



CURSO/GUÍA PRÁCTICA DIRECCIÓN DE EMPRESAS INMOBILIARIAS.

Experto en Gestión de Empresas Inmobiliarias.





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?

PARTE PRIMERA

Dirección y Gestión de Empresas Inmobiliarias.

Capítulo 1. El mercado de la empresa inmobiliaria

- 1. Análisis estratégico de la situación del sector inmobiliario en el entorno nacional y global.**
 - a. Cambios en las estructuras socio-demográficas.
 - b. Cambios en los hábitos de consumo.
- 2. La demanda en el sector inmobiliario.**

CHECK-LIST

Defina la gestión estratégica de las empresas inmobiliarias. Desde los modelos tradicionales a los modelos diversificados y complejos. Oportunidades de inversión y diversificación de las empresas inmobiliarias: apertura internacional, nuevos modelos de negocios y nuevas tecnologías de gestión.

Capítulo 2. Gestión estratégica de las empresas inmobiliarias.

- 1. ¿Dónde está nuestra empresa inmobiliaria y a dónde queremos llevarla?**
- 2. ¿Cómo conducir a nuestra empresa inmobiliaria hacia su mejor futuro?**
- 3. Dirección por objetivos**
- 4. La casi imposible planificación en el sector inmobiliario.**

CHECK-LIST

Desarrolle el sistema más adecuado de gestión integral de empresas inmobiliarias. Dirección integral, elaboración de los planes de negocio y planes estratégicos en las empresas inmobiliarias.

Capítulo 3. Organización departamental de una empresa inmobiliaria.

- 1. La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.**
- 2. Organigrama de una promotora**
- 3. Una promotora inmobiliaria: muchas empresas dentro de una sola.**

Capítulo 4. Análisis de inversión y proyectos inmobiliarios. Desarrollo de proyectos.

- 1. ¿Qué promoción inmobiliaria quiero hacer, pisos, oficinas, naves, etc?**
- 2. Planificar: anticiparse al futuro.**
- 3. ¿Qué se entiende por control de gestión?**
- 4. El control de gestión a través del presupuesto.**
- 5. El control del "cash-flow".**

CHECK-LIST

Un promotor intuitivo compra un suelo directo barato bien localizado y gana dinero con independencia del arquitecto, constructor, etc., pero ¿ha ganado todo el que podía?, ¿ha vendido bien?

Desarrollo práctico de la ejecución del proyecto y gestión integrada. Desde la compra del suelo hasta la postventa, pasando por todas las fases de la promoción (compra, diseño, licitación, adjudicación, planning, marketing, ventas, escrituras y postventa), aprendiendo a realizar un estudio de viabilidad del mismo.



TALLER DE TRABAJO

Todo el papeleo. Desde la compra del solar a la conclusión del edificio.

Capítulo 5. Inmobiliaria patrimonialista.

1. Calidad del patrimonio en explotación (renovación patrimonial).
2. Labor inversora. Identificar potenciales oportunidades de compra.
3. Perfil del arrendatario y Calendario de vencimiento y revisión de contratos de alquiler.
 - a. Base de clientes se encuentra diversificada
 - b. Vencimientos arrendaticios equilibrados.
4. Reestructuración del patrimonio de la Sociedad mediante la venta de sus activos no estratégicos.
5. Estrategia de crecimiento y especialización.

TALLER DE TRABAJO

Medidas anticíclicas de prevención del riesgo inmobiliario.

TALLER DE TRABAJO.

Proceso de reestructuración de su patrimonio con el objeto de incrementar los niveles de rentabilidad

TALLER DE TRABAJO

Criterios de rentabilidad.

TALLER DE TRABAJO

Compras. Política de adquisiciones y crecimiento.

TALLER DE TRABAJO

Diferencias contables entre inmobiliarias patrimonialistas (contabilizan sus activos inmobiliarios en partidas dentro del inmovilizado) y promotoras inmobiliarias contabilizan el suelo y las viviendas como existencias dentro del activo circulante

TALLER DE TRABAJO

El negocio PATRIMONIALISTA de una inmobiliaria.

TALLER DE TRABAJO

Ejemplo real de gran inmobiliaria patrimonialista de referencia internacional en el proceso de adquisición selectiva de activos de alta rentabilidad en zonas prime.

Capítulo 6. Organigrama de una inmobiliaria patrimonialista. División de Patrimonio. Gestión y administración de activos.

