



CURSO/GUÍA PRÁCTICA PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO

Real Estate Business Plan.





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	12
Introducción	13
PRELIMINAR	15
El Plan de negocios inmobiliario (Real estate Business Plan) en 14 preguntas y respuestas.	15
1. ¿Qué es un Plan de negocios inmobiliario?	15
a. Definición de Plan de negocios inmobiliario	15
b. ¿Por qué planificar?	16
c. Diseñe un plan de negocios	16
d. Defina cómo ve el éxito. ¿Cómo ve su negocio en los próximos años?	16
e. Planificación operativa. ¿Cómo deben suceder las cosas?	17
f. Planificación estratégica. ¿Por qué deben suceder las cosas?	18
g. Planificación táctica. Lo que va a suceder.	18
h. Planificación de contingencias	18
2. ¿Por qué fracasan tantas empresas y triunfan tan pocas?	19
a. El éxito requiere mucha PLANIFICACIÓN y comenzar el negocio de la manera correcta.	19
b. Las empresas fracasan debido a la falta de planificación a corto y largo plazo.	19
c. Las empresas fracasan debido a un liderazgo deficiente.	20
d. No basta con tener un gran producto.	20
e. Ignorar las necesidades del cliente	20
f. Incapacidad para aprender del fracaso	20
g. Gestión deficiente	20
h. Falta de capital	21
3. ¿Por qué es importante un plan de negocios?	21
a. "Si no planifica, está planeando fracasar". (Benjamín Franklin)	21
b. ¿Qué respuesta espera que le den al ver su plan de negocios?	21
c. Razones para implementar un plan de negocios	22
Recaudar dinero para su empresa	22
Tomar decisiones acertadas	22
Ayudarle a identificar posibles debilidades.	22
Comunicar sus ideas a las partes interesadas.	22
4. ¿Cuáles son los propósitos de un plan de negocios inmobiliario?	23
Este negocio va en serio.	23
Establecer hitos comerciales.	23
Comprender mejor a su competencia.	23
Entender mejor a su cliente.	23
Poner sobre la mesa cuestiones del negocio que estaban ocultas.	23
Evaluar la viabilidad de su empresa.	24
Documentar su modelo de ingresos.	24
Determinar sus necesidades financieras.	24
Atraer inversores.	24
Reducir el riesgo de aprovechar la oportunidad incorrecta.	24
Investigar y conocer realmente su mercado.	25
Atraer empleados y equipo directivo.	25
Fijar un rumbo y enfocar sus esfuerzos.	25
Atraer socios.	25
Posicionar su marca.	25
Juzgar el éxito de su negocio.	26
Reposicionar su negocio para hacer frente a condiciones cambiantes.	26
Documentar su plan de marketing.	26
Comprender y pronosticar las necesidades de personal de su empresa.	26



