Para ello, se realizará un avalúo con sus tres enfoques y un análisis económico de un negocio que resulte productivo respecto a la localización del inmueble.

### **Problemática de estudio**

La realización de éste proyecto es motivada por la necesidad de conocer el mejor y mayor uso de un inmueble que se encuentra en una colonia en sucesión, tomando como opción, la adquisición y operación de una franquicia, ya que por las características que el inmueble y el entorno urbano presentan, se supone que es factible para dicho uso.

### **Problemática**

Se trata de una casa habitación dentro de una colonia que se encuentra en transición de uso de suelo, la razón de dicho cambio, es que ésta está siendo absorbida por la Universidad del Valle de Puebla, que actualmente alberga a más de 3,500 estudiantes, por lo que las casas habitación se han

convertido en parte de las instalaciones de la universidad, o bien, en negocios al servicio de la población universitaria.

La pregunta es ¿Qué es más conveniente?, invertir en una franquicia o rentar el inmueble.

### **Objetivo**

Se espera saber el valor de la casa mediante una corrida financiera, para conocer si el negocio propuesto es viable o no, y hacer una comparación respecto a los valores arrojados por el avalúo del inmueble para saber cuál es el mejor uso del mismo.

### **Metodología**

Para la presente investigación se utilizará la comparación de los distintos métodos (de mercado, capitalización de rentas, y una corrida financiera del negocio), para conocer el mayor y mejor uso del inmueble.

## 1.0 EL DESARROLLO DE LOS ESPACIOS URBANOS DEL HOMBRE

Una de las necesidades básicas del hombre, es la vivienda, ya que tiene como fin protegerse contra el medio natural, así como de apropiarse de una porción de espacio donde las funciones vitales puedan efectuarse sin impedimento alguno.

En general, la vivienda del hombre es una y está fija, sin embargo también las hay móviles y temporales. Existe una gran diversidad que manifiesta la función de habitar, frente al carácter aparentemente simple y universal que por ella, el hombre busca satisfacer: el cumplimiento de sus funciones vitales al abrigo de la intemperie y apartado de sus semejantes. Esta explosión de formas afecta tanto al propio edificio de la vivienda como a la colectividad que la ocupa, y ambos conjuntos de variantes sobre temas comunes como *casa* y *familia* se superponen de diversas maneras, cada una de las cuales expresa un determinado modo de vida en el marco de las diferentes civilizaciones.

El ser humano, recibe de la civilización que lo formó, una semiología del espacio que define rigurosamente nuestras acciones y exigencias en cuanto a las distancias que deben acercarnos o separarnos al prójimo.

En un nivel inmediato del instinto, la vivienda constituye un medio considerado indispensable para el simple hecho de existir.

### 1.1 Bien de Uso Elaborado por el Grupo

La casa, es la resultante de los procesos económicos de fabricación y de adquisición que ponen en obra circuitos de elaboración, transporte y de intercambio, de los cuales el ser humano depende estrechamente, en la misma medida que la alimentación o el vestido.

La casa se inserta en la cultura del grupo por cuanto constituye la reproducción, más o menos modificada de un tipo o de un modelo cuya finalidad esencial se expresa en su forma, en su disposición, en su decoración y en su utilización: de este modo, la casa, considerada como un objeto material, entra en lo social a partir del momento de su construcción efectiva, ve su existencia prolongada por el grupo y la termina, al cabo de una duración variable, por un decreto de origen colectivo.

De los factores sociales que presiden la construcción, el mantenimiento y la demolición de la casa, así como la estimación de su envejecimiento, ninguno parece ser más determinante que el valor comercial de la casa, el cual parece estar definido por cuatro elementos: modo de construcción, deseo de apariencia, ubicación, y mano de obra.

El valor de la casa se define además por la relación, entre el precio de su alquiler y el costo de su construcción. Esto se debe al hecho de que, por ser un objeto fabricado por el hombre, puede ser prestada, o bien alquilada, y constituir una fuente de ingresos.

Toda vivienda humana se encuentra marcada por un signo de duración: La imagen de la casa y la noción de su longevidad comparten una relación recíproca que, a fin de cuentas es la que determina la forma en que su elaboración se inserta en lo social, y tiene relación con su profunda inclusión dentro de las normas y de las costumbres de dichas sociedades, tomando en cuenta también, la duración dependiendo de la naturaleza.

## **1.2 La casa: ¿Una manifestación del medio natural?**

Todo tipo de adaptación de la vivienda con respecto a su emplazamiento o a los materiales disponibles, pone de manifiesto sobre todo la notable libertad de interpretación que las diferentes civilizaciones han desarrollado en el transcurso de sus relaciones con la naturaleza.

La vivienda humana refleja las sugerencias de la naturaleza de manera bastante imperfecta, y apenas ofrece a sus ocupantes una garantía de seguridad contra sus excesos menos graves: Y quizás, más que contra éstos, sea en efecto contra sus propios semejantes la protección que ellos exigen por parte de la misma. Más que un refugio natural, lo que el hombre espera encontrar en su casa es, con frecuencia, una ciudadela y en términos más generales un retiro.

## **1.3 Un refugio de naturaleza espiritual y social**

La casa es un espacio cerrado que le permite a la familia replegarse sobre sí misma, espacio definido que en mayor o menor medida la protege del mundo exterior, en todos los países la vivienda representa el doble símbolo del nido y de la ciudadela.

Michelet, señala que “la vivienda, es la persona misma, su forma y su esfuerzo más inmediato”. <sup>1</sup>La casa resulta ser un lugar de confianza íntima.

La vivienda protege también los bienes de la familia, y esta función impone que se la haga inaccesible a los ladrones: Distinguimos aquí, la necesidad de defender dichos bienes y la de conservarlos en buen estado a fin que los moradores puedan hacer uso de ellos permanentemente.

Más que un refugio contra la violencia de los elementos, el hombre ha intentado hacer de su morada un espacio hermético, preservado de las intromisiones; pero el gran ingenio que ha invertido para tales fines, se ve constantemente puesto a prueba y renovado por la diversificación y el progreso de las formas de agresión, ya que siempre ha sido vulnerable.

De este modo, provista de protecciones espirituales o concretas, mágicas o experimentada al cabo de pruebas, la vivienda siempre ha constituido, más que una defensa en sí misma, una proyección ideal del refugio: más que un retiro inaccesible al mal, una imagen aproximada del anhelo universal de seguridad. Y por muy vulnerable que siga siendo a numerosas agresiones, es solamente entre sus cuatro paredes en donde el hombre ha podido congregarse a vivir. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Citado en Pezeu – Massabiau, Jacques, *La vivienda como espacio social*, Sección de obras de Sociología, México, Fondo de Cultura Económica, 1988, pág. 37.

<sup>2</sup> Pezeu – Massabiau, Jacques, *La vivienda como espacio social*, Sección de obras de Sociología, México, Fondo de Cultura Económica, 1988, *pass*.

## 2.0 EL CRECIMIENTO URBANO EN SU FASE CONTEMPORÁNEA

### 2.1 La Ciudad

La ciudad es principalmente un lugar de intercambios, tanto materiales como de servicios. A dichos cambios materiales, se le suman los espirituales, ya que, la ciudad es, por excelencia, el lugar del poder administrativo y es representativa del poder económico, social y político.

Se puede definir de distintas formas, pero para efectos de la geografía urbana se define como una "concentración de población en un lugar determinado, con alta densidad en relación con el campo, en la cual la mayoría de la población se dedica a las actividades no agrícolas" <sup>3</sup>

Dichos intercambios, son la expresión y soporte de la civilización, la mayoría localizadas de acuerdo con razones de tipo práctico, relacionadas con el comercio y defensa.

### 2.2 Proceso de Urbanización

"Las ciudades son unidades vivas en continuo uso, y como tales están sujetas a un continuo proceso de transformación y, a menudo, de expansión y crecimiento". <sup>4</sup>

Históricamente, ha habido tres revoluciones tecnológicas que han afectado directamente al fenómeno urbano:

- Revolución Neolítica (de 10,000 a 6,000 años a.c.): El hombre dejó de ser nómada, comenzó a vivir de la caza, pesca, y recolección. La agricultura le permitió asentarse en un lugar, lo que dio origen a las primeras aldeas.  
"La civilización surge cuando el hombre se ve libre de la obligación de producir alimentos o de realizar cualquier otra actividad

---

<sup>3</sup> Ducci, María Elena, *Introducción al Urbanismo: conceptos básicos*, México, Trillas, 1989, pág. 44.

<sup>4</sup> Terán Bonilla, José Antonio, *Arquitectura y Urbanismo del Centro Histórico de la Ciudad de Puebla 1531-1917*, Pág. 17.

económica y puede dedicarse a especialidades no económicas: soldados, profesionales, sacerdotes, etc.”<sup>5</sup>

- Revolución Agrícola (de 6,000 a 3,000 años a.c.): Aparición de las primeras ciudades, su existencia comenzó a consecuencia del excedente agrícola, producto del mejoramiento de las técnicas de cultivo, almacenamiento de agua y uso de fertilizantes. Este excedente se pudo intercambiar, con lo que surgió el comercio, y así, las ciudades.
- Revolución industrial (a fines del siglo XVIII a principios del XIX): La nueva tecnología industrial, las comunicaciones, los medios de transporte, y el aumento de la población debido a los avances de la medicina, facilitaron el crecimiento de la ciudad en extensión y altura, lo que dio origen al proceso de urbanización, transformando a las ciudades por completo. La población urbana comienza a vivir en las ciudades, a tener actividades no agrícolas, a tener acceso a servicios y productos de la economía no urbana.

El proceso de urbanización tiene ciertas características o manifestaciones generales, como las siguientes:

- Aumento de la población urbana con respecto a la población total.
- Extensión física de las ciudades
- Migración rural – urbana
- Cambio de forma de vida (más y mayores servicios, mayor número y variedad de productos para consumo, etc.

### 2.3 Población Urbana y Población Rural

Una de las formas utilizadas para establecer una definición es la teoría del *continuum* urbano rural, la cual señala que en un extremo se encuentran las localidades netamente rurales y en el otro las localidades completamente urbanas y que la relación entre ambos extremos es un contiguo proceso de cambio, sin existir un límite que marque el paso de un estado a otro.

---

<sup>5</sup> Ducci, María Elena, *Introducción al Urbanismo: conceptos básicos*, México, Trillas, 1989, pág. 67.

“La forma urbana, se caracteriza por la sociedad que la creó” <sup>6</sup>

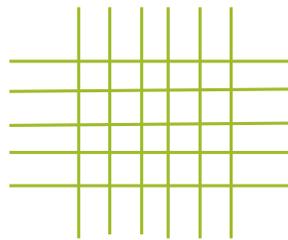
## 2.4 Forma y Estructura De La Ciudad

### 2.4.1 Tipos de Formas

La forma de una ciudad está definida por su dimensión o extensión física, por sus límites que constituyen el perfil de la ciudad en plana y por su perfil vertical o contorno.

Las formas fundamentales de las ciudades son tres:

- **Rectilínea, reticular o cuadrícula:** Tiene un orden y es producto de una previa planeación. Facilita la lotificación, la administración y el tránsito, aunque causa, en algunos casos, pobreza visual.



**Imagen 3.4.1.1 Forma rectilínea**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 56

- **Radio céntrica o radial:** Concurrencia de las vías hacia un foco, un punto importante de atracción que se desea resaltar.



**Imagen 3.4.1.2 Forma radio céntrica**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 57

---

<sup>6</sup> *Ibidem*, pass.

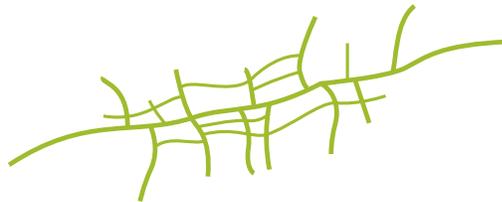
- **Malla, desordenada o de plato roto:** Traza articulada que crece en forma orgánica, aunque produce riqueza visual, dificulta la orientación y tránsito.



**Imagen 3.4.1.3 Forma de malla**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 57

- **Lineal:** Generalmente resultado de una línea o espina de transportes, o de la topografía natural que solo permite un crecimiento a lo largo.



**Imagen 3.4.1.4 Forma lineal**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 58

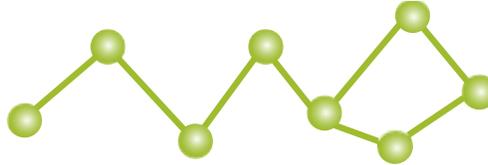
- **De anillo:** Se desarrolla alrededor de un gran espacio abierto.



**Imagen 3.4.1.5 Forma de anillo**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 58

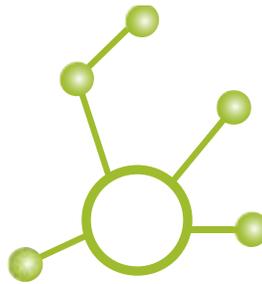
- **Constelación:** Se produce cuando hay una serie de ciudades con dimensiones semejantes, localizadas próximas unas de otras.



**Imagen 3.4.1.6 Forma de constelación**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 58

- **Satélite:** Corresponde a una constelación de pequeñas ciudades que se distribuyen alrededor de una ciudad principal.



**Imagen 3.4.1.7 Forma de satélite**

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 59

Todas las formas de ciudad tienen implicaciones definidas para su función, con ventajas y desventajas relacionadas con la circulación, con la proximidad del espacio abierto, y con la articulación entre cada ciudad.

## 2.4.2 Estructura Urbana

La estructura urbana está constituida por una serie de elementos físicos destinados a la realización de actividades específicas distintas, y cuya distribución determina la existencia de diferentes zonas dentro de la ciudad, que corresponden a diversos usos de suelo.

Los principales elementos de la estructura urbana son:

- Habitación
- Industria
- Comercio y oficinas

- Vialidad
- Equipamiento

El análisis de la estructura de la ciudad, permite conocer parte de su problemática, para así, plantear soluciones. Es importante para la planificación, visualizando las posibilidades de crecimiento futuro de esa ciudad, de acuerdo con las características geográficas de su emplazamiento y con la estructura existente.

El estudio de la estructura interna de la ciudad, ha originado una serie de teorías que tratan de explicar su funcionamiento, y aunque ninguna de ellas es exacta ni aplicable a todas las ciudades, nos permiten entender mejor el funcionamiento y evolución de éstas.

- **Teoría de las zonas concéntricas:** Fue propuesta por Ernest W. Burgess, y publicada en 1935 en Chicago en el libro "The City", de Robert E. Park, uno de los primeros impulsores de la economía urbana. La teoría, explica la transición de la ciudad en base a círculos concéntricos a partir del centro de negocios. Existen cinco zonas principales, y caracteriza cada una de ellas:
  1. Centro comercial y de negocios, o distrito comercial central: Cuenta con los precios de suelo más altos, tiene una alta concentración de actividades económicas altamente sustentables, servicios y diversiones de calidad, así como el mayor movimiento de personas cada día y el lugar de origen de la mayor parte de los transportes públicos. Regularmente es el área donde inicialmente se estableció la ciudad.
  2. Zona de transición, inmediata al centro comercial de la ciudad: Es una zona inestable, al comienzo del desarrollo de las ciudades, fue la zona residencial privilegiada, y más tarde, se deterioró, ya que la población con mayores ingresos se trasladó y abandonó la zona. Presenta valor a futuro, cuando el crecimiento de la zona central fuera absorbiéndola.

3. Zona Habitacional Obrera: Determinada por las fábricas, los motivos para establecerse en ella, era la cercanía con las fábricas y el bajo costo de la tierra.
4. Zona residencial: Es aquella donde habita la clase media alta. Ésta zona también tenía zonas comerciales locales que duplicaban algunos de los servicios situados en el centro.
5. Zona cambiante: Parte habitada por personas que viven a los alrededores, y que viajan diariamente a la ciudad, en donde tienen su ocupación.

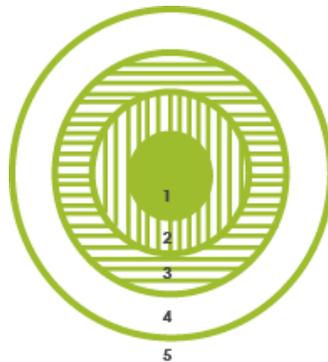


Imagen 3.4.2.1 Zonas concéntricas

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 63

- **Teoría Polinuclear:** (Harris y Ullman, 1945) Explica la evolución de la ciudad bajo la forma de núcleos de uso de suelo separados entre sí.



Ilustración 3.4.2.2 Modelo multinuclear

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 65

- **Teoría Sectorial:** (Hoyt, 1939) "Argumenta que los contrastes en los usos del suelo originados cerca del centro se mantienen al crecer la ciudad hacia el exterior, disponiéndose a manera de cuñas o sectores a lo largo de las vías de comunicación principales".<sup>7</sup>

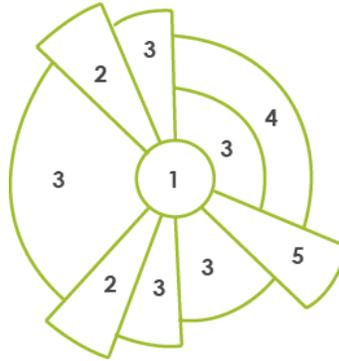


Ilustración 3.4.2.3 Teoría sectorial

Fuente: Ducci, María Elena, Introducción al Urbanismo: conceptos básicos, México, Trillas, 1989 pág. 65

- **Teoría simple de los valores de suelo:** (Berry, 1959) Propone que el valor disminuye en línea recta desde un máximo situado en el centro (punto de mayor accesibilidad a un mínimo en la periferia. El autor lo expresa mediante una curva denominada de renta-distancia.<sup>8</sup>
- **Teoría de los Lugares Centrales:** (Cristaller, 1933) Explica la distribución y jerarquización de los espacios urbanos que ofrecen servicios a la población de un área circundante en un espacio isótropo, existiendo puntos (lugares centrales) en donde se prestan determinados servicios. Señala que la centralización es un principio natural de orden, y que los asentamientos humanos los siguen. También menciona que la ciudad tendría un área de influencia mayor que una villa o pueblo, al ofrecer a la población un mayor número de servicios.