1. Departamento de Gestión de Inmuebles
2. Departamento de gestión de promociones inmobiliarias.
 - a. Procedimientos generales
 - a. Definición del producto
 - b. Desarrollo del Proyecto
 - c. Desarrollo de la obra por el contratista



3. Departamento de gestión de suelo.

- a. Procesos en el desarrollo promocional.
- b. Gestión de suelo.
- c. Desarrollo de cada proyecto. Project management.
- d. Diseño y posterior control y supervisión de cada promoción.

4. Departamento de planificación y control y relaciones con los inversores.

5. Departamento financiero.

- a. Operativa Financiera
- b. Gastos de una inmobiliaria patrimonialista.

6. Departamento de Administración de Inmuebles.

7. Departamento de conservación de inmuebles.

Política de mantenimiento y conservación.

8. Departamento comercial y de marketing

Comercialización del patrimonio en alquiler o destinado a la venta.

Venta de Activos

- a. Política de venta
- b. Fijación de precios
- c. Precios y campaña publicitaria
- d. Oficina de venta
- e. Gestión post-venta
- g. Factores de oferta

TALLER DE TRABAJO

La gestión técnica del patrimonio en una inmobiliaria patrimonialista.

Director patrimonio.
Departamento Técnico.
Gerente de Inmuebles.
Gestor Técnico Externo (Facilities Management FM).
Empresa de Servicios de Mantenimiento
Gestor instalaciones.
Manual de Calidad.
Gestión energética y medioambiental.
Gestor mantenimiento.
Gestor seguridad.
Gestor obra civil-arquitectura.
Responsable administrativo.
Responsable técnico del inmueble.
Inspección técnica.
Libro del edificio.
Estrategia de contratación del mantenimiento preventivo.
Mantenimiento Preventivo.
Calendario de Operaciones de Mantenimiento.
Registro de Incidencias.
Registro de Operaciones.
Manual del usuario (servicios y mantenimiento, descripción del edificio, conserjería y limpieza).
Plan de Mantenimiento.
Plan de emergencia.
Gestión de la seguridad en los inmuebles.
Auditoría técnica estado actual del inmueble.



Validación del plan de mantenimiento preventivo.

CHECK-LIST

Claves del negocio inmobiliario patrimonialista.

Ingresos por rentas, equilibrio de la compañía.

Creación de patrimonio:

- compra
- desarrollo

Tipos de patrimonio:

- centros comerciales
- oficinas
- viviendas
- hoteles
- parques logísticos / industrial
- (otros)

Rentabilidad. Muy sensible a las variables.

Financiación. Operaciones con mucho apalancamiento.

Gestión del patrimonio:

- personal propio o externalización.
- estructura de ingresos y gastos.
- rentabilidad.
- personalización y adaptación a las especiales características de cada inmueble.
- gestión del activo (técnica y administrativa): conservación, contratación de suministros y servicios; contratos de mantenimiento; gestión de comunidades de propietarios; gestión del cobro y facturación, etc.
- comercialización; contratos de arrendamiento, estudios de mercado y propuestas de actualización de rentas, mantenimiento y gestión-resolución de incidencias; etc.
- rotación de activos.

Capítulo 7. Política de contención del riesgo.

- 1. Suelo de calidad por su ubicación y proceso urbanístico y contrataciones de obra.**
- 2. Compra de suelo selectiva.**
- 3. Contratación de obra.**
- 4. Política de diferenciación de producto y marca**

PARTE SEGUNDA.

La sustancia del negocio inmobiliario: Gestión, Planificación y Control de Obras.

Capítulo 8. Fases de control de un Dpto. técnico.

- 1. Desde las certificaciones de obra a la post-venta.**
- 2. Esquemas del desarrollo de los planes operativos.**

TALLER DE TRABAJO.

Gestión de obra

- 1. El encargo del promotor.**
- 2. La empresa constructora y su organización.**
- 3. El proyecto de organización**
 - a. Memoria



- b. Planos
- c. Pliego de condiciones
- d. Presupuesto

4. Fases preliminares.

5. Elaboración de un plan de organización interior.

- Plan de organización interna de la obra.
- La dirección de obra la encargada de realizarlo.
- Método organizativo de la obra.
- Orden del plan. Elementos esenciales del inicio de obra.
- Símbolos señalando las instalaciones del plano de implantación.
- Localización de medios auxiliares de la obra.
- Plan de avance diario de la obra.
- Fijar el ciclo de trabajo por grupos de trabajo.