Descubrir nuevas oportunidades.	26
5. ¿Cómo se estructura un Plan de negocios inmobiliario en secciones?	27
a. Un resumen ejecutivo.	27
b. Una descripción general de la industria inmobiliaria.	27
c. Investigación y análisis del mercado inmobiliario.	27
d. Análisis competitivo.	27
e. Plan de ventas y marketing.	27
f. Plan de gestión.	28
g. Plan operativo.	28
h. Plan financiero.	28
i. Apéndices y anexos.	28
6. ¿Cómo hacer un plan de negocios para pedir un préstamo?	28
a. Los buenos planes comerciales deben incluir toda la información financiera.	28
b. Indique la industria en la que operará en su plan de negocios.	29
c. Resalte los detalles sobre su equipo ejecutivo y gerencial en su plan de negocios.	29
d. Un plan de negocios de la empresa bueno o eficaz debe incluir todos los planes de ventas y marketing.	29
e. Un buen plan de negocios también incluirá detalles sobre las operaciones de una empresa.	30
7. ¿Cómo redactar un Plan de negocios inmobiliario?	30
a. Página de título y contenido	30
b. Resumen ejecutivo	31
c. Descripción del negocio inmobiliario	31
d. Descripción del producto o servicio	32
e. Análisis de mercado	32
f. Análisis competitivo	34
g. Operaciones y administración	34
h. Componentes financieros de su plan de negocios	34
i. Documentos de respaldo	36
8. ¿Cuáles son los componentes principales de un plan de negocios?	36
a. Resumen ejecutivo	36
b. Descripción y estructura del negocio	36
c. Investigación y estrategias de mercado	36
d. Administración y personal	37
e. Documentos financieros	37
9. ¿Por qué necesitan los agentes inmobiliarios un plan de negocios?	37
a. Todo agente necesita un plan de negocios para tener éxito.	37
b. ¿Cómo preparar un plan de negocios para agentes inmobiliarios?	38
Un resumen ejecutivo	38
Defina su propósito	38
Un resumen de la gestión del equipo	38
Su cliente objetivo	38
Objetivos inteligentes	39
c. Identifique las claves del éxito	39
Punto de equilibrio de análisis	39
¿Entiende su mercado?	39
Segmente su mercado	39
Planificar el crecimiento del mercado	40
Seguimiento de las tendencias del mercado	40
Desarrollar un análisis DAFO	40
¿Reconoce a su competencia?	40
Marketing inmobiliario	41
Proyectar previsión de ventas anuales	41
Describa sus gastos de personal	41
Medir la experiencia del cliente	41
Calcule el desempeño de su plan de negocios	41
10. ¿Qué debe contener el plan de negocios de un agente inmobiliario?	42



a. Identifique quién es usted como agente de bienes inmuebles	42
b. Analice su mercado inmobiliario objetivo	42
c. Analice su competencia local	43
d. Decida qué servicios ofrecerá	43
e. Identifique quiénes son sus clientes ideales	44
f. Realice un análisis DAFO	44
g. Determine sus objetivos financieros, personales y de crecimiento	44
h. Analice sus necesidades financieras iniciales y actuales	45
i. Haga un plan para revisar su plan de negocios	45
Las preguntas que le ayudarán	46
1. ¿Cómo respaldan sus estrategias a corto plazo sus metas a largo plazo?	46
2. ¿Qué preguntas tienen sus clientes que usted va a responder?	46
3. ¿En qué se diferencian sus estrategias de las de sus competidores?	46
4. ¿Quién tiene la última palabra sobre las decisiones en diferentes áreas?	46
11. ¿Qué debe contener una plantilla de plan de negocios inmobiliario?	46
Resumen ejecutivo	46
El equipo	46
Análisis del mercado inmobiliario	47
Las tendencias del mercado	47
Oportunidades de mercado	47
Saturaciones de mercado	47
Análisis de la competencia	47
Nichos inmobiliarios	47
Saturaciones de competencia	48
Servicios prestados	48
Ofertas potenciales	48
Los clientes	48
Análisis DAFO	49
Metas	49
Objetivo financiero	50
Herramientas para alcanzar sus metas	50
Herramientas digitales (cosas como su CRM o su gestión de redes sociales)	50
Presupuesto publicitario	50
Subcontratación	50
Análisis financiero	50
Gastos de puesta en marcha	51
Gastos recurrentes	51
Activos	51
Expectativas de flujo de efectivo	51
Ingreso mensual estimado	51
12. ¿Cómo es el plan de negocios de una empresa inmobiliaria?	52
a. Resumen ejecutivo	52
b. Descripción de la compañía	52
c. Análisis de mercado	52
d. Organización y gestión	52
e. Línea de servicios o productos	53
f. Publicidad y ventas	53
g. Solicitud de financiación	53
h. Proyecciones financieras	53
i. Apéndice	54
j. Formato lean startup de plan de negocios	54
13. ¿Cuáles son las claves que diferencian un buen plan inmobiliario?	54
a. Alianzas clave	54
b. Actividades clave	54
c. Recursos clave	55
d. Propuesta de valor	55
e. Relaciones con los clientes	55
f. Segmentos del cliente	55