<sup>7</sup> Fuente: <http://geohistoriaymas.files.wordpress.com/2011/03/geografc3ada-urbana.pdf>  
Consultado en Junio de 2013

<sup>8</sup> *Ibidem*

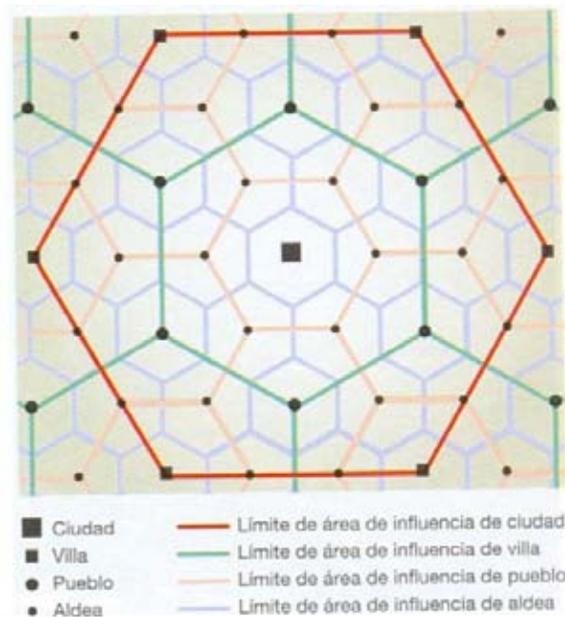


Ilustración 3.4.2.4 Modelo de los lugares centrales

Fuente: <http://geohistoriaymas.files.wordpress.com/2011/03/geografc3ada-urbana.pdf>

- **Teoría de la Localización:** (Johann Heinrich Von Thünen, 1820) Es una hipótesis general sobre la distribución de los usos agrícolas del suelo. Plantea que la renta varía con la distancia respecto al mercado, reconociendo que el hombre trata de resolver sus necesidades económicas en el entorno inmediato, reduciendo sus desplazamientos al mínimo, tomando en cuenta las diferencias en el coste del transporte dependiendo de la distancia, la cantidad y lo perecedero de la mercancía.

El autor, diseñó un modelo explicativo de la localización de los cultivos en un espacio homogéneo en torno al mercado de los productos, que estaba representado por la ciudad.<sup>9</sup>

Señala que el precio de los productos, se incrementa o disminuye dependiendo de los costos de transporte, y éstos a su vez varían respecto a la ubicación de los cultivos. Thünen, propuso equilibrar los costos de renta de ubicación y transporte, dependiendo del tipo de producto y de las necesidades del mismo.

<sup>9</sup> <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/ata/d5.htm> Consultado en Agosto de 2013

- 1) Agricultura Intensiva
- 2) Bosques para leña
- 3) Agricultura extensiva, campos de cultivo
- 4) Ganadería extensiva

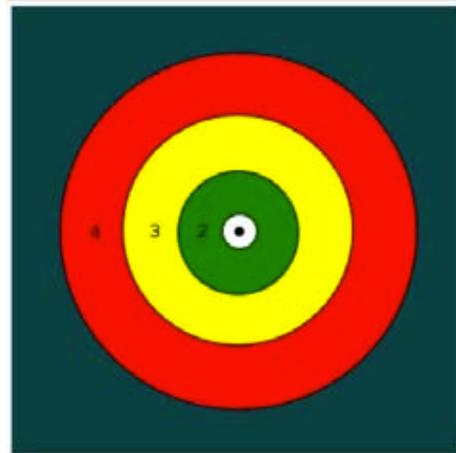


Imagen 3.4.2.5 Modelo de Von Thünen

Fuente:[http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa\\_de\\_la\\_localizaci%C3%B3n\\_de\\_von\\_Th%C3%BCnen](http://es.wikipedia.org/wiki/Teor%C3%ADa_de_la_localizaci%C3%B3n_de_von_Th%C3%BCnen)

## 2.5 Estructura Social y Apropiación del Espacio

“En la ciudad siempre existen clases o estratos sociales diferenciables, que se distinguen por su capacidad económica, su relación con los medios de producción, sus posibilidades de consumo, de acceso a los sectores gobernantes, etc. Hay diferentes formas de definir las clases sociales, sin embargo, para el presente análisis, basta comprender que en cualquier ciudad hay distintos estratos sociales, cuya capacidad económica y acceso a los servicios determina que cada uno de ellos se apropie en forma diversa del espacio urbano”<sup>10</sup> Así mismo, las clases altas tienen acceso a los mejores espacios de la ciudad, para trabajar y habitar, y las clases bajas, ocuparán los espacios abandonados o segregados de la ciudad, dependiendo de su capacidad económica.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Ducci, María Elena, *Introducción al Urbanismo: conceptos básicos*, México, Trillas, 1989, pág. 64

<sup>11</sup> *Ibidem*, pass.

### 3.0 EL VALOR Y SU EVOLUCIÓN

#### Conceptos básicos generales (desde el punto de vista económico)

- Costo: Es la cantidad de dinero que se necesita para fabricar un bien o artículo.
- Precio: Cantidad de dinero que se paga por determinado producto.
- Valor: "Estimación o precio de las cosas. Grado de utilidad o aptitud de las cosas para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite. Calidad de las cosas, en cuya virtud se da por poseerlas cierta suma de dinero o algo equivalente." <sup>12</sup>

Es la cantidad de dinero que se estima que tiene en el mercado un producto y que puede diferir el precio que se pague por él, ya sea un precio bajo alto, e independiente del costo, ya que puedo haber costado más o menos de la cantidad en que podría venderse.

**Algunos conceptos de valor:** Algunos economistas sostienen que el valor de un objeto depende de la cantidad de trabajo que se necesite para hacerlo, o sea, que el costo de reproducción de un artículo determinará su valor.

El valor, desde el punto de vista de la demanda, supone que todo objeto tiene el poder de exigir a cambio otro u otros artículos o bienes, basándose dicho intercambio en las leyes de la demanda efectiva.

La demanda efectiva no sólo se basa en el poder de adquisición, sino en dicho poder, aunado a la necesidad, en este caso no se toman en cuenta las influencias a largo plazo, sino sólo las inmediatas; mientras más corto sea el periodo económico que considere, más importancia se le debe dar a la ley de la oferta y la demanda, y cuanto más largo sea dicho periodo, más importancia se le deberá dar al costo de producción sobre valor.

El costo en sí, muy rara vez influye sobre la demanda. Sin embargo, cuando el costo de producción es mayor que el precio de venta, entonces la producción disminuirá o se acabará.

---

<sup>12</sup> Apuntes Mtro. Lorenzo Barragán Estrada, Catedrático de la Especialidad en Valuación Inmobiliaria en la Universidad Nacional Autónoma de México, otoño 2011

La producción industrializada altamente mecanizada puede hacer que los artículos producidos se fabriquen a menor costo, y al bajar el costo, aumenta la demanda efectiva.

La demanda tiene también influencia sobre el costo y la oferta, porque al aumentar la producción se reducen los costos, y al reducirse los costos, aumenta la demanda.

Definiendo al precio como la cantidad de dinero por medio de la cual pueden cambiarse artículos y productos, podría parecer que precio y valor son sinónimos, pero no lo son. El valor no puede medirse por medio del precio, porque debido a las depreciaciones, y a otras causas, el valor de la moneda varía, así como el de muchos objetos, por lo que el valor es únicamente un concepto, ya que no se ha logrado establecer un nivel absoluto ni en los valores ni en los precios.

Valor (desde el punto de vista económico): Es la relación en la que se intercambiaría una cantidad de bienes por otros (u otro). En la antigüedad, cuando no existía en sistema monetario, el comercio se hacía por medio del trueque, es decir, intercambiando un artículo por otro, al aparecer la moneda, ésta comenzó a utilizarse como base para dicho intercambio, estableciéndose entonces lo que ahora se denomina "precio", definiéndose como la cantidad de dinero necesario para adquirir una determinada mercancía.

**Valor de utilidad y valor de intercambio:** Éstos casi siempre son diferentes. Un objeto puede tener cierto valor de intercambio en una tienda, y dependiendo del escenario, un gran valor de utilidad, y viceversa. Por ejemplo, un vaso de agua en el desierto, tiene gran valor de utilidad, o un diamante, tiene gran valor de intercambio pero un bajo valor de utilidad (o valor de uso). La relación entre valor de uso y valor de intercambio puede ser influenciada por diversos factores, tales como el acaparamiento de bienes o monopolio, la escasez, etc.

Factores que influyen en las transacciones:

- El valor del artículo para el vendedor
- El calor del artículo para el comprador
- El valor del dinero para el comprador
- El valor del dinero para el vendedor

Estos factores constituyen las bases de la ley de la oferta y la demanda, y dependiendo de las circunstancias de cada uno de ellos, será la determinación del precio. La oferta y la demanda son los mayores determinadores del precio.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Antuñano, Antonio, El avalúo de los bienes raíces, México, Limusa 2008, Página 23

#### 4.0 METODOS VALUATORIOS

Un avalúo es la estimación del valor de un objeto, en éste caso de un inmueble, así como los derechos intangibles derivados del mismo.

Existen principios relativos a la utilización de la tierra, los cuales están ligados a cuestiones económicas como los mercados, oferta y demanda, etc. Los principios fundamentales son:

- **Principio de oferta y demanda:** La demanda de un bien depende de los ingresos, los precios y los gustos. La oferta se integra por la disponibilidad de las mercancías.
- **Principio de cambio:** Nada permanece estático, el futuro más que el pasado es de primera importancia en la estimación del valor, por lo que se necesita definir la fase cíclica en que se encuentra el inmueble que se valúa.  
Todo bien inmueble cuenta con tres etapas:
  1. Integración (Desarrollo)
  2. Equilibrio (Estado estático)
  3. Desintegración (Decadencia)
- **Principio de regresión:** Se basa en que entre dos inmuebles, el valor del mejor puede ser afectado adversamente por la presencia de otro de menor valor, y viceversa.
- **Principio de sustitución:** El valor máximo pagado por una propiedad tiene que estar en relación con el valor de adquisición o de sustitución, de esta propiedad semejante, de igual utilidad, durabilidad y características, ya que no se justificaría pagar más por una propiedad de lo que se paga por una que tenga las mismas características.
- **Principio de mejor y mayor uso productivo.** El mayor uso productivo de una propiedad es el uso al cual es apto dicho inmueble y que por él habrá una demanda idónea en un futuro razonable cercano, y que por los servicios que preste se obtenga el mayor rendimiento, ya

sea en términos de dinero o en términos de uso. El Uso presente de una propiedad no siempre puede ser el mejor.

- **Principio de balance.** El valor se establece y se mantiene cuando hay equilibrio, tanto en la cantidad como en la ubicación de los inmuebles. La pérdida de valores puede resultar si hay menos servicios de los que el vecindario necesita, o viceversa. Una ruptura de equilibrio tiende a destruir valores.
- **Principio de contribución.** Es el principio del incremento y decremento de recuperaciones, aplicado a una o varias partes de una propiedad. Este principio afirma que el valor de un factor individual en la producción depende de qué tanto contribuye al valor total con su presencia, o que tanto disminuye con su ausencia.
- **Principio de competencia:** Un exceso en las utilidades atrae competencia, y la competencia frecuentemente destruye utilidades. El exceso de utilidades así considerado por el valuador es el monto remanente, después de satisfacer a los cuatro agentes de producción.
- **Principio de concordancia.** Para llegar a su máximo valor, un inmueble deberá ser utilizado de tal forma que sean sus mejoras o construcciones acordes a las del vecindario en que se encuentra. Deben ser similares en superficie, edad, condición, estilo, y de similar nivel socioeconómico.
- **Principio de anticipación .** El valor es tomado en atención a los beneficios futuros o ingresos futuros, derivados de la propiedad, el valuador deberá tener un panorama de qué ocurrió en el pasado y qué ocurrirá en el futuro, así como las recuperaciones posibles de obtener.
- **Valor y precio.** El valor es una medida de comparación para diferenciar objetos. El valor de un inmueble depende fundamentalmente de qué tanto de otros bienes o servicios se pueden obtener a cambio del mismo, o de los servicios que éste representa. La importancia relativa de los inmuebles es reflejada en

el precio, el cual es el valor expresado en términos monetarios, aunque éstos puede no coincidir con sus valores; sin embargo el precio y el valor deberían ser idénticos bajo condiciones de perfección.

- **Valor y costo.** Los costos afectan a los valores y precios, solamente en la medida que afectan la oferta. Para los plazos existe la tendencia de los costos y valores a coincidir, pero en un dado tiempo, los costos pueden tener una gran diferencia, hacia arriba o abajo respecto a los valores reflejados en los precios de venta o renta.
- **Depreciación y obsolescencia.** Las construcciones y sus accesorios tienden a quedar fuera de uso a través del tiempo gradualmente; la pérdida de valor, no solo en el resultado del uso y destrucción, sino también la presencia de inmuebles en mejor estado y con mejor equipo. La primera situación se denomina depreciación y la segunda obsolescencia.

Existen diversos métodos para obtener el valor, según el tipo de inmueble del que se trate, y se puede llegar a distintas conclusiones, según la finalidad del avalúo.

Existen 3 métodos principales para obtener el valor de un inmueble:

- Enfoque de mercado
- Enfoque de costos
- Enfoque por capitalización de rentas

#### 4.1 Enfoque de Mercado

El valor comercial obtenido en éste enfoque, es “la cantidad más alta, expresada en términos monetarios, mediante la cual se intercambiaría un bien en el mercado corriente de bienes, entre un comprador y un vendedor que actúan sin presiones ni ventajas de uno y otro, en un mercado abierto y competido, en las circunstancias prevalecientes a la fecha del avalúo y en un plazo razonable de exposición. Es el resultado del

análisis de por lo menos tres parámetros valuatorios a saber: valor físico o neto de reposición, (enfoque de costos), valor de capitalización de rentas (enfoque de ingresos) y valor comparativo de mercado. Es el equivalente al valor justo de mercado. " <sup>14</sup>

Sistema que consiste en comparar los precios de ventas, precios de ofertas o las rentas de otros inmuebles existentes en el mercado, y así, deducir el

Este valor es el resultado de las operaciones hechas por compradores y vendedores. Este enfoque consiste en observar el movimiento del mercado, bajo valor del inmueble que tratamos de valorar. La premisa de que nadie (por lo regular) comprará un inmueble determinado si encuentra uno de las mismas características a un precio menor.

En resumen, el valor de mercado es el precio en dinero que un comprador bien informado está dispuesto a pagar y un vendedor bien informado está dispuesto a vender un inmueble expuesto en el mercado durante un tiempo razonable.

En el método de mercado se utilizan factores de valor; al investigar determinado inmueble, se deben conocer las circunstancias del mismo, como calidad de construcción, zona, etc., así como monitorear el mercado para conocer las tendencias, moda y necesidades de los compradores.

El valor de mercado obtenido en éste proceso se define como el precio en que un inmueble deberá venderse en el mercado de compradores y vendedores bien informados, para ello, se seleccionan comparables que muestren un estándar ideal (lo más similares posibles al inmueble sujeto del avalúo). <sup>15</sup>

#### **4.2 Enfoque de Costos (Conocido también como Método Físico o Directo)**

Se trata de la cantidad de dinero requerido para construir un inmueble (incluyendo terreno), tomando en cuenta la calidad, tipo de construcción y la edad del mismo.

---

<sup>14</sup> Apuntes Mtro. Lorenzo Barragán Estrada, Catedrático de la Especialidad en Valuación Inmobiliaria en la Universidad Nacional Autónoma de México, otoño 2011

<sup>15</sup> Antuñano, Antonio, El avalúo de los bienes raíces, México, Limusa 2008, Pág. 31

Este método establece el valor del inmueble a través de la estimación por separado del costo del terreno, mediante la investigación exhaustiva, análisis y ponderación del mercado inmobiliario de terrenos, en la misma zona y/o zonas similares; así como el costo neto de reposición de las construcciones, instalaciones especiales, elementos accesorios y obras complementarias.

Cuando se trate de inmuebles sujetos a régimen de condominio, se deberá calcular el costo indiviso del terreno; los costos de las construcciones, instalaciones especiales, elementos accesorios y obras complementarias privativas y comunes, estas últimas aplicando el indiviso correspondiente.<sup>16</sup>

### **4.3 Enfoque de Ingresos o capitalización de rentas**

Es el capital que se requiere para generar rendimientos financieros iguales a las utilidades que producen las rentas de un bien en similares condiciones de riesgo. Es decir, estima el valor con una propiedad dividiendo los ingresos netos anuales de operación, que produce la misma, entre la tasa de capitalización adecuada.<sup>17</sup>

El método de Capitalización de Rentas establece el valor del inmueble mediante la renta de mercado, para establecer dichas rentas de mercado se deberá efectuar una investigación, análisis y ponderación del mercado de arrendamiento de inmuebles semejantes al que se valúa en la misma zona y/o zonas similares aplicando las deducciones respectivas que genera el negocio de arrendamiento para el inmueble en estudio, así como tasas de capitalización acordes al mismo.

Este método tiene como premisa la definición de valor que señala que el valor de una propiedad, es el valor presente de los posibles beneficios esperados a futuro. Considerando que todos los inmuebles son capaces de generar un ingreso, se entiende como el valor presente del ingreso neto que producirá durante su restante vida económica productiva.