Capítulo 9. La gestión del proyecto y las relaciones con los arquitectos y técnicos.

1. Preestudio del arquitecto.

- Plan de contrataciones de empresas que realizan la ejecución material de la obra.
- Plan de compras para el proceso de ejecución de la obra.
- Plan de ejecución material de las obras (departamento técnico de contrataciones de obra y compras).
- Plan de ejecución de actividades de la obra con tiempos estimados.

2. El encargo del proyecto al arquitecto: precauciones para evitar sorpresas.

- a. ¿Qué es el proyecto?
- b. Claridad en la edificabilidad o aprovechamiento posible.
- c. Características de los inmuebles a proyectar.
- d. Calidades

3. Los honorarios del arquitecto.

4. La dirección de obra

5. Los costes de referencia de la construcción.

TALLER DE TRABAJO

Esquema de funciones de departamento técnico de ejecución material.

1. Compras y contrataciones del departamento técnico de ejecución material.
2. Plan de ejecución de obra de las partidas contratadas.
3. Planificación de los trabajos o servicios por cantidades y tiempos.

Capítulo 10. El Project management.

1. ¿Qué es el “project management”? la coordinación y el control del proceso constructivo.
2. Y ahora se llama así la “GESTIÓN DE PROYECTOS” o dirección integral de proyectos.
3. El promotor encarga la supervisión, dirección y coordinación de un proyecto en su conjunto a un experto “project manager”.
4. ¿Qué tiene que hacer el Project manager?

TALLER DE TRABAJO

Ventajas del management como fórmula de gestión de obra. Objetivo: 0 defectos.



CASO PRÁCTICO

TALLER DE TRABAJO.

Los objetivos del project management: homogenizar, reducir costes, plazos y “calidad”.

PARTE TERCERA.

El futuro del negocio inmobiliario: Viabilidad y financiación de empresas inmobiliarias.

Capítulo 11. Análisis de viabilidad económica.

- 1. La condición de viabilidad económica. Valor residual suelo = Ingresos Venta solares - Cargas de Urbanización**
- 2. Costes de la producción de solares edificables.**
- 3. Ingresos de la producción de solares edificables.**

Capítulo 12. Análisis de viabilidad: el método dinámico.

1. Introducción.

¿Qué es y para qué sirve el método dinámico?

2. Aspectos financieros.

¿Qué se entiende por un "Capital"?

El interés o coste de oportunidad para el promotor inmobiliario.

La prima de riesgo de la inversión inmobiliaria.

La inflación.

Capitalizar y descuento.

Los flujos de Caja (Cash-flow).

Los proyectos de inversión en relación al flujo de caja del proyecto inmobiliario.

TALLER DE TRABAJO

Métodos dinámicos de cálculo de la rentabilidad de los proyectos de inversión inmobiliaria: el método del valor actual neto y la tasa interna de retorno.

1. Método del Valor Actual Neto (VAN).

Caso práctico.

Cálculo del VAN de un proyecto inmobiliario.

Caso práctico.

¿Cuándo será rentable un proyecto de inversión inmobiliaria según la metodología del VAN?

2. Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Caso práctico.

Cálculo de la TIR.

Caso práctico.

¿Cuándo es viable un proyecto inmobiliario atendiendo a los resultados de la TIR?

3. Análisis de viabilidad económica de un proyecto inmobiliario: método dinámico.

Caso práctico.

TALLER DE TRABAJO

Ejemplo de caso real. Estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria y Estudio económico financiero de una promoción inmobiliaria.

1. Estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria.



Datos generales.
Solar.
Construcción.
Precio de venta.
Calendario general de la promoción y cuadro de ventas.
Fiscalidad.

2. Desarrollo completo de Estudio económico financiero de una promoción inmobiliaria.

Datos generales.

Solar (características del solar, datos urbanísticos, datos de operación de compra del solar).

Edificabilidad (edificabilidad del proyecto, construcción, precio de venta, plan y calendario de promoción y ventas).

Financiación (financiación hipotecaria, modalidad de disposición hipotecaria, datos financieros).

Costes e ingresos por etapas de la promoción (flujos de caja y plan de etapas de la promoción).

Medidas correctoras y préstamo puente.

Resumen del estudio de viabilidad (resumen económico, análisis y parámetros de viabilidad).