g. Canales _____	55
h. Estructura de costes _____	55
i. Corrientes de ingresos _____	55
14. ¿Cómo hacer un plan de negocios tras pasar por un cierre de negocio? _____	56
a. Creación de su plan de negocios posterior al cierre _____	56
b. Satisfaga las necesidades de sus clientes _____	56
c. Mantenerse a salvo _____	56
d. Tener en cuenta los niveles de ventas que está pronosticando _____	56
e. Aprovechar al máximo la tecnología _____	57
f. Ofrezca un servicio atractivo al cliente _____	57
g. Mejore sus opciones de pago _____	57
PARTE PRIMERA _____	58
Plan de Negocios inmobiliario / Real Estate Business Plan _____	58
Capítulo 1. Introducción al Plan de Negocios inmobiliario / Real Estate Business Plan. _____	58
1. Introducción al Plan de Negocios inmobiliario / Real Estate Business Plan. _____	58
a. Objetivo del plan de negocios inmobiliario _____	58
b. Alcance del plan de negocios inmobiliario _____	59
c. Antecedentes del mercado inmobiliario _____	59
2. Análisis de mercado _____	59
a. Descripción del mercado objetivo _____	59
b. Análisis de la competencia _____	60
c. Análisis DAFO del mercado inmobiliario _____	60
d. Identificación de oportunidades y amenazas _____	61
3. Propuesta de valor _____	61
a. Descripción de la oferta inmobiliaria _____	61
b. Diferenciación de la oferta frente a la competencia _____	62
c. Ventajas competitivas de la oferta inmobiliaria _____	62
d. Beneficios para los clientes _____	62
4. Estrategias de marketing y ventas _____	63
a. Estrategias de promoción y publicidad _____	63
b. Estrategias de precio _____	63
c. Estrategias de distribución _____	63
d. Estrategias de ventas _____	64
5. Operaciones y logística _____	64
a. Descripción del proceso de producción _____	64
b. Estimación de los costes de producción _____	65
c. Establecimiento de los proveedores y subcontratistas _____	65
d. Planificación de la logística de entrega _____	65
6. Gestión financiera _____	66
a. Estudio de viabilidad económica y financiera _____	66
b. Proyección de ingresos y gastos _____	66
c. Evaluación de la rentabilidad del negocio _____	67
d. Análisis de sensibilidad financiera _____	67
7. Plan de gestión y organización _____	67
a. Estructura organizacional _____	68
b. Planificación de recursos humanos _____	68
c. Plan de gestión de riesgos _____	68
d. Plan de continuidad del negocio _____	69
8. Conclusiones _____	69
a. Síntesis de los puntos principales del plan de negocios inmobiliario _____	69
Resumen ejecutivo _____	69
Análisis de mercado _____	69



Estrategia de marketing _____	70
Plan financiero _____	70
Plan operativo _____	70
b. Recomendaciones para la implementación del plan de negocios inmobiliario _____	70

Capítulo 2. ¿Cómo Estructurar un Plan de Negocios inmobiliario / Real Estate Business Plan? _____ 71