---

<sup>16</sup> Manual De Procedimientos Y Lineamientos Técnicos De Valuación Inmobiliaria, emitido por la Administración Pública del Distrito Federal el 6 de diciembre de 2013, Pág. 50

<sup>17</sup> Apuntes Mtro. Lorenzo Barragán Estrada, Catedrático de la Especialidad en Valuación Inmobiliaria en la Universidad Nacional Autónoma de México, otoño 2011

La capitalización es un proceso por el cual se puede obtener el valor de una propiedad conociendo la cantidad, calidad y duración de un ingreso.<sup>18</sup>

#### **4.4 Metodología Residual**

El Valor Residual es el que resulta del análisis de la diferencia entre los beneficios y los costos de un inversionista que adquiere un bien inmueble, para desarrollar en él un proyecto específico, considerando el mayor y mejor uso (físicamente posible, legalmente permisible y económicamente viable), para el aprovechamiento del mismo.

El método residual se aplica siempre y cuando no existan evidencias adecuadas y confiables de mercado y exista viabilidad técnica, jurídica, social, económica y financiera del proyecto inmobiliario, considerando el mayor y mejor uso del inmueble.

Dependiendo del caso, el método residual podrá llevarse a cabo mediante dos análisis:

##### **4.4.1 Residual Estático**

Es el análisis que considera la reparación, conclusión de las obras y la operación de compraventa del inmueble analizado.

Este análisis no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y por tanto calcula el valor residual que puede asignarse a un terreno o terreno con construcciones a partir de la diferencia simple de los ingresos y egresos que el inmueble analizado genera en un momento dado.

##### **4.4.2 Residual Dinámico**

Es el análisis que considera la operación de compraventa o renta en un plazo cuantificable del inmueble analizado.

En este análisis se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y por tanto calcula el valor residual que puede asignarse a un terreno o terreno

---

<sup>18</sup> Manual De Procedimientos Y Lineamientos Técnicos De Valuación Inmobiliaria, emitido por la Administración Pública del Distrito Federal el 6 de diciembre de 2013, Pág. 67

con construcciones a partir del valor presente neto de los flujos de efectivo que el inmueble analizado generará en el futuro.

Dado lo anterior, los conceptos que se incluirán en el análisis deben estimarse tomando en cuenta el momento de su ocurrencia.

El procedimiento dinámico será la diferencia entre el valor actual de los cobros obtenidos por la venta o renta del inmueble terminado y el valor actual de los pagos realizados por los diversos costos y gastos, con una tasa de descuento determinada.

## 5.0 LA CIUDAD DE PUEBLA

La ciudad de Puebla es la capital del estado del mismo nombre. Su nombre oficial desde 1543 fue Ciudad de los Ángeles (mismo que conservó durante la época virreinal), hasta que, en 1862, por decreto del presidente Benito Juárez, recibió el título de Puebla de Zaragoza, en honor del general Ignacio Zaragoza; y el de Heroica Puebla de Zaragoza por decreto del Congreso del Estado el 4 de agosto de 1950 <sup>19</sup>

Actualmente es la cuarta ciudad más grande de México, y aunque no forma parte de las tres ciudades más grandes del país, cuenta con una población de 1,539,819 habitantes<sup>20</sup>, sin contar los municipios conurbados y ha tenido que enfrentar desde mediados de la década de los sesentas, problemas generados por un rápido crecimiento urbano. Por otra parte, su situación a 125 km de la ciudad de México, la localiza directamente en la órbita de la capital federal. <sup>21</sup>

### 5.1 Toponimia y Escudo

El nombre del estado se debe a su capital, Heroica Puebla de Zaragoza o La Angelópolis en el siglo XXI, fundada el 16 de abril de 1531 con el nombre de Puebla de los Ángeles. La leyenda dice que los ángeles bajaron en sueños a Julián Garcés, primer obispo de Tlaxcala, y le señalaron el lugar donde había de fundar la nueva población española en el sitio denominado Cuetzlaxcoapan "Donde las serpientes cambian de piel". El escudo concedido por Carlos V a la ciudad conmemora esta leyenda. <sup>22</sup>

Por Cédula Real expedida el 20 de julio de 1538 en Valladolid, Carlos V y su madre la Reina Juana, otorgaron a Puebla un escudo de armas en el que se contempla una ciudad con cinco torres de oro asentadas sobre un campo verde y dos ángeles, uno a cada lado, vestidos de blanco, realizados de púrpura y oro asidos a la propia ciudad, y encima, a mano derecha hay una K y a la izquierda una V, que quieren decir "Karolus

---

<sup>19</sup> (Terán Bonilla, José Antonio, *Arquitectura y Urbanismo del Centro Histórico de la Ciudad de Puebla 1531-1917*, Pág. 15.)

<sup>20</sup> *Censo de Población y Vivienda 2010*. INEGI: México.

<sup>21</sup> Melé, Patrice, Puebla, *Urbanización y Políticas Urbanas*, Universidad Autónoma de Puebla, 1994, Pág. 9.

<sup>22</sup>Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Puebla> Consultado en Junio de 2013

Quintus". Las dos letras son de oro y en la parte baja de la Ciudad, bajo el campo verde, un río de agua en campo celeste y una orla en torno de dicho escudo, unas letras de doradas que en castellano significan "Dios ordenó a sus ángeles, que te guarden en todos tus caminos" (Salmo90,Versículo11) <sup>23</sup>



Ilustración 6.1.1 Escudo de Puebla

Fuente:<http://angelopolix.blogspot.mx/2010/01/historia-del-escudo-de-armas-del-estado.html>

PUEBLA quiere decir población o acto de poblar, y de los Ángeles, por la devoción de los franciscanos a los santos ángeles.

## 5.2 Ubicación y Situación Geográfica

Una primera definición del lugar ocupado por la ciudad, supone delimitar su situación a pequeña escala:

El **Estado de Puebla** está ubicado en la parte centro-este del país, no cuenta con salida al mar. Sus coordenadas geográficas extremas son: al norte 20° 50', al sur 17° 52' de latitud norte; al este 96° 43' y al oeste 99° 04' de longitud oeste. Colinda al norte con Hidalgo y Veracruz, al este con Veracruz y Oaxaca, al Sur con Oaxaca y Guerrero, y al oeste con Guerrero, Tlaxcala e Hidalgo. Comprende una superficie de 33,995 Km<sup>2</sup>, dato que representa 1.7% del espacio total del país, se sitúa en el vigésimo primer lugar en cuanto a extensión, está integrado por 217 municipios, y según el

<sup>23</sup> Fuente: <http://www.sitiosenpuebla.com/5demayo/escudos.html> Consultado en Agosto de 2013

censo realizado por el INEGI en 2010, cuenta con una población de 5,779,829 habitantes. <sup>24</sup>



**Ilustración 6.2.1 Ubicación Geográfica del Estado de Puebla**

Fuente:<http://angelopolix.blogspot.mx/2010/01/historia-del-escudo-de-armas-del-estado.html>

El **Municipio de Puebla** se localiza en la parte Centro Oeste del Estado de Puebla. Sus coordenadas geográficas son: los paralelos 18°50'42" y 19°13'48" de Latitud Norte y los meridianos 98° 00'24" y 98° 19'42" de Longitud Occidental. Limita al Norte, con el estado de Tlaxcala y los municipios de Cuautlancingo y Tepatlaxco de Hidalgo; al Este, con Amozoc y Cuautinchan; al Sur, con los Municipios de Tzicatlacoyan, Huehuetlán el Grande y Teopantlán; al Oeste, con los municipios de Ocoyucan, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula. <sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Síntesis Geográfica del Estado de Puebla, México, 2000, Pág. IX

<sup>25</sup> Plan Municipal de Desarrollo de Puebla 2011, 2014, Pág. 24



**Ilustración 6.2.2 Ubicación Geográfica del Municipio de Puebla**

Fuente: [http://www.elclima.com.mx/ubicacion\\_geografica\\_de\\_la\\_ciudad\\_de\\_puebla.htm](http://www.elclima.com.mx/ubicacion_geografica_de_la_ciudad_de_puebla.htm)

La ciudad está localizada en el centro de un valle conocido como Valle de Puebla, asentado en el altiplano mexicano y entre los ríos Atoyac y San Francisco, mismos que atraviesan la ciudad. Se encuentra a 125 km al sureste de la ciudad de México y a 302 km del puerto de Veracruz. La altura de Puebla sobre el nivel del mar es de 2,162 metros. Cuenta con un clima templado, ligeramente húmedo, con veranos frescos e invierno no riguroso. Las lluvias se concentran en una temporada en verano y principios de otoño, en 75 a 95 días con lluvia apreciable con 900mm de lluvia al año. La temperatura media anual es de 16.20° C, con una máxima de 27.6° C a la sombra y una mínima de 4.9° C. Está asentada sobre un terreno predominantemente plano, con algunas hondadas al este, y lugares más altos al norte, en los cerros de Guadalupe y Loreto. La cuenca de Puebla es la más amplia y abierta; está separada de la cuenca de México por un límite que constituye la Sierra Nevada. Dos volcanes, el

Iztaccihuatl (5286m) y el Popocatepetl (5452m), cierran del lado oeste el horizonte de la Ciudad de Puebla.<sup>26</sup>

El Municipio de Puebla comprende una extensión de 524.31 Km<sup>2</sup> que lo ubica en el lugar número cinco en superficie en relación al resto de los municipios del Estado de Puebla y contiene una población de 1,539,819 personas, de acuerdo al censo del 2010 realizado por el INEGI.

### 5.3 Breve Reseña Histórica

Puebla, (antes Cuetlaxcuapan), fue asentamiento de comunidades aldeanas; en el siglo XV el valle era llamado Yaotlalli, campo neutral de batallas de las nombradas "Xochiyaóyotl" (guerras floridas que sostenían las poblaciones de Itzacan, Tepeaca, Huejotzingo, Texmelucan y Tlaxcala), el propósito era dominar al adversario para llevarlo vivo como ofrenda a los Dioses, donde era sentenciado a muerte, peleando el sacrificio gladiatorio o en la "Cuaixicalli" (piedra de sacrificios). El nombre Cuetlaxcuapan se origina de las raíces nahuas, que en conjunto significan "lugar donde cambian de piel las víboras".

En toda fundación de ciudad, intervienen diversos acontecimientos; en Puebla se presentaron los siguientes: El Obispo de Tlaxcala Fray Julián Garcés, necesitó una ciudad cristiana y de españoles para establecer la cabecera de su diócesis, en el año de 1530 hizo la petición de la fundación a la reina gobernadora de España doña Isabel de Portugal, quien gobernaba en lugar de Carlos V; expidió la cédula Real en la Villa de Ocaña, el 18 de enero de 1531. La construcción del pueblo se inició a fines de marzo del mismo año, en el Valle de Cuetlaxcuapan en la margen oriental del río San Francisco.

El fundador más importante de todos, fue Fray Toribio Paredes, Originario de Benavente, España, llamado comúnmente fray Toribio de Motolinía. La ciudad se fundó el día de su onomástico, y se le fue encargada la primera misa, llamada "La misa de la fundación de Puebla", el 16 de abril de 1531. Alrededor de la traza española se establecieron colonias indígenas, conociéndose con el nombre de repúblicas con su propia demarcación o barrio, así como su propia iglesia. Los Tlaxcaltecas se establecieron en

---

<sup>26</sup> Terán Bonilla, José Antonio, *Arquitectura y Urbanismo del Centro Histórico de la Ciudad de Puebla 1531-1917*, Pág. 16.

Tlaxcaltecapan, denominado Barrio de San Juan del Río, extendiéndose al barrio del alto. En el Barrio de Santa Ana, se ubicaron los cholultecas. El Barrio de Santiago se integró con los huejotzincas, calpanecas, itzocanos y cholultecas. El Barrio de Analco se formó con los tlaxcaltecos y mixtecos.

Los eventos negativos que detuvieron el desarrollo de la ciudad fueron: el matlalzáhuatl o tifo en el año de 1737; un motín de descontento en 1747; alborotos en el Barrio del Alto, por estanco del tabaco; en el Barrio de San José se alzó el pueblo contra la tropa en 1765; las fuertes heladas de 1785 y la epidemia de viruela en 1797.

Consumada la independencia, el Estado de Puebla acelera su progreso. Don Esteban de Atuñaño fundó la industria Textil Mecanizada en 1831; catorce años después había 18 fábricas de hilados y tejidos en la ciudad.

En 1847 los imperialistas norteamericanos al frente del general Scott, se apoderan de la ciudad sin haber disparado un tiro, aunque frecuentemente los hostilizaba el general Joaquín Rea, pero nunca logró desalojarlos. Santa Anna los sitió el 22 de septiembre, pero a los 20 días desistió de su intento. Después, al firmarse los Tratados de Guadalupe en los que México perdió 2,000,000 de km<sup>2</sup>, los invasores se retiran de México y Puebla en 1848.

Posteriormente, el país tiene conflictos con algunas naciones europeas por lo cual se firman los Tratados de la Soledad con los ministros plenipotenciarios de Inglaterra, España y Francia, mismos que deciden retirar sus tropas de México, con excepción de las tropas francesas que avanzaron al interior del país, el 27 de abril de 1862. El 1º de mayo estaban 6,000 soldados en San Agustín del Palmar; el 2 avanzan a Quecholac; el 3 a Acatzingo; el 4 a Amozoc y el 5 de mayo, a las 11:45 horas el conde Lorencés, atacó los fuertes de Loreto y Guadalupe.

El 2 de abril de 1867, los republicanos toman la capital del estado, expulsando a los conservadores. Dos años después, el presidente Benito Juárez, inaugura el ferrocarril en Puebla.

Actualmente, la Heroica Puebla de Zaragoza, es un importante centro urbano, industrial y comercial que presenta un crecimiento acelerado; en el cual se concentran diversas industrias; principalmente en el área metropolitana y centros de población de su zona de influencia, entre las

que destacan la textil, metalúrgica y automotriz. Además, cuenta con centros de enseñanza superior, museos, balnearios de aguas sulfurosas, majestuosos monumentos de arquitectura colonial, como el templo de San Francisco; la biblioteca Palafoxiana, la casa del Deán, la Catedral y otras Iglesias. También, en los alrededores de la mancha urbana, se practica la ganadería y la agricultura donde es de gran importancia la fruticultura.<sup>27</sup>

#### **5.4 Delimitación Metropolitana**

El rápido crecimiento de la mancha urbana del Municipio de Puebla, ha rebasado sus límites político-administrativos y se ha unido con la superficie urbana de otros municipios del Estado de Puebla e incluso, con municipios pertenecientes al Estado de Tlaxcala. Por lo tanto, el Municipio de Puebla representa el municipio central y de mayor jerarquía de la Zona Metropolitana Puebla-Tlaxcala (ZMPT), entendida como el conjunto urbano donde más de una autoridad toma decisiones sobre su crecimiento, ordenación, organización y equipamiento, agrupando municipios con capacidades, modelos de organización y recursos diferentes, para atender la situación en la que se encuentran.

La Zona Metropolitana Puebla-Tlaxcala, está conformada por treinta y ocho municipios, dieciocho del Estado de Puebla y veinte del Estado de Tlaxcala, con una población conjunta de 2,595,148 habitantes de los que 60 por ciento de la población y la cuarta parte de su superficie corresponde al Municipio de Puebla.<sup>28</sup>

La Ciudad de Puebla cuenta con una traza rectilínea, que como se menciona en el capítulo 3.4.1, tiene un orden y es producto de una previa planeación. Está conformada por manzanas rectangulares y calles perfectamente perpendiculares. Cabe aclarar que la planeación urbana de la Ciudad de Puebla, se ha ido perdiendo un poco conforme crece la mancha urbana, ya que, para satisfacer las necesidades de la población, se han construido calles y avenidas que rodean la parte central de la misma.

---

<sup>27</sup> Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Síntesis Geográfica del Estado de Puebla, México, 2000, Pág. 8

<sup>28</sup> Plan Municipal de Desarrollo de Puebla 2011, 2014, Pág. 24

### **5.5 Demografía (características de la población 2000-2010)**

Por su cantidad de población, el Municipio de Puebla es uno de los más importantes del país, ocupando el cuarto lugar de los más poblados en el año 2010, con 1,539,819 habitantes, después de la Delegación de Iztapalapa en el Distrito Federal (1,815,786 habitantes), el Municipio de Guadalajara (1,646,319 habitantes) y el Municipio de Ecatepec en el Estado de México (1,622,997 habitantes).

Como se ha mencionado, Puebla es el municipio que dio origen a la cuarta metrópoli más poblada del país, identificada como la Zona Metropolitana Puebla-Tlaxcala (ZMPT). En el año 2010, el Municipio de Puebla es el más importante del Estado de Puebla, en cuanto a concentración de población se refiere, integrando a poco más de una cuarta parte de la población estatal.

En el proceso de metropolización, el Municipio de Puebla generó un proceso de concentración de población desde mediados de los 60 hasta la década de los 90 del siglo pasado, determinado por un alto nivel de natalidad de la población residente junto con un descenso importante de las tasas de mortalidad y por importantes procesos de inmigración, tanto de municipios poblanos como de otras entidades. Este proceso cambia a fines de los 90 debido a un mayor ritmo de crecimiento de la población de los otros municipios conurbados que conforman la metrópoli Puebla-Tlaxcala, y se observa también un descenso en el ritmo de crecimiento de la población.