TALLER DE TRABAJO

Caso práctico desarrollado. Estudio de viabilidad una promoción inmobiliaria de viviendas.

Análisis del mercado inmobiliario.
Viabilidad de este proyecto.
Estudio del mercado inmobiliario de municipio y Comunidad Autónoma.
Plan de actuación (Escritura el solar, inicio proyecto básico, proyecto de ejecución, comienzo de obra, plazo de ejecución).
Gastos (licencias, honorarios, etc)
Ingresos.
Repercusión suelo /ventas
Repercusión suelo/m2 edif.sobre rasante
Rentabilidad a partir del cash-flow
Reflejo contable de estimación optimista/pesimista.
Análisis de sensibilidad.
Riesgos.

TALLER DE TRABAJO

Caso práctico resuelto. Modelo de estudio de viabilidad para compra de SUELO urbanizable realizado con un programa informático.

Características del Suelo Residencial.
Cesiones obligatorias de suelo.
Datos del sector. Superficie Bruta del Sector.
Sistemas Generales adscritos.
Dotacional privado sin edificabilidad.
Aprovechamiento tipo.
Edificabilidad bruta en Residencial/Terciario o Industrial.
Número máximo de Viviendas y su uso característico.
Forma de adquisición.
Edificabilidad.



Coefficiente de Canje.
Coste Imputable.
Ingresos por ventas.
Gastos de adquisición del suelo (planeamiento de desarrollo técnico, modificación PGOU, plan parcial, estudio de detalle, proyecto de compensación, obras de urbanización, proyecto de urbanización de arquitecto).
Gastos por acometidas e impuestos.
Gastos por impuestos, notariales y registrales.
Resultado económico de ventas e ingresos (total costes de explotación, margen bruto explotación, gastos de comercialización, beneficio antes de intereses e impuestos, gastos financieros, beneficio antes de impuestos).
Edificabilidad resultante. Ventas y transferencia interna
Asignación de usos, edificabilidad y parcela neta.
Obtención de aprovechamientos: imputación de precios y su valoración.
Condiciones generales de adquisición del suelo.
Condiciones de urbanización del sector.

TALLER DE TRABAJO

Caso práctico resuelto. Modelo de estudio de viabilidad de una promoción inmobiliaria realizado con un programa informático.

Desglose de costes
Flujo de caja
Cuadros de ventas
Plan de Etapas
Cuadros de Aportaciones y Pagos Iniciales
Cuadro de Riesgos.
Balance de cada Ejercicio.
Edificabilidad. Viviendas.
Presupuesto de gastos (adquisición solar, impuestos, notaría y registros, levantamiento topográfico, estudio geotécnico, urbanización interior, acometidas, arquitectos -proyecto Básico - proyecto de dirección de -liquidación y Recepción -, licencias, obra nueva y división horizontal, préstamos, gastos financieros, gastos de comercialización, etc.).
Resultado económico (ventas, costes de explotación, margen bruto de explotación, gastos Financieros, beneficio antes de Impuestos (BAI), Beneficios/Coste Explotación, Beneficios/Coste Total, Repercusión Suelo/Ventas, Repercusión suelo/M2 Edificado s/rasante, etc.).
Resumen económico-financiero de la promoción inmobiliaria.
Estructura de ventas.
Acciones correctoras.

Capítulo 13. Contabilidad aplicada a la financiación de empresas inmobiliarias.

1. El balance la herramienta fundamental de la estructura financiera y económica de una promotora inmobiliaria.

El activo
El pasivo

2. Fondo de maniobra para hacer frente a los pagos a corto plazo.

3. Cash Flow (flujo de ingresos y gastos que se han generado durante el ejercicio).

4. Solvencia financiera entre los activos y los pasivos de su ciclo de explotación inmobiliaria.

Liquidez
Ratio de tesorería
Solvencia
Garantía
Endeudamiento



Capítulo 14. Financiación interna y externa de las empresas inmobiliarias.