1. ¿Qué es un Plan de Negocios? _____	71
a. ¿Cuándo se prepara un plan de negocios? _____	71
1. El plan de negocios inmobiliario responderá preguntas críticas estratégicas y operativas: _____	71
2. Lo recomendable es hacer un plan de negocios inmobiliario para 3 años. _____	72
3. Descripción comercial detallada. _____	72
b. ¿Quién debería preparar un plan de negocios? _____	72
c. Departamentos de planificación. _____	72
2. Pasos preliminares a la redacción de un plan de negocios inmobiliario. _____	73
a. Primero investigar _____	73
b. Concentrarse en los objetivos _____	73
c. Ser realista _____	73
3. El Plan de negocios empieza por una radiografía inicial de la empresa. _____	74
a. ¿Qué somos? Análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades). _____	74
Paso 1. Identificación de los factores clave de éxito _____	75
Paso 2. Predefinición de la visión, la misión y los valores _____	75
Paso 3. Análisis del entorno empresarial _____	75
Paso 4. Revisión de la misión, la visión y los valores _____	75
Paso 5. Análisis interno y externo _____	75
ANÁLISIS INTERNO _____	76
Área organizativa _____	76
Área de producto _____	76
ANÁLISIS EXTERNO _____	77
Paso 6. Diseño del plan director _____	78
Matriz del marco lógico _____	78
Calendario de actividades _____	78
Planificación de recursos _____	78
Formulación de un sistema de seguimiento de la intervención. _____	78
Paso 7. Implantación del plan director _____	78
b. El análisis CAME es una metodología suplementaria a la del Análisis DAFO _____	79
¿Qué es el Análisis CAME? _____	79
Procedimiento para realizar un Análisis CAME _____	79
Tipos de acciones: Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar _____	79
Selección de acciones que se adapten mejor a la estrategia. _____	80
c. ¿Tenemos una estrategia? _____	81
d. ¿Cómo son los competidores? _____	81
e. ¿Cómo evoluciona el mercado objetivo? _____	82
f. ¿Cuáles son nuestras metas? EMAC (específicas, medibles, alcanzables y compatibles). _____	82
g. Cada objetivo un plan específico (financiero, marketing, calidad, etc.). _____	83
4. Tabla de contenidos y elementos de un Plan de negocio. _____	83
5. Objetivos de un plan de negocios _____	84
6. Fijar el objetivo "SMART" (s, específico, m medible, a alcanzable, r realista, t tiempo). _____	84
7. Evaluar la viabilidad del nicho de mercado. El target inmobiliario. _____	86
8. Metas y plazos para alcanzarlos. _____	86
9. Plan estratégico _____	87
10. El sector inmobiliario es muy amplio, ¿en qué quiere ser el líder? _____	87
a. ¿Cómo se van a generar las ganancias? _____	87

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



b. ¿Cómo se mantendrá competitivo, el nivel de colaboración que desea establecer y una idea de cómo utilizará las nuevas tecnologías para su beneficio? _____	87
c. ¿Conoce el tipo de negocio inmobiliario elegido? _____	87
11. Crear un plan de marketing _____	88
a. Estrategias de marketing _____	88
b. Ejemplos de las mejores prácticas comerciales _____	88
12. Construir un equipo _____	89
13. Evaluación y revisión de su plan de negocios inmobiliario. _____	89
Reevaluar constantemente el mercado inmobiliario. _____	89
14. Crear un plan financiero _____	89
15. El Plan de Negocio visto por un posible inversor. _____	90
16. Escribir un resumen ejecutivo que capture la visión de su proyecto inmobiliario. _____	90
Capítulo 3. El análisis del entorno en los Planes de negocios de inmobiliarias y constructoras. _____	92
1. Análisis del macroentorno. Análisis PEST (político, económico, social y tecnológico). _____	92
a. Factores políticos _____	92
b. Factores económicos _____	93
c. Factores sociales _____	93
Aspectos demográficos _____	93
Aspectos culturales de la vivienda. _____	93
d. Factores tecnológicos _____	93
2. Análisis del Microentorno. Modelo De Las 5 Fuerzas De Porter. _____	94
a. Amenaza de entrada de nuevos competidores. _____	94
b. Intensidad de rivalidad entre competidores _____	95
c. Poder de negociación de los proveedores _____	95
d. Poder de negociación de los clientes _____	96
e. Amenaza de sustitución _____	96
3. Análisis de la competencia. _____	97
4. Análisis de situación y de problemas _____	97
a. Formulación de los objetivos _____	97
b. Selección de los objetivos _____	97
Capítulo 4. El Benchmarking. Aprender de otros. _____	98
1. Qué es el Benchmarking _____	98
2. El Benchmarking. Aprender de otros (clientes, competidores, empleados ...) y comparar. _____	98
a. Benchmarking o Método de Contraste _____	98
b. Comparativas en el Benchmarking _____	99
1. Con equipo de trabajo. _____	99
. Con clientes. _____	100
3. Con proveedores. _____	100
4. Con la competencia. _____	100
c. Sistemática del Benchmarking. _____	101
3. Clases de Benchmarking _____	101
a. Benchmarking interno _____	101
b. Benchmarking competitivo _____	101
c. Benchmarking de la industria _____	101
4. Ventajas de emplear el benchmarking. _____	101
Planificación estratégica _____	101
Pronósticos _____	101
Nuevas ideas _____	101