**Población en los años 1990, 2000 y 2010. Tasas de crecimiento de los periodos 1990-2000 y 2000-2010 del Municipio de Puebla, Estado de Puebla y la ZMPT**

Demarcación	1990	Tasa de Crecimiento Anual de Población en el Periodo 1990-2000	2000	Tasa de Crecimiento Anual de Población en el Periodo 2000-2010	2010
Municipio de Puebla	1,057,454	2.45	1,346,916	1.35	1,539,819
Municipios Conurbados (Excepto Puebla)	678,203	2.56	873,617	1.91	1,055,329
Zona Metropolitana Puebla-Tlaxcala	1,735,657	2.49	2,220,533	1.57	2,595,148
Estado de Puebla	4,126,101	2.09	5,076,686	1.31	5,779,829

Tabla 6.1.1 Fuente: Plan Municipal de Desarrollo de Puebla 2011, 2014, Pág. 27 (Con datos obtenidos de "INEGI Censos Generales de Población y Vivienda 1990, 2000 y 2010")

Como se puede observar en la tabla anterior, las tasas de crecimiento de la población del Municipio de Puebla, de los otros municipios conurbados y del estado de Puebla disminuyeron de manera considerable, entre la última década del siglo pasado y la primera del presente siglo.

En el caso específico del Municipio de Puebla de 1990 al año 2000, se tuvo un incremento del 27% en la cantidad de población, mientras que en el periodo de 2000 a 2010, incrementó 14%; de tal forma que el ritmo de crecimiento entre un periodo y otro disminuyó a la mitad.

Por otro lado, al igual que en la mayoría de las zonas metropolitanas, la demarcación principal, la más consolidada, como es el caso del Municipio de Puebla al interior de su Zona Metropolitana, ha disminuido su ritmo de crecimiento con respecto al resto de los municipios que conforman su Zona Metropolitana, lo cual se ve reflejado en la diferencia entre el ritmo de crecimiento que mostraba el Municipio de Puebla de 2.45% anual en el periodo 1990-2000 con respecto al del resto de los municipios conurbados

con 2.56% en el mismo periodo. En el último periodo 2000-2010 la diferencia aumentó, de un ritmo de crecimiento del Municipio de Puebla de 1.35% anual, con respecto al 1.91% que representan los municipios conurbados.

Asimismo, es importante destacar que la dinámica de crecimiento del Municipio de Puebla cada vez es más similar a la del estado, ya que en el periodo de 1990 a 2000, presentó una tasa de crecimiento anual de 2.45%, mientras el Estado tuvo 2.09%. Para el periodo 2000-2010, las Tasas de crecimiento anual tendieron a ser similares, con un 1.35% anual para el Municipio de Puebla y un 1.31% para el Estado de Puebla. Esto último muestra una dinámica poblacional del Municipio de Puebla que tiende a ser semejante a la del Estado, pese a que su población es predominantemente urbana y la del Estado, tiene una importante proporción de población rural.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Plan Municipal de Desarrollo de Puebla 2011, 2014, *pass*.

## 6.0 CASO DE ESTUDIO

El inmueble sujeto de la presente investigación, está situado en la Colonia El Cerrito, la cual está ubicada a 3 km al suroeste de la ciudad de Puebla. (Ver mapa 7.1), sus primeros asentamientos surgieron en los años cincuentas, que fueron principalmente fábricas textiles. La construcción de casas habitación comenzó hasta los años 80s y 90s, tiempo en que se consolidó la colonia como residencial de clase media.



Mapa 7.1 Ubicación de Puebla respecto al Centro Histórico de la Ciudad

### 6.1 Vialidades

La colonia está delimitada por las siguientes vialidades:

Al Norte, por la 57 Poniente

AL Sur, Oaxaca

Al Este, 16 de Septiembre

Al Oeste, 5 Sur

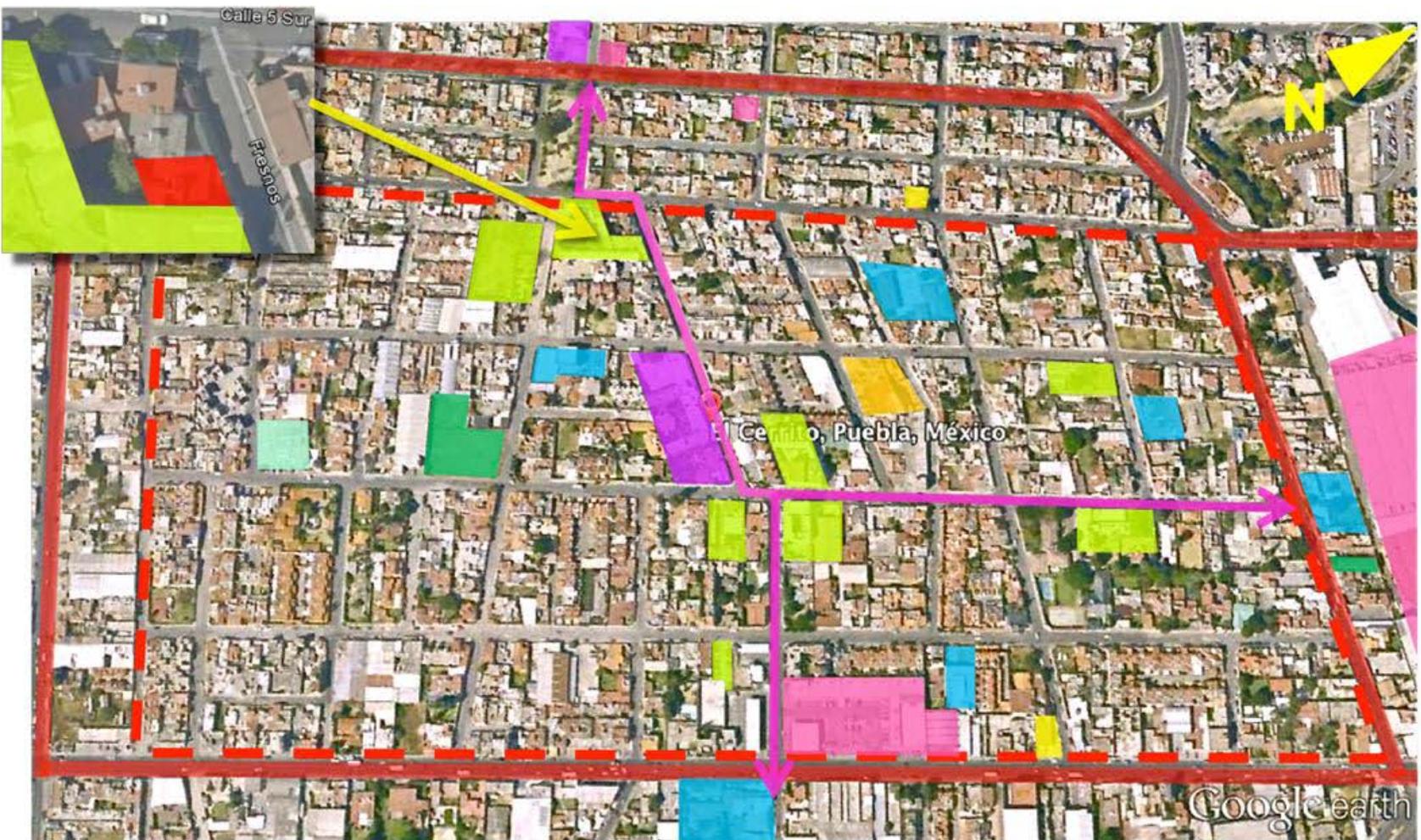
Cuenta con vías de acceso primarias, tales como: 16 de Septiembre, 5 B sur, Avenida Margaritas, 57 Poniente, etc.

## **6.2 Equipamiento Urbano**

En un radio de 2,000 metros cuenta con: Iglesia y convento, supermercado, centro comercial (Plaza Crystal), escuelas públicas y privadas (Universidad del Valle de Puebla, Instituto Vel, etc.), parques, estación de transporte público, banco, cine, gasolinera, clínica del ISSSTEP, centros deportivos, oficinas públicas, etc.

## **6.3 Servicios Públicos**

Cuenta con agua potable con suministro al inmueble, drenaje con conexión al inmueble, luz en la zona con acometida al inmueble por red aérea, alumbrado público por red aérea, vialidades pavimentadas, banquetas de concreto, guarniciones de concreto, teléfono en la zona por red aérea con acometida al inmueble, gas natural, vigilancia pública, nomenclatura y señalización de calles, transporte local a 150 metros del inmueble con una frecuencia de 15 minutos, recolección de basura cada 2 días.



- |  |                                 |  |                          |
|--|---------------------------------|--|--------------------------|
|  | Fresnos 339                     |  | Comercios                |
|  | Universidad del Valle de Puebla |  | Centros Deportivos       |
|  | Escuelas                        |  | Tiendas de Conveniencia  |
|  | Clinica ISSSTEP                 |  | Perímetro de la Colonia  |
|  | Oficinas Públicas               |  | Vías de acceso Primarias |
|  | Iglesias y Conventos            |  | Principal Flujo Peatonal |

#### **6.4 Análisis de la Colonia e Imagen Urbana**

“El Cerrito”, con un área aproximada de 373,434 m<sup>2</sup>, cuenta con una forma urbana totalmente rectilínea (Ver capítulo 3.4.1) Se trata de una colonia con uso de suelo mixto, aunque predominantemente habitacional de nivel socioeconómico medio. Actualmente se encuentra en una etapa de cambio de uso de suelo intenso, como consecuencia del crecimiento de la Universidad del Valle de Puebla, misma que fue creada en 1981, sin embargo, no tuvo una expansión considerable hasta aproximadamente el año 2000, cuando comenzó a absorber predios como parte de sus instalaciones.

En la actualidad, un 70% de la población de la colonia es flotante, lo que ha propiciado que aparezcan múltiples negocios improvisados de diferentes giros, y con ello, los inmuebles destinados a casa habitación, están siendo transformados.

Por lo anterior, el inmueble sujeto del presente estudio cuenta con la localización perfecta para ser utilizado en un negocio.

## 7.0 FRESNOS 339 Y SU ENFOQUE VALUATORIO

La casa se encuentra en la calle Fresnos N° 339, está desplantada en un lote medianero, en calle media, desarrollada en tres niveles, con una superficie de terreno de 106.40 m<sup>2</sup>, un área de construcción de 150.55 m<sup>2</sup> y una edad de 26 años.

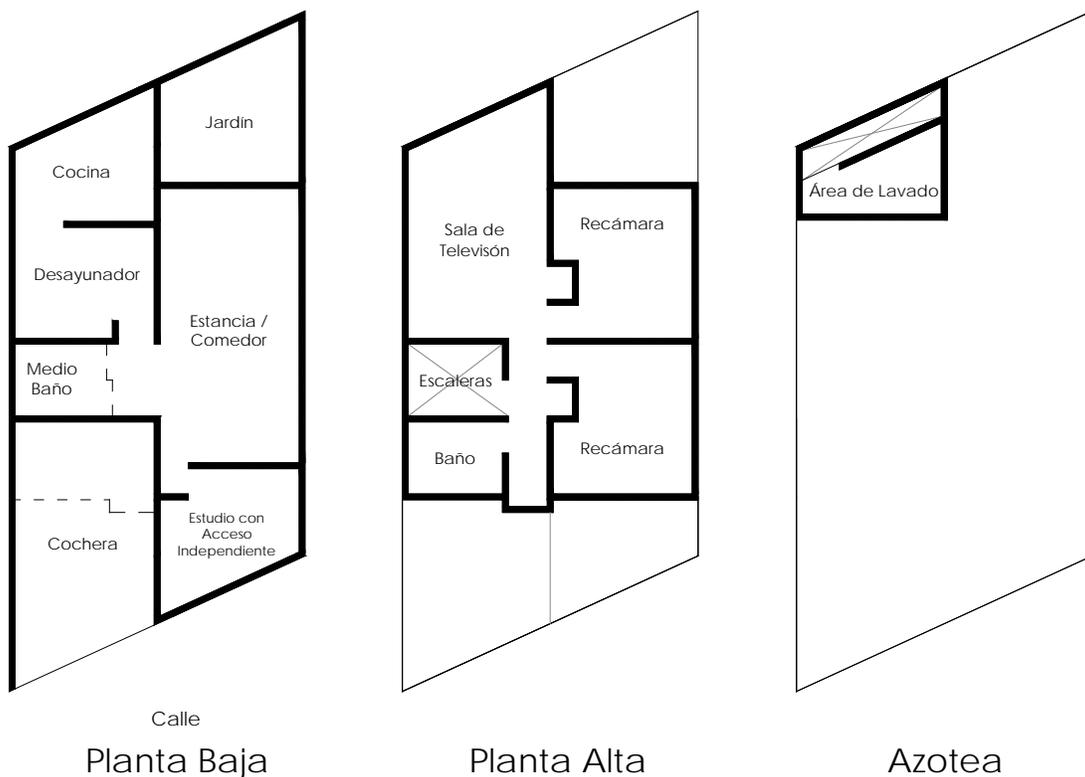
La casa cuenta con La casa sufrió una remodelación en el primer semestre del 2013, la cual consistió en la renovación de acabados en muros exteriores e interiores, plafones, pisos del interior de la casa y del patio trasero, instalación de cocina integral nueva y renovación de instalación eléctrica (incluyendo lámparas, apagadores, contactos y bomba de agua).

El inmueble cuenta con la siguiente distribución arquitectónica:

**Planta Baja:** Acceso, vestíbulo, estudio, medio baño, estancia, comedor, cocina con desayunador, cochera semi cubierta y jardín trasero.

**Planta Alta:** Vestíbulo, sala de televisión baño completo y dos recámaras.

**Azotea:** Cuarto de lavado y patio de servicio.

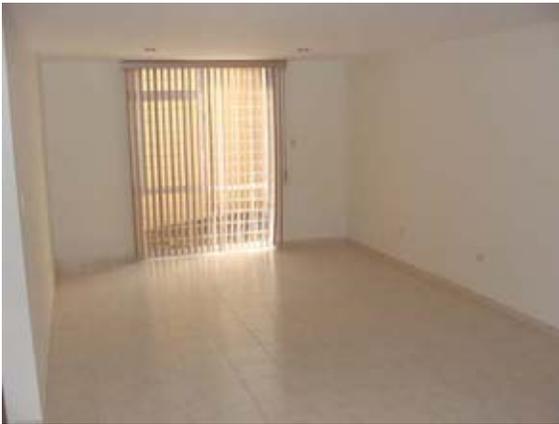


Reporte Fotográfico

Fachadas



Estancia – Comedor



Estudio



Cocina don desayunador



Sala de televisión



Recámara 1



Recámara 2



Área de lavado



Patio de servicio



Fachada posterior



## Panorámica



Dada la ubicación del inmueble, y al encontrarse en una colonia con flujo peatonal flotante abundante, se decidió hacer un análisis económico de negocio con una franquicia, para ello, se da una breve explicación de lo que es y su funcionamiento.

### 7.1 La Franquicia

Aunque el término se remonta a la Edad Media, la franquicia es una estrategia moderna de colaboración empresarial cuyo origen situamos en el primer cuarto del siglo XX de manera simultánea en Estados Unidos y en Francia.

Las razones que colaboraron en su aparición fueron múltiples, destacando las razones demográficas, político legales, de escasez, de riesgo eficiencia y de productividad.

Definimos la franquicia como un sistema de cooperación empresarial con vocación de vincular a largo plazo, y contractualmente, a dos partes económica y jurídicamente independientes en virtud de la cual una de ellas (franquiciador) de buena fe, otorga a la otra (franquiciados) el derecho de explotación de su negocio y la fabricación, distribución y/o comercialización de los productos tangibles y/o intangibles, de calidad contrastada. Estos últimos estarán compuestos por servicios principales y adicionales, protegidos (patentes, marcas,...) y desprotegidos (saber hacer), todos ellos suficientemente probados, eficaces y autorizados mediante licencia. A cambio, cada franquiciado se obliga a realizar diferentes pagos periódicos y/o únicos, directos y/o indirectos, como

contraprestación a la cesión de aquellos derechos, ya sean industriales o comerciales.

Según ésta definición, se producen seis flujos entre los sujetos de la relación contractual, franquiciador y franquiciado.

- a) **Flujo de información:** Es necesaria entre franquiciador, así como entre los propios franquiciados. Esta información se configurará a través de estrategias de comunicación ascendente, descendente y horizontal, facilitando la resolución de problemas, la transmisión de datos sobre el mercado y la competencia así como la adquisición de la formación y servicios requeridos por el franquiciado.
- b) **Flujo de propiedad:** Si bien ambos sujetos son empresarios independientes, existe una cesión del derecho de explotación de un negocio, de una o varias marcas, de los bienes y servicios objeto del contrato y, especialmente del *know-how* o saber hacer.
- c) **El flujo físico:** Cuando la relación objeto de intercambio entre franquiciador y franquiciado es industrial o comercial de bienes tangibles, se producen flujos físicos de fabricante a fabricante, de fabricante a mayorista, de mayorista a mayorista, de mayorista a minorista o de fabricante a minorista, y finalmente al consumidor.
- d) **Flujo financiero:** Cada intercambio suscita una contraprestación financiera en el sentido contrario al de los bienes, servicios o ideas recibidos por el franquiciado.
- e) **Flujo de satisfacción:** Tan importante como el resto, el conocimiento del estado de satisfacción de cada una de las partes hacia la relación, servirá de termómetro para ambos de cara a la toma de decisiones en el binomio franquiciador-franquiciado.
- f) **Flujo de fidelidad:** De este modo, cuando los flujos de satisfacción son equilibrados y positivos, la relación será más duradera y fiel entre las partes, teniendo como vocación el largo plazo.

## 7.1.2 Tipos de Franquicias

La evolución de la franquicia ha propiciado que aparezcan distintas clasificaciones, tales como:

### 7.1.2.1 Según el lugar que ocupen los sujetos del contrato dentro del canal

\* Franquicia Vertical:

- Franquicia Vertical: Se produce entre integrantes de distintos niveles del canal de distribución. Dentro de ésta podemos diferenciar otras modalidades:

\* Franquicia integrada: Comprende la totalidad del canal de distribución con excepción del consumidor, es decir, el franquiciador es un fabricante y el franquiciado un minorista.