- 1. Financiación interna de empresas inmobiliarias. Autofinanciación.**
Caso práctico.
- 2. Financiación externa de empresas inmobiliarias.**
- 3. Financiación a través de la ampliación de capital o derechos de suscripción.**
- 4. Financiación a través de la emisión de obligaciones.**
- 5. Financiación a corto plazo. Créditos.**
Caso práctico.
- 6. Factoring.**
- 7. Leasing.**

Capítulo 15. La financiación inmobiliaria

- 1. Las soluciones financieras de siempre.**
- 2. Las nuevas soluciones a la financiación inmobiliaria.**
- 3. El project finance**
- 4. La póliza de crédito**
- 5. Titulización de activos**
- 6. Créditos sindicados**
- 7. Títulos de deuda y participación**
- 8. Leasing o arrendamiento financiero**
- 9. Lease-back. Sale & lease-back.**
- 10. Fondos de inversión inmobiliaria**
- 11. Las sociedades de inversión inmobiliaria.**
- 12. Renting, factoring y confirming**

Capítulo 16. La selección de proyectos inmobiliarios en función de la financiación del promotor.

Capítulo 17. “Project finance” y métodos de financiación de proyectos inmobiliarios.

- 1. Concepto. ¿Qué es un Project Finance?**
 - a. Definiciones.
 - b. Cuándo es factible y por qué surge.
- 2. Características.**
- 3. Clases de “Project finance”.**
 - a. En base a los tipos de financiación.
 - b. En base a naturaleza
 - c. En base a forma.
 - d. En base a objeto.
 - e. En base a tipo de tramos.
- 4. Ventajas e inconvenientes.**



5. Partes intervinientes.

TALLER DE TRABAJO.

Los protagonistas de un project finance.

1. Los "sponsors" o promotores y los accionistas
2. Socios industriales y tecnológicos
3. Socios financieros
4. Proveedores y suministradores
5. Administraciones públicas
6. Otros socios interesados-clientes
7. La sociedad vehículo del proyecto (SVP)
8. Los consultores y asesores externos
9. Asesores legales
10. Asesores técnicos
11. Asesores de medioambiente
12. Las compañías aseguradoras
13. Las instituciones financieras

Capítulo 18. Objetivos de la financiación. Precauciones y garantías.

PARTE CUARTA

Lo que marca la diferencia: la comercialización de las promociones inmobiliarias.

Capítulo 19. Gestión comercial en el sector inmobiliario

1. Dirección de marketing o comercial de una promotora inmobiliaria.
2. Planificación del producto inmobiliario.
 - a. Estrategia de productos inmobiliarios a promover.
 - b. Publicidad inmobiliaria. Marketing inmobiliario.
 - c. Dirección del equipo de ventas y agentes inmobiliarios.
 - d. Política de precios.
 - e. Estudios de mercado inmobiliario. Investigación comercial.
3. Organización de la dirección comercial inmobiliaria.
 - a. Estudios de mercado inmobiliarios.
 - b. Control de ventas inmobiliarias.

TALLER DE TRABAJO

¿Cómo diseñar un producto inmobiliario?

1. Perspectiva comercial del producto inmobiliario.
2. Producto que encaje en la demanda inmobiliaria.
3. Diseño del producto inmobiliario.
4. Análisis de la competencia inmobiliaria.

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



5. Análisis realista de la capacidad de la promotora inmobiliaria para un producto inmobiliario.

6. Estimación del coste de marketing de un producto inmobiliario.

TALLER DE TRABAJO

La perspectiva comercial en la selección de suelo para promociones inmobiliarias.

1. Búsqueda y selección de suelo para una promoción inmobiliaria.

2. Determinar el tipo de suelo a adquirir.

- Detalle del tipo de suelo de interés.
- Información urbanística e inmobiliaria requerida.
- Plan de negociación con presencia de la propiedad.

3. Estudio preliminar de rentabilidad.

TALLER DE TRABAJO

La perspectiva comercial en la concepción del producto inmobiliario.

1. ¿Cuáles son los factores de aprecio del producto inmobiliario?

- Cualidades funcionales.
- Relación precio/calidad.
- Aprovechamiento de superficie y distribución.
- Diseño exterior del inmueble. Fachadas.
- Diseño interior del inmueble. Acabados.
- Nombre de la promoción.
- Reputación y marca de la promotora inmobiliaria.

2. Diseño y concepción del producto.

- Fidelidad al estilo de la promotora inmobiliaria. Satisfacción de clientes anteriores.
- Comparativa con competencia.
- Tendencias de diseño inmobiliario.

3. Factores comerciales a considerar en la selección de promociones inmobiliarias.

- Suelo. Zona y entorno.
- Rentabilidad.
- Mercado de zona. Demanda.
- Concepción general del encaje de la promoción inmobiliaria en la zona.

TALLER DE TRABAJO

Marketing mix inmobiliario.