Comparaciones _____	102
Producto/proceso con los mejores resultados _____	102
Fijación de objetivos _____	102
5. ¿Qué puede medir al proceso de benchmarking? _____	102
Productos y servicios _____	102
Procesos de trabajo _____	102
Funciones de apoyo _____	102
Desempeño organizacional _____	102
Estrategia. _____	102
6. Contenido de un informe de Benchmarking _____	103
Capítulo 5. Proceso de elaboración de un plan de negocios inmobiliario. ____	104
1. Descripción de la empresa y su historia. _____	104
2. Relaciones relevantes entre empresas vinculadas. Grupos empresariales _____	105
3. Actividades y productos actuales _____	105
4. Organización _____	106
5. Análisis de mercado y competencia _____	107
6. Descripción del nuevo proyecto empresarial _____	108
7. Características de los promotores y/o fundadores _____	108
8. Análisis de los mercados de referencia de la iniciativa y plan de marketing, _____	110
a. Análisis de mercado. _____	110
b. Estrategia de marketing y actividades comerciales _____	111
c. Desarrollo del plan de marketing _____	111
d. Análisis de demanda _____	112
e. Análisis de oferta _____	113
f. Previsión de cantidades vendidas _____	114
g. Pronóstico de ingresos por ventas _____	114
h. Previsión de iniciativas de marketing (desarrollo de productos, fijación de precios, promoción y comunicación, distribución, etc.) _____	114
i. Análisis del posicionamiento competitivo de la empresa _____	115
9. Formulación del plan de inversión planificado y costes relacionados. _____	115
a. Objeto y contenido _____	115
b. Contenido y forma del plan de inversiones _____	116
c. Descripción y calendario de realización de las inversiones _____	116
d. Cuantificación monetaria de las inversiones _____	117
e. Plan de previsión financiera _____	118
f. Determinación del valor de la producción _____	118
g. Determinación de los costes variables de producción _____	119
h. Determinación de los costes fijos de producción _____	119
10. Valoración global del proyecto empresarial _____	120
11. Análisis de sensibilidad e identificación de factores críticos de éxito _____	121
12. Evaluación de riesgos del proyecto empresarial global _____	122
13. Caso práctico de cómo estructurar un plan de negocios inmobiliario para una agencia inmobiliaria con dos empleados _____	123
I. Resumen Ejecutivo _____	123
II. Análisis de Mercado _____	123
III. Estrategia de Marketing _____	123
IV. Plan de Ventas _____	123
V. Plan Financiero _____	124
VI. Recursos Humanos _____	124
VII. Plan de Acción _____	124
VIII. Conclusiones _____	124



14. Caso práctico de cómo estructurar un plan de negocios inmobiliario para una promotora inmobiliaria con 5 empleados y un presupuesto de 300.000 euros.	125
I. Resumen Ejecutivo	125
II. Análisis de Mercado	125
III. Estrategia de Marketing	125
IV. Plan de Ventas	125
V. Plan Financiero	126
VI. Recursos Humanos	126
VII. Conclusiones	126

15. Caso práctico de la formulación del plan de inversión planificado y costes relacionados de una promotora-constructora que quiere promover vivienda protegida en promociones de 50 viviendas y cuenta con un presupuesto de 600.000 euros.	127
a. Objeto y contenido	127
b. Contenido y forma del plan de inversiones	127
c. Descripción y calendario de realización de las inversiones	127
d. Cuantificación monetaria de las inversiones	127
e. Plan de previsión financiera	128
f. Determinación del valor de la producción	128
g. Determinación de los costes variables de producción	128
h. Determinación de los costes fijos de producción	128