\* Franquicia semi-integrada: es aquella que no abarca todo el canal de distribución. Las relaciones que surgen son:

- El franquiciador es fabricante y el franquiciado es mayorista. (McDonald's por ejemplo)

- El franquiciador es mayorista y el franquiciado minorista

- Franquicia Horizontal: Es la que relaciona integrantes del mismo nivel dentro del canal de distribución, separando entre:

\* Franquicia de fabricantes: Donde franquiciador y franquiciado son industriales. (Danone, etc.)

\* Franquicia de detallistas: en la que la relación se establece entre minoristas. (Agencias de viajes, etc.)

### 7.1.2.2 Clasificación según la naturaleza de la actividad de la que es objeto el contrato.

- **Franquicia de servicios:** EL objeto del negocio es un servicio o conjunto de servicios que el franquiciado comercializa bajo una determinada metodología recibida del franquiciador mediante el *saber hacer*.

- **Franquicia industrial:** El franquiciador es poseedor de un sistema de producción y/o patentes exclusivas. Todo ello, junto a la tecnología necesaria, es cedido al otro fabricante (franquiciado) para la fabricación a escala industrial de sus productos, así como el derecho a poder usar su nombre y su marca.
- **Franquicia de producción:** El franquiciador es el fabricante de los productos y el propietario de la enseña, siendo la calidad de aquellos y la imagen de marca de ésta su garantía ante el mercado. EL franquiciado se encarga de la distribución y comercialización de estos productos. La marca de fabricación y distribución son, en este caso, la misma.
- **Franquicia de distribución pura:** El franquiciador es comparable a una central de compras en la que se seleccionan y negocian los mejores productos y las mejores condiciones con proveedores, transmitiendo su saber hacer al franquiciado. Este se encarga de la comercialización de esos productos.

#### 7.1.2.3 Según el espacio ocupado en el establecimiento

- **Franquicia global:** es aquella que ocupa todo el establecimiento donde está ubicada.
- **Franquicia corner:** consiste en franquiciar sólo alguno de los productos o servicios que se prestan en el establecimiento comercial.
- **Franquicia shop in the shop:** Se trata de un espacio franquiciado generalmente en grandes almacenes o supermercados con un *merchandising* propio que reproduce exactamente el modelo de establecimiento integral que la cadena tiene establecido.

#### 7.1.2.4 Según el número de establecimiento por franquiciado

- **Franquicia única:** Cuando el franquiciado sólo explota una franquicia de su establecimiento.

- **Multifranquicia:** Cuando el franquiciador concede más de una franquicia al mismo franquiciado.
- **Plurifranquicia:** Cuando el franquiciado explota en un mismo establecimiento dos o más franquicias diferentes.

Los criterios son tan diversos como la naturaleza de la actividad, el espacio que ocupan, el lugar en el canal de los sujetos de la relación, nivel de desarrollo, estructura de la red, etc.

### 7.1.3 La franquicia como sistema de comercio asociado

La franquicia ha servido para dinamizar diferentes estrategias de comercio organizado. Empresas que desarrollaban su estrategia de expansión mediante sucursales propias, optaron por la franquicia como medio de expansión.

Cuestiones como los costes de agencia, los recursos financieros, la disposición de compartir el negocio, o la rapidez en la expansión influirán notablemente en la elección de una u otra estrategia (sucursalismo o franquicia).

Recientes estudios demuestran que la franquicia tiene más ventajas reales que una sucursal, especialmente por la rapidez de expansión y costes de agencia, sin embargo, la pérdida de control sobre el negocio y las fuertes inversiones en asistencia a la red pueden decidir al empresario por sistemas de integración.

La franquicia también tiene relación con otras formas de comercio asociado. Así, muchos franquiciadores actúan como centrales de compra. De igual modo, se considera a la afiliación contractual o concesión como un estado inicial de franquicia.

El estudio comparativo de la franquicia y la concesión determina importantes ventajas de la franquicia, especialmente en conceptos de negocio con un fuerte componente de servicios, ya que su capacidad de réplica de un negocio eficiente es mayor. Elementos como el Know-how, los servicios asistenciales, o los instrumentos de cesión marcarán la diferencia entre uno y otro contrato.

#### 7.1.4 Sujetos de la relación de franquicia

El proceso de creación de la cadena será responsabilidad del franquiciador, y constará de tres etapas:

- En primer lugar realizará el análisis de viabilidad a través de un estudio tanto cualitativo como cuantitativo de su capacidad para ser franquicia.
- En segundo lugar se elaborará el proyecto de franquicia, el proceso lo conforman la estrategia, experimentación, exposición y expansión.
- Finalmente el franquiciador deberá elaborar un plan de expansión que incluirá el proceso de reclutamiento y selección de candidatos.

La franquicia supondrá diferentes ventajas e inconvenientes (comerciales, financieros y de gestión) para franquiciador, franquiciados y consumidores, según las circunstancias específicas del mercado y su entorno. Por esta razón se hace necesario un análisis detallado, en cada caso, para dirimir si el saldo de esta estrategia empresarial es positivo o no.

#### 7.1.5 Elementos objeto de la relación de franquicia

El objeto de la relación de franquicia está dado por los elementos que forman parte del conjunto de derechos y obligaciones de las partes y sobre los que actúan las cláusulas del contrato, destacando los signos distintivos, el *know-how*, el *package*, el surtido, el local, la asistencia, la formación y los pagos.

Los signos distintivos tienen una gran importancia en el éxito de la franquicia, especialmente la marca. De ésta depende la capacidad de notoriedad, su asociación a la imagen de la empresa y la necesidad de registro como Propiedad Industrial.

El saber hacer o *know-how* es aquel conjunto de conocimientos no patentables, que puestos en práctica según lo indique el franquiciador, logran importantes resultados para el franquiciado. El saber hacer debe ser práctico, transmisible, estandarizado, experimentado, secreto, sustancial, identificado, dinámico y original.

Por su parte, el Paquete de franquicia o Package será el conjunto de documentos que recogen las técnicas, métodos y demás cuestiones que integran el concepto de negocio al franquiciador, independientemente de contener elementos contractuales, operativos y formativos.

En la franquicia moderna tiene una gran importancia la exclusividad, tanto en el aprovisionamiento como en el territorio comercial. Ambos elementos dan al franquiciador mayores o menores ventajas competitivas en su mercado de referencia.

La asistencia técnica y comercial que ofrece el franquiciador deberá realizarse durante toda la vigencia del contrato.

Los pagos (canon, *royalties*,...) deben corresponderse con los servicios prestados y nunca ser abusivos ni desproporcionados.

#### **7.1.6 Relación contractual en la franquicia**

El Contrato de franquicia es el marco que regulación jurídica entre franquiciador y franquiciado, asumiendo sus derechos, obligaciones, y su mutua vinculación.

El contrato tiene que ser equilibrado, completo y preciso. Además de formalizar la relación, el contrato facilitará la expansión empresarial y delimitará las estrategias relacionales entre las partes.

La naturaleza jurídica del acuerdo de franquicia es la de un contrato atípico mixto, bilateral y complejo, de naturaleza mercantil y onerosa, contrato obligacional sucesivo o continuo, cercano al contrato de adhesión y más lejos del contrato normativo.

La estructura del contrato, aunque muy diversa en su contenido según la enseña y el sector de actividad, puede generalizarse en cuatro partes, que son: Preámbulo, Garantías, Obligaciones y Otras cláusulas.

El conflicto es una realidad inherente en la actividad empresarial, y no es ajeno a la relación franquiciador-franquiciado. Los contratos de franquicia deberán incluir mecanismos preventivos al conflicto. Destacan la mediación y el arbitraje como mecanismos eficientes para minimizar las consecuencias del conflicto, siendo una alternativa a los métodos judiciales.

### 7.1.7 Marco relacional en la franquicia

El propósito de las empresas que se comprometen en una relación de colaboración es la creación mutua de valor que satisfaga a ambas partes.

Así franquiciador y franquiciado llevan a cabo relaciones de colaboración con múltiples mercados (interno, de clientes, de proveedores y de influyentes) en diferentes espacios que denominamos subentorno, microentorno y macroentorno.

La creación de valor en la relación de franquicia será un proceso dinámico que dependerá de las expectativas que ambos tienen en la relación y el valor recibido fruto de su interacción. Si el valor neto resultante es positivo para ambos y equilibrado, la relación será satisfactoria. Si además se conjugan los adecuados vínculos que dotan la relación de confianza y la conducen a largo plazo, aparecerá la fidelidad.

El objetivo de los franquiciadores será fomentar la aparición de franquiciados prescriptores, mediante las adecuadas estrategias de fidelización.

El asociacionismo se constituye como una estrategia adecuada de creación de valor tanto para franquiciados como para franquiciadores.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Bermúdez González, Guillermo J., La Franquicia: Elementos, Relaciones y Estrategias, Madrid, ESIC Editorial, 2002

Dada la ubicación del inmueble sujeto del presente estudio, se decidió hacer un análisis económico con la Franquicia Carne Express, ya que se dedica a la venta de carne asada y cortes para llevar (como se estila en el norte del país), así como comida rápida.

A continuación se da una breve reseña de la franquicia seleccionada.

## **7.2 Franquicia CARNE Express, S.A. de C.V.**

De acuerdo a la clasificación mencionada anteriormente, CARNE Express, es una franquicia global, vertical integrada, ya que ocupa todo el establecimiento donde está ubicada y comprende la totalidad del canal de distribución.

### **Historia**

CARNE Express, S.A. de C.V. se funda el 27 de mayo del 2001 por el Sr. Iván Contreras Tapia y su esposa Ma. Griselda Chávez Gutiérrez con el objetivo de innovar en el concepto de servicio a domicilio a través de la elaboración y entrega de paquetes de carne asada estilo sonorenses, directamente a la puerta de los clientes. La idea surge a partir de la demanda del mercado de la ciudad de Hermosillo, Sonora, donde se identificó la existencia de necesidades no satisfechas por el sector restaurantero, los cuales no habían considerado en ningún momento el ofrecer a los clientes carnes asadas y sus complementos, con tan solo realizar una llamada telefónica.

El éxito de CARNE Express se debe principalmente al gran compromiso empresarial de elaborar y entregar productos de la más alta calidad e higiene a los clientes en el menor tiempo posible, y por consiguiente consiguiendo la lealtad de los consumidores a través del nivel de confianza alcanzado con los mismos.

Actualmente el éxito de CARNE Express ha hecho necesaria la existencia de nuevos puntos de venta, por lo que en agosto del 2002 se abre una nueva Unidad con el fin de satisfacer la gran demanda por el servicio de carne asada a domicilio.

Es en 2004 cuando el Sr. Iván Contreras decide expandir el negocio a través del Sistema de Franquicias con el propósito de satisfacer la

demanda del mercado de disfrutar una carne asada 100% sonorense, sin tener que preparar absolutamente nada y con la comodidad de recibirla directamente a domicilio con todos los complementos (tortillas, salsas, frijoles, etc.)

Es por ello que a partir de 2005 CARNE Express, S.A. de C.V. incursiona en el mundo de las Franquicias con un esquema de crecimiento empresarial de enorme potencial de desarrollo e innumerables ventajas tanto para el franquiciante, como para las personas que en un futuro se interesen en formar parte del negocio, convirtiéndose en miembros de nuestra Familia de franquiciatarios.

### **La Marca**

El logotipo de CARNE Express busca comunicar mediante imágenes y elementos visuales, las características básicas de la empresa, poniendo especial énfasis en los productos comercializados y la rapidez del servicio.



### **Filosofía Organizacional**

La organización, al ser un ente autónomo e independiente, se encuentra basada en principios corporativos que la definen e identifican, entre los cuales encontramos: la misión, visión, filosofía y valores.

### **Misión**

Ofrecer al público en general productos 100% sonorenses de alta calidad, que sobrepasen los estándares de higiene para el proceso de la elaboración y preparación de alimentos, realizando la entrega de los mismos en las puertas del cliente en el tiempo establecido y siempre atendiendo las necesidades del consumidor final.

## Visión

Establecer un crecimiento sostenido del concepto de CARNE Express, a través del Sistema de Franquicias alcanzando la preferencia y gusto de los consumidores por nuestros productos a nivel local, regional, nacional e internacional.

## Valores

- Honradez
- Compromiso
- Confianza
- Seguridad
- Higiene
- Rapidez
- Sabor

## Concepto

Preparación y entrega de carne asada de SONORA, a domicilio en diferentes regiones, conservando ante todo el estilo sonorense de preparación de la carne.

Extensión del concepto

CARNE Express es un establecimiento especializado en la elaboración y preparación de carne asada estilo sonorense y productos complementarios, así como la entrega rápida de los mismos directamente al domicilio del consumidor, utilizando los productos, ingredientes e insumos de la más alta calidad posible, teniendo como garantía la utilización de carne de excelente sabor, calidad y suavidad de Grupo Contreras.

Algunos de los principios centrales de CARNE Express son los siguientes:

- Entregar un producto procesado para consumo del público general, respetando el tiempo de entrega acordado con el cliente.
- Atender a nuestros clientes de una manera atenta, ágil y personalizada.
- Entregar un producto con las condiciones adecuadas para consumo inmediato.

- Crear rutas de entrega por ciudad para poder ofrecer un servicio de reparto más rápido, minimizando tiempos y costos.

El Corporativo CARNE Express, dispone de dos versiones distintas de Unidades de negocio:

- Unidad Tipo A Estándar
- Unidad Tipo B Food Court

#### Unidad Tipo A Estándar

Deberán contar con 70 u 80 metros cuadrados y las áreas básicas para continuar con el correcto funcionamiento de la Unidad, las cuales son:

- Cocina
- Recibidor
- Almacén
- Sanitario
- Estacionamiento para motos
- Estacionamiento para clientes

#### Unidad Tipo B Food Court

El área del local varía de los 8 a los 40 m<sup>2</sup>. Este tipo de Unidad se encuentra ubicada en centros comerciales; no cuentan con las áreas de una Unidad Tipo A Estándar como son los sanitarios, estacionamiento para motos y/o estacionamiento para clientes (propio del local).

Son Unidades pequeñas, pero muy dinámicas, ya que los clientes esperan ser atendidos directa y rápidamente; su equipo de trabajo está integrado desde 2 a 4 personas.

#### **Inversión**

1. La Cuota inicial de la Franquicia es de \$180,000.00 pesos, la cual cubre el periodo de vigencia del contrato de 6 años.
2. La Cuota de Regalías será 0.2% mensual sobre ventas brutas.

3. La cuota mínima que se establecerá para la Publicidad Local es de 0.2% mensual sobre las ventas brutas y la cuota de Publicidad Institucional es de 0.1% mensuales sobre las ventas brutas.

4. El monto con respecto a la remodelación, equipamiento y mobiliario dependiendo las características del punto de venta.

### **Soporte**

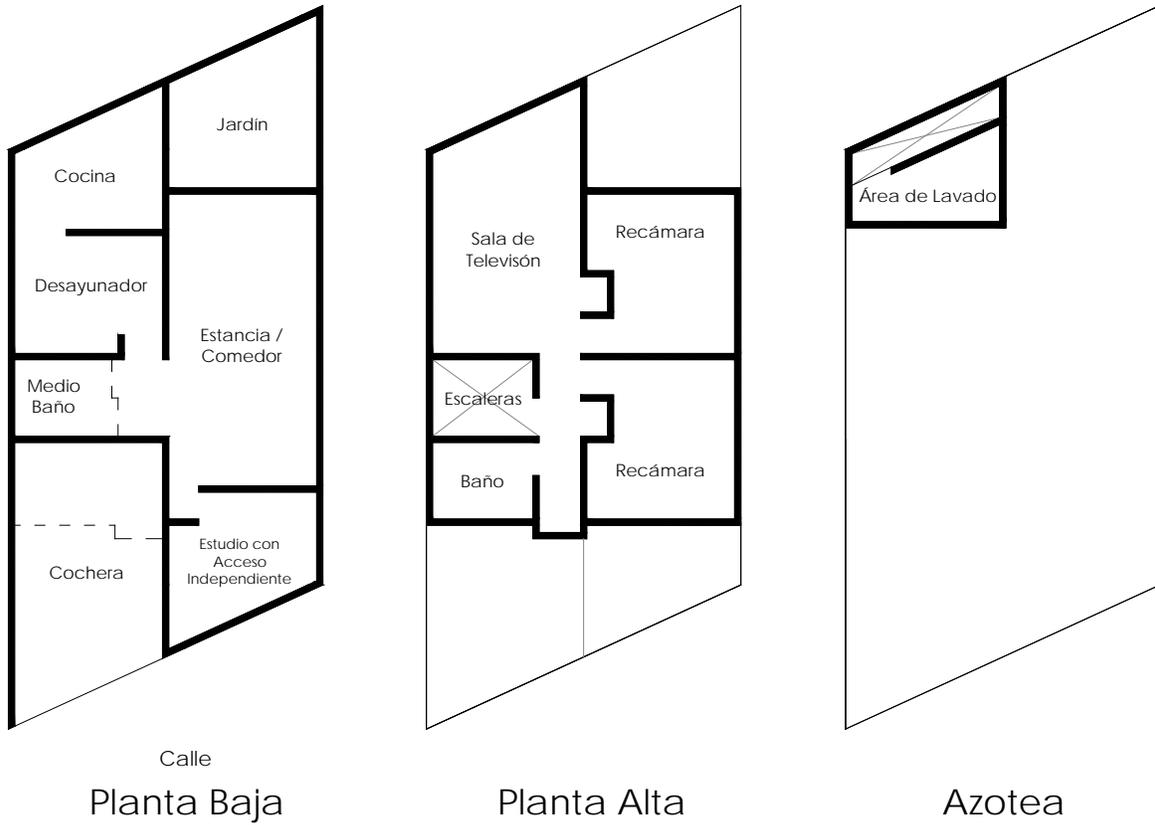
- Identidad Corporativa.
- Asistencia en la selección de puntos de venta.
- Trámites de preapertura.
- Capacitación.
- Asistencia en mercadotecnia.
- Manuales de operación.