- Política de productos.
- Política de precios.
- Política de fuerzas de venta.
- Política de publicidad, promoción y relaciones públicas.

Capítulo 20. Información antes de promover.

1. Técnicas de posicionamiento en zona en desarrollo.

2. Estudios de la demanda.

2. Innovar para vender más.

TALLER DE TRABAJO.

Descubrir la demanda por completo.

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



Capítulo 21. Investigación del mercado inmobiliario.

1. Introducción: Una nueva actividad.

- a. El porcentaje de intención de compra de la vivienda familiar.
- b. La falta de adecuación de la oferta a las necesidades y posibilidades de esta demanda.

2. Los sistemas de información en el mercado inmobiliario

- a. Información e investigación del mercado inmobiliario.
- b. Datos fiables y objetivos.
- c. Fuentes internas y externas de investigación del mercado inmobiliario.

3. La identificación de segmentos y la selección de públicos objetivos.

- a. La estrategia comercial como fruto del estudio de marketing inmobiliario.
- b. Siempre a corto y medio plazo en el mercado inmobiliario.
- c. Estadística de la demanda inmobiliaria más análisis cualitativo de resultados.
- d. La elección del solar clave en el estudio de marketing inmobiliario.

4. Estudio de la oferta inmobiliaria.

- a. El estudio del mercado inmobiliario y el análisis de la competencia.
- b. Clarificar la información que se necesita: tipología, plazo de entrega, precio, etc.
- c. Estudio de la competencia. Simulación de compras y comparativas.
 - 1. Superficie del producto inmobiliario.
 - 2. Ritmo de ventas de la competencia.
 - 3. Fechas de entrega.

5. Previsión de la demanda en el mercado inmobiliario

- a. Conocer la demanda inmobiliaria.
- b. El "universo" o muestra representativa.

6. Clases de encuestas. El muestreo.

- a. Encuesta online y postal.
- b. Encuesta telefónica
- c. Encuesta personal.
- d. El tamaño de la muestra.
- e. El cuestionario.

7. Las listas de espera como fuente de información de la demanda inmobiliaria real.

8. Resultados de marketing

- a. Información del grado de cumplimiento de los objetivos durante la comercialización.
- b. Descubrir los puntos fuertes de la promoción inmobiliaria para resaltarlos.
- d. Valoración de la estrategia de comunicación.
- e. Estudio de las fichas cliente elaboradas por los vendedores.
- f. Control resumen de todas las visitas del mes.

9. Anticiparse a los movimientos cíclicos del mercado.

- a. Análisis del mercado de los consumidores. Comportamiento del comprador.
- b. Edad y nivel económico.
- c. Ciclos económicos.

Capítulo 22. Demanda inmobiliaria.

A. Clases de demanda en función de la necesidad.

1. Primera demanda.

2. Demanda familiar.



3. Demanda de tercera edad.

4. Residencial.

B. Clases de demanda según el colectivo.

1. Familiar.

2. Demanda unipersonal.

3. Segunda residencia.

4. Tercera edad.

5. Inversores.

TALLER DE TRABAJO.

La promoción inmobiliaria como una respuesta a la demanda.

1. Como enfocar la oferta a la demanda

2. Factores diferenciadores de la demanda inmobiliaria: una decisión de grupo familiar.

3. Prever el tipo de comprador que se interesará en nuestro producto.

TALLER DE TRABAJO.

Investigación y estudios de mercado inmobiliario.

1. Estudios de mercado de oferta y demanda, cualitativos y cuantitativos.

2. Categorías de estudios de mercado inmobiliarios.

- a. Investigación de productos y servicios
- b. Investigación del mercado
- c. Investigación de las ventas
- d. Investigación de la publicidad.

3. Fases de la investigación del mercado inmobiliario.

- a. Definición precisa del problema inmobiliario a investigar.
- b. Desarrollar el mejor procedimiento para obtener la información inmobiliaria.
- c. Localizar la información inmobiliaria que necesitamos.
- d. Precisar las técnicas de recogida de información inmobiliaria.
- e. La interpretación de los datos inmobiliarios obtenidos.
- f. Resumen e informe con los resultados inmobiliarios. Informe para la dirección. Informe técnico. Informe sobre datos obtenidos. Informe persuasivo.

4. Partes del informe del mercado inmobiliario.

- El informe técnico.
- El informe persuasivo para el gran público.

TALLER DE TRABAJO.

