

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL PROYECTO INMOBILIARIO

CURRÍCULO DEL PROMOTOR/A

- Datos personales: Nombre, domicilio, fecha de nacimiento, teléfono.

FORMACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL

- Estudios, cursos...

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- Empresas en la que ha trabajado o trabaja actualmente.

OTROS DATOS DE INTERÉS

- Motivos para montar su negocio.
- Determinación de puntos débiles y fuertes.
- Experiencia previa y conocimientos relacionados con la idea.
- Relación entre los puntos fuertes, débiles, experiencia, conocimientos y el proyecto.
- ¿Va a requerir usted formación específica sobre la gestión inmobiliaria?

DATOS DEL PROYECTO

Nombre de la empresa: _____

- ¿Cómo surgió la idea?
- Localización y características de la zona donde desea implantar su oficina inmobiliaria.
- Objetivos y metas a lograr.
- Cuales son a su juicio las principales dificultades que tiene.
- ¿Y cuales son las principales ventajas?

2. EL PRODUCTO Y/O SERVICIO

- Cuales son los productos y/o servicios que configuran su oferta.
- Necesidades que cubre.
- Diferencia con otros productos y/o servicios de la competencia en su zona de acción.

3. EL MERCADO OBJETIVO

DESCRIPCION DEL MERCADO.

- Principales rasgos: tamaño, evolución, previsión de crecimiento.
- Tipos de contratación de trabajadores y con otras empresas.

LA CLIENTELA

- Características del colectivo (edad, sexo, recursos económicos...)
- Motivos que les inducirán a que usted les preste el servicio.

LA COMPETENCIA

- Empresas o agencias inmobiliarias que compiten con el producto y/o servicio. Localización de las empresas competidoras.
- Puntos fuertes de las empresas competidoras (calidad, comercialización, precio, publicidad, innovación ...)
- Puntos débiles de las empresas competidoras (calidad, comercialización, precio, publicidad, innovación ...)

BARRERAS DE ENTRADA

- ¿Requiere de capital ajeno para poner en marcha la empresa? O bien dispone usted de capital propio.
- ¿Existen a priori dificultades en la comercialización del producto o servicio que pretende prestar?

4. EL PLAN DE MARKETING

EL MERCADO.

- Cobertura geográfica. Delimite la zona con toda precisión.
- Forma de comercialización (directa a los clientes, a través de agentes, etc.)
- Existe segmentación y tipo (Grupo de clientes con características homogéneas: edad, sexo, estudios, nivel cultural, religión...)

LA CLIENTELA

- Principales clientes y su concentración.

VENTAS

- Técnicas de venta (equipo propio de vendedores, a través de agentes externos,...).
- Formas de publicidad, promoción o relaciones públicas a utilizar.

OBJETIVOS

- Basándose en lo descrito anteriormente ¿qué pretende con el plan de marketing? : aumentar beneficios, dar contestación a la competencia, aumentar las ventas, lanzar un nuevo producto, dar mas satisfacción a los clientes ...

ESTRATEGIA

- Medios a utilizar para conseguirlo (a través de gestiones personales, de publicidad ...)

MEDIOS

- Forma de hacer llegar el mensaje (prensa, revistas, radio, TV., mailing, buzoneo, publicaciones sectoriales, ferias, Internet...

PRESUPUESTO

- Realizar una estimación del coste del Plan de Marketing, indicando si es posible las partidas y los periodos de tiempo que cubren.

5. DESCRIPCIÓN TÉCNICA

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- ¿Dónde se ubicará la empresa? Motivos de la elección.
- Descripción del local u oficina (distribución, superficie, etc.)
- Equipamiento (muebles, equipos informáticos y ofimáticas,...)
Forma de adquirirlo y precios.

6. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

- Realice un breve esquema de la estructura de la empresa.



- Personal necesario: número, perfil, formación requerida, forma de selección.
- ¿ Que servicios se van a subcontratar: ETT, asesoría externa, limpieza ...)
- Previsión de crecimiento de la plantilla a corto y medio plazo.
- Horarios de apertura y cierre de las actividades empresariales.

7. ESTRUCTURA LEGAL

FORMA JURIDICA

- ¿qué forma jurídica tendrá su empresa? Empresario/a individual, S.L., S.A., S.A.L., Cooperativa...?. Razones que le han inducido a elegir esta forma.
- Describa los trámites iniciales y ante que Organismos.
- Régimen fiscal aplicable.

8. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

PRESUPUESTO DE TESORERIA

- Realice un "PRESUPUESTO DE TESORERÍA" con todas las entradas y salidas de los fondos líquidos. A la vista de los mismos establezca las necesidades de financiación a corto plazo.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

- Realice una "CUENTA PREVISIONAL DE PERDIDAS Y GANANCIAS" y haga un pequeño comentario de la misma.

BALANCE DE SITUACIÓN ABREVIADO.

- Trate de indicar de forma previsional el equilibrio de sus masas patrimoniales para los próximos tres años.

OTROS DATOS DE INTERES

- Determine el Umbral de Rentabilidad, es decir la cifra negocio a partir de la cual empieza usted a ganar dinero, una vez deducido los gastos de explotación.
- Determine lo siguiente: el periodo en que se recupera la inversión, el valor actual neto y la tasa interna de rentabilidad.
- Principales conclusiones a las que ha llegado a través del análisis financiero realizado a su futura empresa.

Madrid, de _____ de 200

Apuntes y comentarios