Para el presente caso de estudios, se elige la Unidad tipo A estándar, ya que se cuentan con las dimensiones necesarias para ello. <sup>31</sup>

---

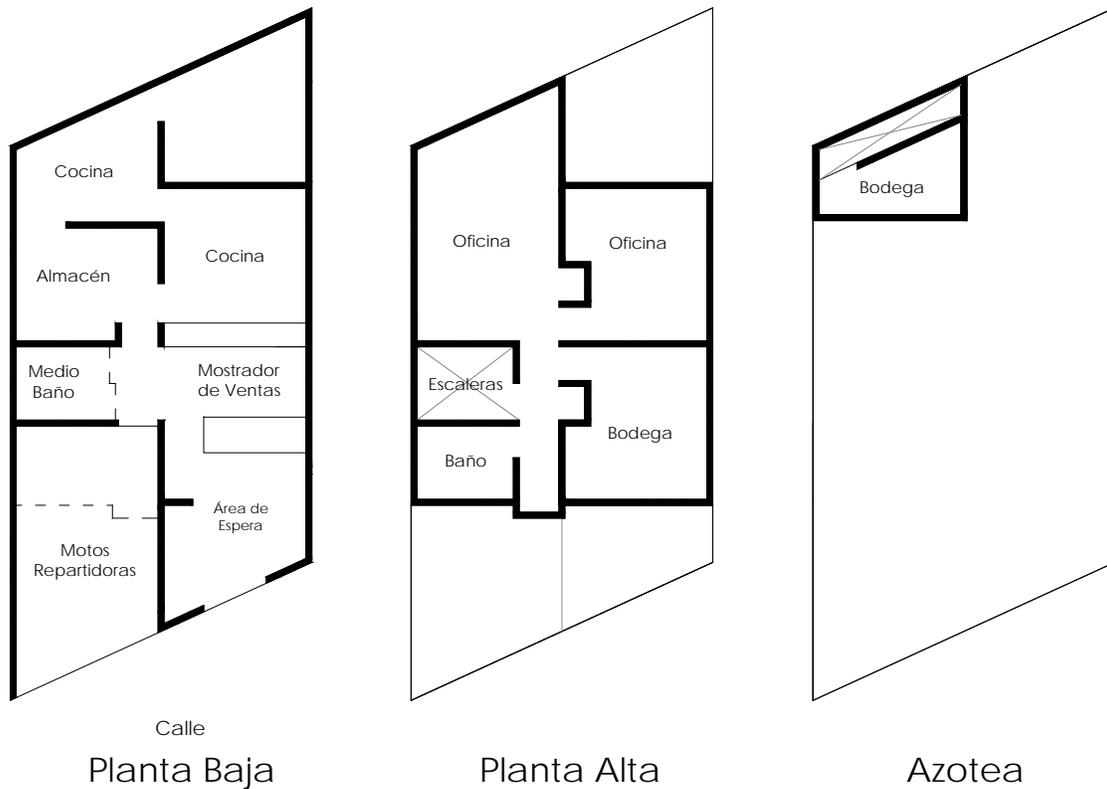
<sup>31</sup> Fuente: [www.carneexpress.com](http://www.carneexpress.com) Consultado en Octubre de 2013

Estado Actual del Inmueble:



## EL AVALÚO COMO APOYO EN LA DECISIÓN DEL DESTINO DE UN INMUEBLE EN UN ESPACIO URBANO EN RENOVACIÓN DE USO DE SUELO

Remodelación Necesaria:



Para poder realizar una comparación respecto al resultado obtenido en el análisis económico de la franquicia, se realiza primero el avalúo comercial del inmueble en cuestión con sus tres enfoques de valor correspondientes.

El inmueble sujeto del presente estudio, cuenta con las siguientes características

Sujeto	
Construcción	150.55
Terreno	106.40
Edad	26
Sup. Vendible	150.55
Vida Probable	80

## 7.3 AVALÚO

### Terrenos en venta

<b>Comparable 1</b>		<b>Inmueble:</b>	Terreno				<b>Código Postal</b>	72440	
		<b>Calle:</b>	Cedros				<b>Calle</b>	Moda	
		<b>Número:</b>	331				<b>Frentes</b>	1	
		<b>Colonia:</b>	El Cerrito				<b>Forma</b>	Regular	
		<b>Municipio:</b>	Puebla				<b>Topografía</b>	Plano	
		<b>Superficie:</b>	450				<b>Fuente</b>	Internet	
		<b>Construcciones (en su caso)</b>				<b>Contacto</b>	Sr. José Mata		
Uso	Habitacional	<b>Superficie</b>	100	<b>Edad</b>	40		<b>Teléfono</b>	6186280	
<b>Caract. adicionales</b>		Cuenta con aproximadamente 200 mts de construcción en mal estado. Se encuentra en la misma colonia. Se oferta en \$1,650,000, sin embargo, se le resta el costo de demolición, correspondiente a \$32,280.						<b>Oferta</b>	\$1,650,000
<b>Factores de Homologación</b>							<b>Precio unitario homologado</b>	\$3,483	
<b>F. Colonia</b>	<b>F. Ub</b>	<b>F. Fr</b>	<b>F. Fo</b>	<b>F. Su</b>	<b>F. Neg</b>	<b>F. Re</b>			Costo demolición a restar
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	\$ 39,280.0		
<b>Comparable 2</b>		<b>Inmueble:</b>	Terreno				<b>Código Postal</b>	72440	
		<b>Calle:</b>	5 Sur				<b>Calle</b>	Moda	
		<b>Número:</b>	n/p				<b>Frentes</b>	1	
		<b>Colonia:</b>	El Cerrito				<b>Forma</b>	Regular	
		<b>Municipio:</b>	Puebla				<b>Topografía</b>	Plano	
		<b>Superficie:</b>	350				<b>Fuente</b>	En Sitio	
		<b>Construcciones (en su caso)</b>				<b>Contacto</b>	Sr. Omar		
Uso	Habitacional	<b>Superficie</b>	n/a		<b>Edad</b>	n/a		<b>Teléfono</b>	2225469170
<b>Caract. adicionales</b>		Comentan que el terreno ya está vendido, por lo que no se dan más informes.						<b>Oferta</b>	\$1,505,000
<b>Factores de Homologación</b>							<b>Precio unitario homologado</b>	\$4,085	
<b>F. Colonia</b>	<b>F. Ub</b>	<b>F. Fr</b>	<b>F. Fo</b>	<b>F. Su</b>	<b>F. Neg</b>	<b>F. Re</b>			Costo demolición a restar
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	n/a		
<b>Comparable 3</b>		<b>Inmueble:</b>	Terreno				<b>Código Postal</b>	72430	
		<b>Calle:</b>	53 Poniente				<b>Calle</b>	Moda	
		<b>Número:</b>	702				<b>Frentes</b>	1	
		<b>Colonia:</b>	Prados Agua Azul				<b>Forma</b>	Regular	
		<b>Municipio:</b>	Puebla				<b>Topografía</b>	Plano	
		<b>Superficie:</b>	417				<b>Fuente</b>	Internet	
		<b>Construcciones (en su caso)</b>				<b>Contacto</b>	Sr. Alfonso		
Uso	Habitacional	<b>Superficie</b>	n/a		<b>Edad</b>	n/a		<b>Teléfono</b>	2223712747
<b>Caract. adicionales</b>		Se encuentra dentro de un fraccionamiento. Cuenta con todos los servicios.						<b>Oferta</b>	\$1,700,000
<b>Factores de Homologación</b>							<b>Precio unitario homologado</b>	\$3,873	
<b>F. Colonia</b>	<b>F. Ub</b>	<b>F. Fr</b>	<b>F. Fo</b>	<b>F. Su</b>	<b>F. Neg</b>	<b>F. Re</b>			Costo demolición a restar
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	n/a		
<b>Comparable 4</b>		<b>Inmueble:</b>	Terreno				<b>Código Postal</b>	72450	
		<b>Calle:</b>	Calle 2da De Benito Juárez				<b>Calle</b>	Moda	
		<b>Número:</b>	n/p				<b>Frentes</b>	1	
		<b>Colonia:</b>	Leobardo Coca				<b>Forma</b>	Regular	
		<b>Municipio:</b>	Puebla				<b>Topografía</b>	Plano	
		<b>Superficie:</b>	403				<b>Fuente</b>	Internet	
		<b>Construcciones (en su caso)</b>				<b>Contacto</b>	Sr. Tobar		
Uso	Habitacional	<b>Superficie</b>	n/a		<b>Edad</b>	n/a		<b>Teléfono</b>	5742277
<b>Caract. adicionales</b>		Cuenta con todos los servicios. Tiene 15 mts de frente y 27 mts de fondo.						<b>Oferta</b>	\$1,188,850
<b>Factores de Homologación</b>							<b>Precio unitario homologado</b>	\$3,437	
<b>F. Colonia</b>	<b>F. Ub</b>	<b>F. Fr</b>	<b>F. Fo</b>	<b>F. Su</b>	<b>F. Neg</b>	<b>F. Re</b>			Costo demolición a restar
1.23	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	1.17	n/a		

## ENFOQUE DE COSTOS

Ver fichas de ventas de terrenos para mayores detalles.

Resumen de venta de terrenos similares en la zona										
Nº	Zona	Uso	Frentes	Calle	Forma	Topografía	m <sup>2</sup> suelo	m <sup>2</sup> Construc.	Precio (\$)	Precio Unitario (\$/m <sup>2</sup> )
1	Intermedia	Hab.	1	Moda	Regular	Plano	450.00	100	\$1,650,000	\$3,667
2	Intermedia	Hab.	1	Moda	Regular	Plano	350.00	0	\$1,505,000	\$4,300
3	Intermedia	Hab.	1	Moda	Regular	Plano	417.00	0	\$1,700,000	\$4,077
4	Intermedia	Hab.	1	Moda	Regular	Plano	403.00	0	\$1,188,850	\$2,950
Promedio										\$3,748

Homologación del Terreno en función del lote tipo o predominante en la zona, o bien, del lote valuado										
Homologación del terreno en función al:			Lote tipo predominante, con superficie de: 300 m <sup>2</sup>							
Nº	Unif. (\$/m <sup>2</sup> )	F. Colonia	F. Ub	F. Fr	F. Fo	F. Su	F. Neg	F. Re	Valor Unitario \$/m <sup>2</sup>	Ponderación
1	\$3,667	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	\$3,483	50%
2	\$4,300	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	\$4,085	50%
3	\$4,077	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	0.95	\$3,873	0%
4	\$2,950	1.23	1.00	1.00	1.00	1.00	0.95	1.17	\$3,437	0%
Promedio homologado									\$3,720	100%
Se concluye con la ponderación del monto homologado de las referencias 1 y 2 que ascienden a									\$3,784.17	/m <sup>2</sup> ,
por considerar que son las más similares en cuanto a entorno urbano, y por encontrarse en la misma colonia.										
Justificación de Factores:										
F. Colonia: Considera la diferencia entre las colonias similares (1, 2 y 3) y la colonia inferior (4).										
Los factores restantes se obtuvieron del Manual de Procedimientos de la Tesorería del Distrito Federal.										

a) Terreno							
Fracción de terreno	Factores de eficiencia						Factor Resultante
	F. Colonia	F. Ubicación	F. Frente	F. Forma	F. Superficie	F. Otro	
Única	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Fracción de terreno	Área m <sup>2</sup>	Precio Unitario \$/m <sup>2</sup> resultado de la ponderación de la referencia 1 y 2 de ventas de terrenos			Factor Resultante	Precio neto por m <sup>2</sup>	Precio del Terreno
Única	106.40	\$3,784			1.00	\$3,784	\$402,635
Precio del terreno							\$402,635

Precios de construcción de tipos similares (con base en manuales de costos)						
Fuente	Tipo	Descripción parámetro	m <sup>2</sup> const	Fecha	Precio Unitario / m <sup>2</sup>	Ponderación
Valuador	U. Med	1050 Casa Habitación Clase 4 media 2 Niveles 150m <sup>2</sup>	1.00	abril - 14	\$6,816	50%
Varela	U. Med	Casa IV Clase DF3 83m <sup>2</sup> Unifamiliar Media	1.00	abril - 14	\$8,860	0%
I.M.I.C.	U. Med	MOO50 Vivienda unifamiliar de interés medio 2 niveles 206 m <sup>2</sup>	1.00	enero - 14	\$6,853	50%
Resultado de la ponderación (Se elige la fuente 1 y 3, considerando que los parámetros son los más similares al inmueble sujeto)						\$6,834

b) Construcciones							
Tipo de construcción	Uso	Edad	Vida probable	Factor de edad	Factor de conservación	Factor Resultante	
1	La casa	Hab	26	80	0.71	1.10	0.78
Tipo de construcción	Superficie m <sup>2</sup>	Precio unitario de reposición nuevo (resultado de la ponderación)		Factor Resultante	Precio unitario neto de reposición	Precio parcial	
1	150.55	\$6,834		0.78	\$5,319	\$800,758	
Precio de las construcciones							\$800,758
Justificación de Factores:							
Factor de edad. Se utiliza la fórmula proporcionada en el Manual de Procedimientos de la Tesorería del Distrito Federal: $(0.1*VP)+(0.9*(VP-E))/VP$							
Factor de conservación. Se aplica de 1.1 considerando que el inmueble sujeto del avalúo, ha sido renovado en su totalidad (excepto muebles de baño)							

c) Instalaciones especiales, obras complementarias y elementos accesorios:									
Descripción	Clave y Unidad	Cantidad	Vida probable	Edad en años	Factor de edad	Factor de conservación	P.U. de reposición nuevo	Indiviso	Precio parcial
Cisternas o albijes	OC10 lts	10,000	80	26	0.71	1.00	3.50	n/a	\$24,763
Equipo de bombeo	EA10 h.p.	1	10	1	0.91	1.00	1,330.00	n/a	\$1,210
Marquesinas	OC04 m <sup>2</sup>	11.32	80	26	0.71	1.00	1,800.00	n/a	\$14,416
Estacionamiento cemento	OC17 m <sup>2</sup>	21.58	80	18	0.80	1.00	400.00	n/a	\$6,884
Patio	OC03 m <sup>2</sup>	11.99	80	26	0.71	1.00	850.00	n/a	\$7,210
Portón Eléctrico	EA07 pza	1.00	20	10	0.55	1.00	4,000.00	n/a	\$2,200
Precio instalaciones especiales, obras complementarias y elementos accesorios:									\$56,683

Resumen	a) Terreno	\$402,635
	b) Construcciones	\$800,758
	c) Instalaciones especiales, obras complementarias y elementos accesorios	\$56,683

<b>Resultado Método Físico (a+b+c)</b>	<b>\$1,260,077</b>
--	--------------------

## Inmuebles en Venta

Comparable 1		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	26	Niveles		1
	Número:		n/p			Recámaras	3	Cto. Servicio		No
	Colonia:		El Cerrito			Baños	2	Amenidades		n/a
	Municipio:		Puebla			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		72440			Cajones	2	Frentes		1
	Sup. de construcción:		150.00			Cajones Cubiertos	No	Cus		1.07
	Sup. de terreno:		140.00			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		Bueno			Contacto	Sr. Valentin Sánchez			
	Uso		Habitacional			Teléfono	6512620			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, clósets en recámaras, alfombras y pisos cerámicos y de mármol.					Oferta		\$1,750,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$11,667	
		1.00	0.95	1.00	0.95	0.90	Valor Homologado		\$10,520	

Comparable 2		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	25	Niveles		2
	Número:		n/p			Recámaras	3	Cto. Servicio		Si
	Colonia:		La Hacienda			Baños	1	Amenidades		n/a
	Municipio:		Puebla			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		72570			Cajones	2	Frentes		1
	Sup. de construcción:		120.00			Cajones Cubiertos	No	Cus		0.94
	Sup. de terreno:		128.00			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		Bueno			Contacto	Sra. Ana María Sosa			
	Uso		Habitacional			Teléfono	2221866518			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y clóset en recámaras.					Oferta		\$1,350,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$11,250	
		0.99	0.95	0.95	0.95	0.85	Valor Homologado		\$9,542	

Comparable 3		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	26	Niveles		2
	Número:		Puebla			Recámaras	3	Cto. Servicio		No
	Colonia:		5728			Baños	2	Amenidades		No
	Municipio:		El Cerrito			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		Puebla			Cajones	2	Frentes		1
	Sup. de construcción:		72440			Cajones Cubiertos	No	Cus		1.06
	Sup. de terreno:		150			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		142			Contacto	Century 21 Diamante			
	Uso		Habitacional			Teléfono	2400331			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y clósets en recámaras.					Oferta		\$1,700,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$11,333	
		1.00	0.95	1.00	0.95	0.90	Valor Homologado		\$10,219	

Comparable 4		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	27	Niveles		2
	Número:		n/p			Recámaras	3	Cto. Servicio		No
	Colonia:		n/p			Baños	2	Amenidades		n/a
	Municipio:		Villa Encantada			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		Puebla			Cajones	2	Frentes		1
	Sup. de construcción:		72440			Cajones Cubiertos	No	Cus		0.62
	Sup. de terreno:		140			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		105			Contacto	Sr. Valentin Sánchez			
	Uso		Habitacional			Teléfono	6512620			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y de madera laminada, clósets en dos recámaras, etc. La casa fue remodelada en su totalidad. Ya está vendida.					Oferta		\$1,500,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$10,714	
		1.01	0.95	0.98	0.95	0.90	Valor Homologado		\$9,595	

Comparable 5		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	25	Niveles		2
	Número:		n/p			Recámaras	3	Cto. Servicio		No
	Colonia:		n/p			Baños	2	Amenidades		n/p
	Municipio:		Lomas del Mármol			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		Puebla			Cajones	2	Frentes		1
	Sup. de construcción:		72574			Cajones Cubiertos	2	Cus		1.23
	Sup. de terreno:		135.00			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		110.00			Contacto	Sra Hilda			
	Uso		Habitacional			Teléfono	2224731932			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos, clósets en recámaras, etc. Se renovó cocina y acabados en pisos y muros.					Oferta		\$1,600,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$11,852	
		0.99	0.95	0.97	0.95	0.87	Valor Homologado		\$10,316	

Comparable 6		Tipo de inmueble:					Edad		Niveles	
	Calle :		Casa Habitación			Edad	28	Niveles		2
	Número:		n/p			Recámaras	3	Cto. Servicio		No
	Colonia:		n/p			Baños	2	Amenidades		n/p
	Municipio:		Villa Encantada			1/2 baños	1	Calle		Moda
	Código Postal:		Puebla			Cajones	2	Frentes		2
	Sup. de construcción:		72440			Cajones Cubiertos	No	Cus		1.42
	Sup. de terreno:		160.00			Fuente	Internet			
	Edo. de conservación:		113.00			Contacto	Sr. Gómez			
	Uso		Habitacional			Teléfono	2224555199			
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos, clósets en recámaras, etc. La casa cuenta con pisos y acabados en muros renovados, así como buen mantenimiento en el resto.					Oferta		\$1,800,000
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Precio unitario		\$11,250	
		1.02	0.95	1.02	0.95	0.93	Valor Homologado		\$10,519	

## ENFOQUE DE MERCADO

Ver fichas de ventas de inmuebles para mayores detalles.