PARTE SEGUNDA **129**

Modelos de plan de negocios inmobiliario	129
---	------------

Capítulo 6. Modelos de plan de negocios inmobiliario **129**

1. Modelo básico de plan de negocios	129
a. Descripción legal y económica de la empresa.	129
b. Esta empresa tiene futuro.	130
c. Producto o actividad que se planifica.	131
d. Equipo de gestión	131
e. Mercado y competencia	132
f. Marketing y ventas	132
g. Sistema de negocio y organización.	133
h. Plan de implementación	133
i. Análisis de riesgos.	134
j. Planificación financiera y rentabilidad.	134

2. Modelo básico para redacción de un plan de negocios de un agente/agencia inmobiliaria.	136
a. Resumen ejecutivo	136
b. Idea de negocio	136
c. Perfil del agente inmobiliario/fundador	136
d. Mercado y competidores	136
e. Escribir una descripción comercial detallada del proyecto inmobiliario	136
f. Análisis de mercado	137
g. Realizar un análisis DAFO	137
h. Objetivo SMART	138
i. Identificar el nicho de mercado	138
j. Plan de Implementación	139
k. Seguimiento y evaluación	139
l. Gestión de riesgos	139
m. Plan Financiero	139
n. Crear un plan de desarrollo personal	140
ñ. Escribir un resumen ejecutivo	140

3. Modelo de plan de negocios de una promotora inmobiliaria	142
a. Aspectos preliminares.	142
Decidir el tipo de inmuebles a promover.	142



Llevar a cabo una investigación del mercado inmobiliario	142
Garantizar la financiación necesaria	142
Familiarizarse con los problemas urbanísticos	142
Contratar buenos contratistas y comerciales	143
b. Resumen ejecutivo	143
c. Plan estratégico	144
1) Análisis Externo	144
Demanda	145
Clientes	145
Proveedores	145
Competidores	146
2) Análisis Interno	146
Análisis DAFO	147
Plan de marketing	148
d. Plan de operaciones	150
e. Plan de organización y recursos humanos	151
Plan de tecnologías de la información	152
Plan económico financiero	152
a) Plan Económico	152
b) Plan Financiero: Balance Previsional	153
c) Plan de Tesorería	154
d) Análisis Económico	154
e) Análisis Financiero	154
f) Valoración de resultados	155
f. Estructura legal de la empresa	155
g. Calendario de ejecución	155
4. Modelo de plan de negocios de una promotora inmobiliaria.	156
a. Parámetros de un plan de negocios inmobiliario.	156
Cartera de activos inmobiliarios.	156
Nuevos proyectos y promociones inmobiliarias.	156
Entrega de promociones inmobiliarias (residencial, industrial, comercial, etc.)	156
Financiación inmobiliaria. Captación de fondos.	156
b. Situación del mercado inmobiliario de la zona de inversión. Gestión integral de todo el ciclo inmobiliario.	156
Facturación prevista	157
Entrega viviendas prevista	157
c. Principales hipótesis e hitos de un plan de negocio inmobiliario.	157
Detalle plan de negocio.	157
Inversiones en suelo	157
Facturación	157
Entrega de viviendas	157
Venta de viviendas	157
Margen de explotación	157
Resultado después de impuestos	157
Cash flow operativo	157
Reparto dividendos	157
Cash flow compañía	157
Return on equity (ROE)	157
Ratio deuda financiera neta/activos	157
Deuda financiera neta	157
5. Modelo de plan de negocios de un inversor inmobiliario.	158
a. Objeto del proyecto	158
b. Estudio de mercado	158
c. Perfil del inversor inmobiliario	158
d. Los activos del Inversor/promotor inmobiliario	158
e. Argumento financiero del proyecto	159
Modelo económico	159



Plan de financiación _____	159
Cuentas proyectadas _____	159
Anticipación de factores de riesgo _____	159
f. Utilización del Plan de Negocio Inmobiliario para la inversión en alquiler _____	159
g. Cálculo de la rentabilidad para un alquiler anual _____	160
h. Cálculo de la rentabilidad del alquiler para un alquiler hotelera o de temporada _____	160





¿QUÉ APRENDERÁ?