Técnicas de programación y previsión de ventas inmobiliarias.

1. Previsiones de ventas inmobiliarias.

- Estudio de las ventas anteriores de productos inmobiliarios similares.
- Estudio de los indicadores generales de la actividad económica.
- Estudio del mercado potencial. (Estudio de demanda).
- Estudio de la oferta actual en la zona sobre la que vamos a incidir.
- Estudio de la situación general de las ventas de la competencia.



2. Indicadores de política comercial inmobiliaria.

- a. Población
- b. Capacidad económica.

PARTE QUINTA

La clave del negocio: poca gente y grandes números.

Capítulo 23. Organización y recursos humanos del negocio inmobiliario.

1. Dirección y política de personal.
2. ¿Cómo motivar?
3. Gestión de personal. ¿Jefe o supervisor?
4. La selección de personal en una inmobiliaria. Las claves de una entrevista laboral acertada.

TALLER DE TRABAJO

Las claves de una entrevista de trabajo en una empresa inmobiliaria.

TALLER DE TRABAJO.

Estudio de remuneración de personal de inmobiliarias y constructoras.

1. Project Management

Cost Manager
Quantity Surveyor
Site Manager
Construction Manager
Project Manager
Responsable de Due Diligence

2. Promotora inmobiliaria.

Director General de Promotora
Director Técnico
Gerente / Director de Promociones
Técnico de Promociones
Arquitecto Urbanista
Captador / Analista de Suelo
Director de Expansión
Jefe de Ventas
Director Comercial de Promotora

3 Arquitectura

Arquitecto Senior de Proyectos

4. Constructora

Jefe de Obra
Jefe de Grupo
Director de Producción
Director de Construcción
Director de Contratación
Delegado
Director General
Director Técnico
Jefe Departamento de Estudios



Técnico de Estudios

5 Consultoría Inmobiliaria

Consultor Inmobiliario
Director de Departamento
Analista de Inversiones
Director de Inversiones

6. Ingeniería

Ingeniero de Proyectos
Jefe de Proyectos
Director de Departamento
Delegado de Zona

Capítulo 24. Prevención de Riesgos Laborales en la Construcción

- 1. Actuaciones del empresario en materia de prevención de riesgos laborales.**
- 2. Planificación y ejecución de la actividad preventiva.**
- 3. Ejecución de la actividad preventiva**
- 4. Organización de recursos para las actividades preventivas**
- 5. Servicios de prevención propios**
- 6. Presencia en el centro de trabajo de los recursos preventivos**
- 7. Auditorias o evaluaciones externas de los sistemas de prevención de las empresas.**
- 8. Actuaciones de los trabajadores en la prevención de riesgos laborales.**
- 9. Actuaciones de los fabricantes, importadores y suministradores en materia de prevención de riesgos laborales**

PARTE SEXTA.

Formularios.

- 1. Modelo de contrato de compra de suelo.***
- 2. Modelo de contrato de compraventa de solar***
 - Modelo 1**
 - Modelo 2**
- 3. Modelo de Contrato de compraventa de solar con especificación de edificabilidad.***
- 4. Modelo de Contrato privado de opción de compra***
- 5. Modelo de contrato de cesión de participación indivisa de solar y derecho de vuelo.***
- 6. Modelo de contrato de permuta de solar a cambio de dinero y obra futura.***

¿QUÉ APRENDERÁ?



- **Técnicas de dirección y gestión de empresas inmobiliarias.**
- **Gestión estratégica de las empresas inmobiliarias.**
- **Organización departamental de una empresa inmobiliaria.**
- **Diferencias contables entre inmobiliarias patrimonialistas y promotoras inmobiliarias.**
- **La gestión técnica del patrimonio en una inmobiliaria patrimonialista.**
- **Análisis de viabilidad económica.**
- **Contabilidad aplicada a la financiación de empresas inmobiliarias.**
- **Financiación interna y externa de las empresas inmobiliarias. Las nuevas soluciones a la financiación inmobiliaria.**
- **Gestión comercial en el sector inmobiliario.**
- **Investigación del mercado inmobiliario.**
- **Organización y recursos humanos del negocio inmobiliario.**

PARTE PRIMERA

Dirección y Gestión de Empresas Inmobiliarias.

Capítulo 1. El mercado de la empresa inmobiliaria



1. Análisis estratégico de la situación del sector inmobiliario en el entorno nacional y global.