Resumen Información de mercado										
Nº	Tipo	Zona	Colonia en que se ubica	Uso	Edad	m2 terreno	m2 const.	C.U.S	Precio (\$)	P.unit. (\$/m2)
1	U. Med	Inter	El Cerrito	Hab	26	140.00	150.00	1.07	\$ 1,750,000	\$ 11,667
2	U. Med	Inter	La Hacienda	Hab	25	128.00	120.00	0.94	\$ 1,350,000	\$ 11,250
3	U. Med	Inter	El Cerrito	Hab	26	142.00	150.00	1.06	\$ 1,700,000	\$ 11,333
4	U. Med	Inter	Villa Encantada	Hab	27	105.00	140.00	1.33	\$ 1,500,000	\$ 10,714
5	U. Med	Inter	Lomas del Mármol	Hab	25	110.00	135.00	1.23	\$ 1,600,000	\$ 11,852
6	U. Med	Inter	Villa Encantada	Hab	28	113.00	160.00	1.42	\$ 1,800,000	\$ 11,250
<b>Promedio</b>					26	123.00	142.50	1.17	<b>Promedio</b>	\$ 11,344

Al valor homologado se le suma o se le resta el excedente o faltante de terreno										
Nº	Factor Resultante	Valor homologado (\$/m <sup>2</sup> )	Factor de eficiencia	Valor unitario del suelo	Terreno excedente o faltante	Importe excedente faltante	Factor CUS	Valor unitario	Ponderación	
1	0.90	\$ 10,520	1.00	\$3,784	33.60	-127,148	0.93	\$ 9,755	25%	
2	0.85	\$ 9,542	1.00	\$3,784	21.60	-81,738	0.94	\$ 8,964	0%	
3	0.90	\$ 10,219	1.00	\$3,784	35.60	-134,716	0.92	\$ 9,409	25%	
4	0.90	\$ 9,595	1.00	\$3,784	-1.40	5,298	1.00	\$ 9,629	0%	
5	0.87	\$ 10,316	1.00	\$3,784	3.60	-13,623	0.99	\$ 10,228	25%	
6	0.93	\$ 10,519	1.00	\$3,784	6.60	-24,976	0.99	\$ 10,373	25%	
<b>Conclusiones de la investigación:</b> Se concluye con la ponderación del monto homologado de las referencias 1, 3, 5 y 6, que ascienden a \$9,941 /m <sup>2</sup> , por considerar que son las más similares en cuanto a edad, superficie y tipología del inmueble.									<b>\$9,941</b>	
Justificación de factores utilizados (ver detalles en hoja de ventas): F. Edad: Se resta o suma 1% por cada año de diferencia respecto al sujeto. F. Proy: Se resta o suma 5% por cada cochera excedente o faltante respecto al sujeto. F. Sup: Se utiliza la siguiente fórmula $F_{Sup} = ((Superficie\ comparable / Superficie\ Sujeto) * 0.25) + .75$										

<b>Resumen</b>	Factor de Negociación (promedio)	<b>0.95</b>
	unitario aplicable	<b>9,941.31</b>
	sup. cubierta o útil	<b>150.55</b>

<b>Resultado del enfoque de comparación:</b>	<b>\$ 1,496,664</b>
--	---------------------

## Inmuebles en Renta

Comparable 1		Tipo de inmueble:	Casa en condominio	Edad	23	Niveles	2		
	Calle :	Cedros		Recámaras	3	Cto. Servicio	No		
	Número:	338		Baños	1	Amenidades	No		
	Colonia:	El Cerrito		1/2 baños	1	Calle	Moda		
	Municipio:	Puebla		Cajones	2	Frentes	1		
	Código Postal:	72440		Cajones Cubiertos	No	Cus	1.33		
	Sup. de construcción:	120		Fuente	Internet				
	Sup. de terreno:	90		Contacto	Sra. Lourdes Meza				
	Uso	Habitacional	Edo. de conservación:	Bueno		Teléfono	2228654995		
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral y pisos cerámicos. Se encuentra en un conjunto cerrado de 6 casas.				Oferta	<b>\$5,500</b>	
							Precio unitario	<b>\$46</b>	
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Valor Homologado	<b>\$39</b>	
		0.97	0.95	0.95	0.98	0.86			

Comparable 2		Tipo de inmueble:	Casa habitación	Edad	25	Niveles	2		
	Calle :	Aldama		Recámaras	3	Cto. Servicio	No		
	Número:	301		Baños	1	Amenidades	n/a		
	Colonia:	El Patrimonio		1/2 baños	1	Calle	Moda		
	Municipio:	Puebla		Cajones	1	Frentes	1		
	Código Postal:			Cajones Cubiertos	No	Cus	1.20		
	Sup. de construcción:	120		Fuente	Internet				
	Sup. de terreno:	100		Contacto	Sr. Luis González				
	Uso	Habitacional	Edo. de conservación:	Normal		Teléfono	2436431		
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y de madera laminada, etc. Los acabados de muros y plafones interiores han tenido mantenimiento constante.				Oferta	<b>\$4,500</b>	
							Precio unitario	<b>\$38</b>	
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Valor Homologado	<b>\$35</b>	
		0.99	1.00	0.95	0.98	0.92			

Comparable 3		Tipo de inmueble:	Casa en condominio	Edad	15	Niveles	2		
	Calle :	Alheli		Recámaras	3	Cto. Servicio	No		
	Número:	6302		Baños	1	Amenidades	n/a		
	Colonia:	Bugambillas		1/2 baños	1	Calle	Moda		
	Municipio:	Puebla		Cajones	2	Frentes	1		
	Código Postal:			Cajones Cubiertos	No	Cus	1.22		
	Sup. de construcción:	110		Fuente	Internet				
	Sup. de terreno:	90		Contacto	Sr. Luis González				
	Uso	Habitacional	Edo. de conservación:	Bueno		Teléfono	2436431		
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y de mármol, clósets en recámaras, etc. La casa ha tenido mantenimiento constante.				Oferta	<b>\$5,900</b>	
							Precio unitario	<b>\$54</b>	
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Valor Homologado	<b>\$41</b>	
		0.89	0.95	0.93	0.98	0.77			

Comparable 4		Tipo de inmueble:	Casa en condominio	Edad	18	Niveles	2		
	Calle :	n/p		Recámaras	3	Cto. Servicio	No		
	Número:	n/p		Baños	1	Amenidades	No		
	Colonia:	Patrimonio		1/2 baños	1	Calle	Moda		
	Municipio:	Puebla		Cajones	2	Frentes	1		
	Código Postal:	72450		Cajones Cubiertos	2	Cus	1.07		
	Sup. de construcción:	151		Fuente	Internet				
	Sup. de terreno:	141		Contacto	Sra. Alba				
	Uso	Habitacional	Edo. de conservación:	Normal		Teléfono	2221275495		
	Características adicionales:		Cuenta con cocina integral, pisos cerámicos y clósets en recámaras.				Oferta	<b>\$6,500</b>	
							Precio unitario	<b>\$46</b>	
Factores de homologación		F. Ed	F. Proy	F. Sup	F. Neg	F. Re	Valor Homologado	<b>\$40</b>	
		0.92	0.95	1.00	0.98	0.86			

## ENFOQUE DE INGRESOS (MÉTODO DE CAPITALIZACIÓN DE RENTAS)

Ver fichas de renta de inmuebles para mayores detalles.

Rentas de inmuebles similares en la zona o en zonas similares												
	Tipo	Zona	Uso	Colonia	Edad	m <sup>2</sup> suelo	m <sup>2</sup> const.	Renta (\$/mes)	Valor unitario mensual	F. Re	Valor unitario mensual homologado	Ponderación
1	U. Med	Inter.	Hab	El Cerrito	23	90	120	\$ 5,500	\$ 46	0.86	\$ 39	25%
2	U. Med	Inter.	Hab	El Patrimonio	25	100	120	\$ 4,500	\$ 38	0.92	\$ 35	25%
3	U. Med	Inter.	Hab	Bugambillas	15	90	110	\$ 5,900	\$ 54	0.77	\$ 41	25%
4	U. Med	Inter.	Hab	Patrimonio	18	141	151	\$ 6,500	\$ 43	0.86	\$ 40	25%
Se concluye con la ponderación del monto homologado de las referencias 1 y 2 que ascienden a											\$ 39 /m <sup>2</sup>	<b>\$ 39</b>
construido de renta mensual por considerar que son las más similares en cuanto a edad, superficie y tipología.												
Nota: Se utilizan los mismos factores de homologación que en el enfoque de mercado. Ver detalles en hoja de rentas.												

Asignación de posible renta de acuerdo a las observadas en la zona en inmuebles similares						
Unidad rentable	Renta unit/m <sup>2</sup> en N.R.	Superficie	Renta mensual	Deducciones anuales estimadas:		
				Concepto	Gasto Anual	%
1 La casa	\$39	150.55	\$5,826			
2						
3						
4				a) % de desocupación (vacíos)	\$3,884	5.56%
5				b) Impuesto predial:	\$745.32	1.07%
	renta por m <sup>2</sup> /mes en N.R.		\$39	c) Conservación y mantenimiento:	\$7,875	11.26%
	Renta mensual bruta:		\$5,826	d) Administración:	\$2,400	3.43%
	Renta anual bruta:		\$69,912	e) Seguros (en su caso)	\$1,740	2.49%
	Deducciones anuales estim. en un:		24.26%	f) Otros (indicar)		
	Renta neta anual:		\$52,953	g) Depreciación fiscal:		
	Tasa de capitalización (de mercado):		4.67%	h) Deducciones fiscales (b+c+d+e+f+g)		61.32%
				i) Impuesto sobre la renta:	\$315	0.45%
				Suma (a+b+c+d+e+i):		<b>24.26%</b>

Para el cálculo del valor de capitalización, se utiliza la siguiente fórmula.

$$VC = \frac{\text{Renta Neta Anual}}{\text{Tasa de Capitalización}}$$

<b>Resultado del enfoque por capitalización</b>	<b>\$ 1,133,617</b>
---	---------------------

### Observaciones Generales

Se utiliza la tasa de capitalización estimada en base al mercado, resultado del producto de la renta bruta anual entre el valor del mercado.

Resumen de Valores	
Resultado del enfoque de costos	\$ 1,260,077
Resultado del enfoque de comparación	\$ 1,496,664
Resultado del enfoque por capitalización	\$ 1,133,617

Conclusión	
Por las características del inmueble, se concluye con el resultado del enfoque de comparación.	<b>\$ 1,496,664</b>

## 7.4 ANÁLISIS FINANCIERO DE LA FRANQUICIA

### EGRESOS

#### INVERSIÓN INICIAL

PREOPERATIVOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe
Cuota Inicial Franquicia (vigencia 6 años)	lote	1	\$180,000	\$180,000
Gastos de Preapertura (uso de suelo, alta empresa, protección civil, y gestorías)	lote	1	\$28,000	\$28,000
Deposito por concepto de renta (2 meses)	renta	2	\$5,826	\$11,652
			<b>Total</b>	<b>\$219,652</b>

ACONDICIONAMIENTO				
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe
Remodelacion del local	m2	85.00	\$2,941	\$250,000
			<b>Total</b>	<b>\$250,000</b>

EQUIPO Y MOBILIARIO				
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe
Equipo de cómputo	pza.	2	\$7,000	\$14,000
Líneas telefónicas	pza.	2	\$2,000	\$4,000
Estantes para colocar computadoras y sillas	lote	1	\$5,000	\$5,000
Impresora para ticket	pza.	1	\$2,500	\$2,500
Cámaras de sistemas y seguridad	lote	2	\$800	\$1,600
Alarma	loe	1	\$2,000	\$2,000
Aire acondicionado (2 toneladas)	lote	1	\$6,500	\$6,500
Pantalla de 32" para recepción	pza.	1	\$15,000	\$15,000
Anuncio luminoso	pza.	1	\$9,500	\$9,500
Pizarra para anuncios	pza.	1	\$500	\$500
Bote de basura	pza.	2	\$300	\$600
Division acero inoxidable con ventanal 5 metros	pza.	1	\$15,000	\$15,000
Mesa trabajo picar carne 2 metros	pza.	1	\$9,100	\$9,100
Mesa trabajo empacado paquetes 2 metros	pza.	1	\$9,100	\$9,100
Mesa trabajo hacer burros y quesadillas 50 cm	pza.	1	\$2,900	\$2,900
Parrilla	pza.	1	\$8,400	\$8,400
Plancha, 90 cm	pza.	1	\$10,500	\$10,500
Barra de acero inoxidable 4 metros	pza.	1	\$9,500	\$9,500
Suministro de extractores	pza.	1	\$12,500	\$12,500
Filtros de acero inoxidable para campana	lote	1	\$2,800	\$2,800
Campana de acero inoxidable	pza.	1	\$26,500	\$26,500
Extractores, tipo Hongo 1 hp	lote	1	\$12,500	\$12,500
Estructura de acero inoxidable para colgar pedidos	pza.	1	\$500	\$500
Lavatrastes de acero inoxidable, de 1,50 metros	pza.	1	\$8,000	\$8,000
Aero-cooler para extraccion de humo y clima de cocina	pza.	1	\$5,000	\$5,000
Congelador de 25 pies p/carne	pza.	1	\$6,300	\$6,300
Freidora de 4 litros de aceite para papas	pza.	1	\$2,500	\$2,500
Utensilios de trabajo (pinzas, cuchillos, ollas, tabla, etc)	pza.	1	\$8,000	\$8,000
Refrigerador (Coca-Cola) de 2 puertas para carne (a consignacion de Coca-Cola)	pza.	1	\$0	\$0
Refrigerador (Coca cola) Refrescos (a consignacion Coca-Cola)	pza.	1	\$0	\$0
Enfriador de agua (a consignacion empresa de agua)	pza.	1	\$0	\$0
Motocicleta Italyca	pza.	3	\$12,000	\$36,000
Báscula	pza.	1	\$2,000	\$2,000
Bote de basura grande	pza.	1	\$350	\$350
			<b>Total</b>	<b>\$248,650</b>

PUBLICIDAD INICIAL					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe	
Publicidad inicial (50000 volantes, publicación periódico media pagina, 2000 imanes)	lote	1	\$45,000	\$45,000	
Uniformes (Se consideran 3 mudas de uniforme completo por empleado, tomando en cuenta su renovación cada año)	lote	1	\$12,000	\$2,000	
<b>Total</b>				<b>\$47,000</b>	
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>				<b>\$765,302</b>	
GASTOS FIJOS					
SUELDOS Y SALARIOS					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Gerente	Empleado	1	\$8,000	\$8,000	\$48,000
Administrador	Empleado	1	\$8,000	\$8,000	\$48,000
Contador	Empleado	1	\$3,000	\$3,000	\$18,000
Cocinero	Empleado	1	\$7,000	\$7,000	\$42,000
Ayudante del cocinero	Empleado	2	\$6,000	\$12,000	\$72,000
Demostrador	Empleado	1	\$6,000	\$6,000	\$36,000
Limpieza	Empleado	1	\$4,500	\$4,500	\$27,000
Repartidor	Empleado	3	\$6,500	\$19,500	\$117,000
<b>Total</b>				<b>\$68,000</b>	<b>\$408,000</b>
SERVICIOS					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Telefono	Periodo	1	\$1,000	\$1,000	\$6,000
Luz	Periodo	1	\$1,000	\$1,000	\$6,000
Agua	Periodo	1	\$500	\$500	\$3,000
Gas Natural	Periodo	1	\$3,500	\$3,500	\$21,000
Gasolina Motos	Tanque	6	\$200	\$1,200	\$7,200
Servicio, refacciones y accesorios de motos	Lote	1	\$700	\$700	\$4,200
<b>Total</b>				<b>\$7,900</b>	<b>\$47,400</b>
INVENTARIO PRODUCTO					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Inventario inicial (Carnes,Verdura,Empaque,etc. Para 1 mes)	Lote	1	\$60,000	\$60,000	\$360,000
<b>Total</b>				<b>\$60,000</b>	<b>\$360,000</b>
PUBLICIDAD					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Publicidad Local (sobre ventas brutas)	2.00%	1	\$34,576	\$5,763	\$34,576
Publicidad Institucional (sobre ventas brutas)	1.00%	1	\$17,288	\$2,881	\$17,288
<b>Total</b>				<b>\$51,863</b>	
OTROS					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Cuota de regalías (sobre ventas brutas)	2.00%	1	\$34,576	\$6,915	\$34,576
<b>Total</b>				<b>\$6,915</b>	<b>\$34,576</b>
RENTA					
Concepto	Unidad	Cantidad	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Renta mensual	Renta	1	\$5,826	\$5,826	\$34,956
<b>Total</b>				<b>\$5,826</b>	<b>\$34,956</b>
<b>TOTAL GASTOS FIJOS PERIODO SEMESTRAL</b>				<b>\$936,795</b>	
<b>TOTAL EGRESOS</b>				<b>\$1,702,097</b>	