Con la GUÍA PRÁCTICA PLAN DE NEGOCIOS INMOBILIARIO, aprenderás cómo estructurar un Plan de Negocios inmobiliario / Real Estate Business Plan de manera efectiva, incluyendo cómo hacer un análisis del entorno y un benchmarking.

Además, se explicará el proceso completo de elaboración de un plan de negocios inmobiliario, desde la definición de objetivos hasta la implementación y el seguimiento del plan.

También se presentarán varios modelos de plan de negocios inmobiliario para que puedas adaptarlos a tus necesidades específicas.

En resumen, aprenderás cómo diseñar un plan de negocios inmobiliario exitoso y efectivo.

Introducción



Cuando vaya al banco a pedir un préstamo para financiar su proyecto inmobiliario o su constructora, lo primero que le van a pedir es que explique qué piensa hacer, de qué se trata, cuánto costará, qué capital tendrá, cuánta financiación necesitará, cómo lo comercializará y cuál será el resultado, básicamente, cuál es la proyección de ganancias.

Por eso es mejor que vaya con los deberes hechos y les presente su Plan de Negocios /Business Plan.

Escribir su plan de negocios de desarrollo inmobiliario es una parte esencial de la creación de una empresa y constituirá la base de su empresa. Un plan de negocios es el documento que establece su estrategia completa.

Al escribir el plan de negocios de desarrollo de la propiedad inmobiliaria, pasará por el proceso de analizar toda su estrategia y tendrá que pensar en todo el proceso de desarrollo.

El plan de negocios también actuará como un escaparate para su empresa.

¿Necesito un plan de negocios?

Toda inmobiliaria o constructora necesita un plan de negocios como una hoja de ruta para explicar a dónde va y cómo planea llegar allí.

Un plan de negocios profesional transmitirá la confianza de que usted sabe lo que está haciendo y de que ha reflexionado sobre los temas clave relacionados con el negocio.

El contenido de su plan de negocios de desarrollo de propiedades será específico para su empresa y circunstancias, sin embargo, hay temas comunes que deben incluirse.



Dirigir un negocio inmobiliario requiere un plan de negocios de bienes inmuebles con sus objetivos, estrategias y acciones que conduzcan al éxito financiero.



¿Cuándo es el momento adecuado para escribir un plan de negocios?



Al comenzar un negocio inmobiliario puede parecer que no se tiene suficiente tiempo para escribir un plan comercial sólido. Sin embargo, debe tener un plan de negocios para cuando comience a buscar fondos porque muchos bancos e instituciones financieras lo requieren.

Imaginemos un plan de negocios para una promotora inmobiliaria que se quiere estrenar con un proyecto residencial.

- **Necesitará el proyecto de obra para calcular lo que puede construir en su solar. Necesitará un arquitecto para desarrollar un plan conceptual que ayudará al constructor a darle una estimación sobre los costes de construcción.**
- **Necesitará el análisis financiero. Estos son sus ingresos y gastos para la promoción inmobiliaria y cuánto tiempo llevará construir y vender. Debe calcular los costes de terrenos y compras / costes de préstamos e intereses / costes de construcción, incluido todo el coste profesional como arquitectos.**
- **Necesitará un análisis de mercado. Esta es su investigación de mercado sobre el producto inmobiliario terminado para justificar la venta final de lo que está promoviendo.**
- **Necesitará un programa de construcción y presupuesto. Es decir, quién es el constructor y cuál será su contrato de construcción y cuál es su coste, es una suma fija o habrá un coste adicional.**
- **Necesitará un informe de gestión de quiénes son sus contratistas, cuánto tiempo cree que se desarrollará el desarrollo y cuál será el plan de marketing para vender el producto final.**

Es la guía práctica inmoley.com del Plan de Negocios inmobiliario (Business Plan) se analizan estas cuestiones desde la perspectiva práctica y profesional del sector inmobiliario y de la construcción.

PRELIMINAR

El Plan de negocios inmobiliario (Real estate Business Plan) en 14 preguntas y respuestas.



1. *¿Qué es un Plan de negocios inmobiliario?*

a. Definición de Plan de negocios inmobiliario