## INGRESOS

### VENTAS

Paquetes						
	Concepto	Unidad	Cantidad Vendida Mensual	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Diezmillo	familiar	1 Kg.	40	\$199.00	\$7,960.00	\$47,760.00
	2 personas	650 Gr.	40	\$135.00	\$5,400.00	\$32,400.00
	individual	300 Gr.	40	\$65.00	\$2,600.00	\$15,600.00
Arrachera Marinada	familiar	1 Kg.	40	\$219.00	\$8,760.00	\$52,560.00
	2 personas	650 Gr.	40	\$150.00	\$6,000.00	\$36,000.00
	individual	250 Gr.	40	\$75.00	\$3,000.00	\$18,000.00
Cabrería	familiar	1 Kg.	40	\$319.00	\$12,760.00	\$76,560.00
	2 personas	650 Gr.	40	\$219.00	\$8,760.00	\$52,560.00
	individual	250 Gr.	40	\$119.00	\$4,760.00	\$28,560.00
Puerco Adobado	familiar	1 Kg.	40	\$185.00	\$7,400.00	\$44,400.00
	2 personas	650 Gr.	40	\$123.00	\$4,920.00	\$29,520.00
	individual	250 Gr.	40	\$59.00	\$2,360.00	\$14,160.00
Sirloin	familiar	1 Kg.	40	\$222.00	\$8,880.00	\$53,280.00
	2 personas	650 Gr.	40	\$152.00	\$6,080.00	\$36,480.00
	individual	250 Gr.	40	\$76.00	\$3,040.00	\$18,240.00
Arrachera Suprema	familiar	1 Kg.	60	\$299.00	\$17,940.00	\$107,640.00
	2 personas	650 Gr.	90	\$223.00	\$20,070.00	\$120,420.00
	individual	250 Gr.	70	\$112.00	\$7,840.00	\$47,040.00
<b>Total</b>					<b>\$138,530.00</b>	<b>\$831,180.00</b>

Carne por Kilo					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Arrachera	kg.	70	\$139.00	\$9,730.00	\$58,380.00
Marinada	kg.	40	\$159.00	\$6,360.00	\$38,160.00
Cabrería	kg.	40	\$259.00	\$10,360.00	\$62,160.00
Adobada	kg.	30	\$125.00	\$3,750.00	\$22,500.00
Sirloin	kg.	30	\$162.00	\$4,860.00	\$29,160.00
Arrachera suprema	kg.	50	\$239.00	\$11,950.00	\$71,700.00
<b>Total</b>				<b>\$47,010.00</b>	<b>\$282,060.00</b>

Hamburguesa Suprema					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Sencilla	pza.	200	\$52.00	\$10,400.00	\$62,400.00
Tocino extra + \$4.00	ingred.	40	\$4.00	\$160.00	\$960.00
Carne extra + \$25.00	ingred.	40	\$25.00	\$1,000.00	\$6,000.00
Papas extra + \$15.00	ingred.	60	\$15.00	\$900.00	\$5,400.00
<b>Total</b>				<b>\$12,460.00</b>	<b>\$74,760.00</b>

Varios					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Alambre express	pza.	80	\$65.00	\$5,200.00	\$31,200.00
Quesa express	2 pzas.	80	\$79.00	\$6,320.00	\$37,920.00
Torta express	pza.	80	\$52.00	\$4,160.00	\$24,960.00
Burro express	pza.	80	\$79.00	\$6,320.00	\$37,920.00
Quesa burro express	pza.	80	\$79.00	\$6,320.00	\$37,920.00
Pechuga de pollo a la parilla	pza.	80	\$63.00	\$5,040.00	\$30,240.00
<b>Total</b>				<b>\$33,360.00</b>	<b>\$200,160.00</b>

Ingredientes Extras					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Costillas de rib	4 pzas.	30	\$39.00	\$1,170.00	\$7,020.00
Paquete quesadillas	4 pzas.	50	\$16.00	\$800.00	\$4,800.00
T. de harina	4 pzas.	50	\$10.00	\$500.00	\$3,000.00
T. de harina	8 pzas.	50	\$5.00	\$250.00	\$1,500.00
Cebollitas asadas	orden	50	\$9.00	\$450.00	\$2,700.00
Ensalada	pza.	50	\$25.00	\$1,250.00	\$7,500.00
Chimiexpress	pza.	50	\$15.00	\$750.00	\$4,500.00
<b>Total</b>				<b>\$5,170.00</b>	<b>\$31,020.00</b>

Bebidas					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Soda de 2 lts. (coca cola regular, light, sprite y fanta)	pza.	450	\$25.00	\$11,250.00	\$67,500.00
Soda de bote. (coca cola regular, light, sprite y fanta)	pza.	2100	\$15.00	\$31,500.00	\$189,000.00
Agua embotellada	pza.	600	\$12.00	\$7,200.00	\$43,200.00
<b>Total</b>				<b>\$49,950.00</b>	<b>\$299,700.00</b>

Ensaladas					
Concepto	Unidad	Cantidad Vendida	Precio	Importe Mensual	Importe Semestral
Ensalada con 200 Gr. De sirloin a la parilla	pza.	30	\$55.00	\$1,650.00	\$9,900.00
<b>Total</b>				<b>\$1,650.00</b>	<b>\$9,900.00</b>

<b>TOTAL DE INGRESOS SEMESTRALES</b>					<b>\$1,728,780.00</b>
--------------------------------------	--	--	--	--	-----------------------

**RESUMEN DE INGRESO Y EGRESOS****EGRESOS****INVERSIÓN INICIAL**

<b>Concepto</b>	<b>Importe</b>
Preoperativos	\$219,652
Acondicionamiento	\$250,000
Equipo y Mobiliario	\$248,650
Publicidad Inicial	\$47,000
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$765,302</b>

**GASTOS FIJOS**

Sueldos y Salarios	\$408,000
Servicios	\$47,400
Inventario Producto	\$360,000
Publicidad	\$51,863
Otros	\$34,576
Renta	\$34,956
<b>TOTAL GASTOS FIJOS PERIODO SEMESTRAL</b>	<b>\$936,795</b>

**INGRESOS****TOTAL INGRESOS SEMESTRALES \$1,728,780**

Nota: Algunos de los datos contenidos tanto en la tabla de ingresos como de egresos, son supuestos.

FLUJO FRANQUICIA

CONCEPTO	Detalle	AÑOS												
		1		2		3		4		5		6		
		SEMESTRES												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>EGRESOS</b>														
<b>Inversión Inicial</b>														
PREOPERATIVOS		\$219,652												
ACONDICIONAMIENTO		\$250,000												
EQUIPO Y MOBILIARIO		\$248,650												
PUBLICIDAD INICIAL		\$47,000												
<b>Total</b>		<b>-\$765,302</b>												
<b>Gastos Fijos</b>														
SUELDOS Y SALARIOS		\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000	\$408,000
SERVICIOS		\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400	\$47,400
INVENTARIO PRODUCTO		\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000	\$360,000
Publicidad Local (sobre ventas brutas)	0.20%		\$1,729	\$1,902	\$2,075	\$2,247	\$2,593	\$2,766	\$3,112	\$3,112	\$3,112	\$3,458	\$3,458	\$3,458
Publicidad Institucional (sobre ventas brutas)	0.10%		\$864	\$951	\$1,037	\$1,124	\$1,297	\$1,383	\$1,556	\$1,556	\$1,556	\$1,729	\$1,729	\$1,729
OTROS		\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576	\$34,576
RENTA		\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956	\$34,956
<b>Total</b>		<b>-\$884,932</b>	<b>-\$887,525</b>	<b>-\$887,784</b>	<b>-\$888,043</b>	<b>-\$888,303</b>	<b>-\$888,821</b>	<b>-\$889,081</b>	<b>-\$889,599</b>	<b>-\$889,599</b>	<b>-\$889,599</b>	<b>-\$890,118</b>	<b>-\$890,118</b>	<b>-\$890,118</b>
<b>INGRESOS</b>														
<b>Ventas</b>														
Pronóstico	100%	45%	50%	55%	60%	65%	75%	80%	90%	90%	90%	100%	100%	
<b>Total</b>	<b>\$1,728,780</b>	<b>\$777,951</b>	<b>\$864,390</b>	<b>\$950,829</b>	<b>\$1,037,268</b>	<b>\$1,123,707</b>	<b>\$1,296,585</b>	<b>\$1,383,024</b>	<b>\$1,555,902</b>	<b>\$1,555,902</b>	<b>\$1,555,902</b>	<b>\$1,728,780</b>	<b>\$1,728,780</b>	
Total sin interés		-\$872,283	-\$23,135	\$63,045	\$149,225	\$235,404	\$407,764	\$493,943	\$666,303	\$666,303	\$666,303	\$838,662	\$838,662	
Acumulado 1		-\$872,283	-\$895,417	-\$832,372	-\$683,148	-\$447,744	-\$39,980	\$453,963	\$1,120,266	\$1,786,569	\$2,452,871	\$3,291,534	\$4,130,196	
Tasa de Financiamiento (= 0.070)	14.00%	-\$61,060	-\$62,679	-\$58,266	-\$47,820	-\$31,342	-\$2,799		\$9,079	\$22,405	\$35,731	\$49,057	\$65,831	\$82,604
Productos Financieros (= 0.02)	4.00%													
Utilidades Antes de Impuestos		-\$1,805,625	-\$981,231	-\$827,594	-\$581,744	-\$243,681	\$364,985	\$956,986	\$1,808,974	\$2,488,603	\$3,168,232	\$4,196,026	\$5,051,462	
Acumulado 2		-\$1,805,625	-\$2,786,856	-\$3,614,450	-\$4,196,194	-\$4,439,875	-\$4,074,890	-\$3,117,904	-\$1,308,930	\$1,179,673	\$4,347,905	\$8,543,931	\$13,595,393	
Tasa Impositiva (ISR = 0.30) sobre utilidad	30.00%									-\$353,902	-\$1,304,371	-\$2,563,179	-\$4,078,618	
Flujo		-\$1,805,625	-\$981,231	-\$827,594	-\$581,744	-\$243,681	\$364,985	\$956,986	\$1,808,974	\$2,134,701	\$1,863,860	\$1,632,847	\$972,844	
TASA DE DESCUENTO i semestral = .06	1.06 0.06													
<b>Valor Presente</b>		<b>-\$1,805,625</b>	<b>-\$925,690</b>	<b>-\$736,555</b>	<b>-\$488,443</b>	<b>-\$193,018</b>	<b>\$272,738</b>	<b>\$674,637</b>	<b>\$1,203,071</b>	<b>\$1,339,338</b>	<b>\$1,103,216</b>	<b>\$911,773</b>	<b>\$512,482</b>	

$$VP = VF / (1+i)^n$$

$$VP = \$1,867,924$$

### 7.5 Tabla Comparativa de Valores

Enfoque de Costos	\$1,260,077
Enfoque de Mercado	\$1,496,664
Enfoque de Ingresos (Capitalización de Rentas)	\$1,133,617
Valor Presente del Inmueble con la Franquicia Seleccionada	\$1,867,924

Como se puede observar en la tabla anterior, el mejor uso para el inmueble sujeto del presente estudio, es utilizarlo como negocio con la franquicia seleccionada.

## 8.0 CONCLUSIONES

El hombre a lo largo de su historia ha tenido que satisfacer un sin número de necesidades, destacando como primordiales el alimento, el vestido y el sustento.

La presente investigación, se enfocó al conocimiento de la vivienda como una necesidad básica en el quehacer y hacer del hombre. En éste estudio se demuestra que el hombre en sus espacios terrenales ha manejado muy diversas formas de organización y técnicas constructivas para satisfacer su necesidad de habitación, seguridad y de vivencia para subsistir y desarrollarse.

Ésta evolución de los espacios urbanos motivó su crecimiento por la explosión demográfica, que repercute en el crecimiento urbano y en las formas de relación e intercambio que se practica en cada época en cada ciudad.

La Ciudad de Puebla, es una de las ciudades, dada su cercanía a la Ciudad de México, que ha tenido un crecimiento urbano desmesurado y moderno, por lo que se convierte en un sitio ideal para demostrar algunos conceptos teóricos impartidos en la especialidad de valuación, como los principios económicos de renovación en las diversas modalidades de uso de suelo.

Por ello, en éste entorno urbano se ubica la valuación como una actividad necesaria en los intercambios que se dan en el mercado inmobiliario, los que responden a las costumbres, modos y tradiciones expresados en cada época y espacio, que requiere de aplicaciones valuatorias.

Así que el estudio se enfocó a un espacio urbano de dicha ciudad, a fin de que mediante éste instrumento valuatorio, se cualificara y cuantificara el apoyo en la decisión del inmueble ubicado en Fresnos 339 de la Colonia El Cerrito, Puebla, Puebla, a efecto de encontrar un mayor y mejor uso

Por lo cual, en base a los valores arrojados por el avalúo del inmueble sujeto de la presente tesina, y tomando en cuenta el análisis financiero realizado, se concluye que **la mejor opción en cuanto al destino del inmueble, es que se convierta en recinto de la franquicia antes analizada**

(Carne Express), ya que la localización del inmueble conjuga armoniosa y comercialmente con la misma.

## 9.0 BIBLIOGRAFÍA

Pezeu – Massabiau, Jacques, La vivienda como espacio social, Sección de obras de Sociología, México, Fondo de Cultura Económica, 1988

Terán Bonilla, José Antonio, Arquitectura y Urbanismo del Centro Histórico de la Ciudad de Puebla 1531-1917

Antuñano, Antonio, El avalúo de los bienes raíces, México, Limusa 2008

Plan Municipal de Desarrollo de Puebla 2011, 2014

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Síntesis Geográfica del Estado de Puebla, México, 2000

Apuntes Mtro. Lorenzo Barragán Estrada, Catedrático de la Especialidad en Valuación Inmobiliaria en la Universidad Nacional Autónoma de México, otoño 2011

Bermúdez González, Guillermo J., La Franquicia: Elementos, Relaciones y Estrategias, Madrid, ESIC Editorial, 2002

### Fuentes de Internet:

<http://geohistoriaymas.files.wordpress.com/2011/03/geografc3ada-urbana.pdf>

<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/ata/d5.htm>

[www.carneexpress.com](http://www.carneexpress.com)

<http://www.franchisekey.com/mx/franquicia/carne-express-mx.htm>

<http://www.topfranquicia.com.mx/ficha.aspx?idfranquicia=282>

<http://www.directoriodef franquicias.com.mx/alimentos-y-bebidas/carnicerias/carne-express.html>

## 10.0 ANEXO

### 10.1 Glosario

**Región Urbana o Metropolitana:** es toda porción de territorio en la que una ciudad o metrópoli ejerce su influencia. Esta influencia regional estará condicionada por las posibilidades de acceso, que dependen de las condiciones naturales y de la estructura de las vías de comunicación: carreteras, vías fluviales, ferrocarriles y transportes aéreos.

**Área Urbana:** es el área construida continua y contigua, con usos de suelo no agrícolas, no separada por ningún espacio rural e independiente de los límites políticos.

**Zona o Área Metropolitana:** es la suma de unidades político-administrativas que contienen al área urbana de una ciudad y las zonas inmediatas integradas social y económicamente con ella. Su límite es una envolvente del área urbana, formada por los límites de las unidades político-administrativas que se encuentran total o parcialmente ocupadas por la ciudad.

**Metrópoli:** Es una ciudad que ha alcanzado un altísimo volumen de población, así como una gran diversificación de los servicios que presta y de los trabajos que ofrece. La palabra proviene del griego *mater* = madre y *polis* = ciudad, y significa la ciudad principal de un país, estado, o región.

**Región:** En general, en un área geográfica que se puede identificar por una o más características.

**Geografía Urbana:** se puede definir como el estudio del establecimiento urbano, su situación, su sitio, su evolución y su patrón de asentamiento, además de la clasificación del establecimiento urbano en pueblos, villas, y ciudades.

**Cultura:** Es el conjunto de conocimientos, costumbres, capacidades y reglas adquiridos por el hombre a lo largo de su historia, que permiten desenvolverse en una sociedad.

**Civilización:** Todo lo que construye un pueblo en una época determinada.

**Ciudadela:** Fortaleza construida en el recinto de una plaza fuerte o ciudad fortificada. El término procede del italiano *cittadella*, diminutivo de *città*, ciudad de todas las ciudades.

**Prescriptores:** Persona que ejerce una influencia personal sobre otras. No se trata de un líder en el sentido estricto, sino de un experto sobre un producto o servicio.