

# **GRADO EN COMERCIO**

**TRABAJO FIN DE GRADO  
"PLAN DE VIABILIDAD DE UNA INMOBILIARIA"**

**HEREDIA ROMÁN, IRIS MICHELLE**

**FACULTAD DE COMERCIO**

**VALLADOLID, JULIO 2022**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**  
**GRADO EN COMERCIO**

CURSO ACADÉMICO 2021/2022

**TRABAJO FIN DE GRADO**

**“PLAN DE VIABILIDAD DE UNA INMOBILIARIA”**

**Trabajo presentado por: Iris Michelle Heredia Román**

**Tutor: Maria del Amor Cumbreño Barreales**

**FACULTAD DE COMERCIO**

VALLADOLID, JULIO 2022

## ÍNDICE

1. Resumen (Abstract).....	6
1.1. Abstract .....	6
2. Palabras Clave-Keywords .....	6
3. Introducción. ....	7
4. Justificación .....	7
4.1. Antecedentes .....	7
5. Objetivo del proyecto.....	9
6. Promotores .....	9
6.1. Identificación de las personas promotoras .....	9
6.2. Breve historial profesional y académico.....	10
7. Descripción de la actividad: producto o servicio .....	10
7.1. Descripción de las características técnicas .....	10
7.2. Elementos innovadores, caracteres diferenciales respecto a los de la competencia. ....	11
8. Análisis del mercado. ....	13
8.1. Análisis externo-análisis PESTEL.....	13
8.2. Análisis Interno.....	18
8.3. Análisis DAFO.....	20
9. Plan de Marketing .....	21
9.1. Objetivos comerciales. Formas de distribución.....	21
9.1.1. Estrategia de ventas .....	22
9.1.2. Estimación de ventas. Plan de ventas .....	23
9.2. Política de Precios.....	25
9.2.1. Estrategia de precios utilizada .....	25
9.3. Política de cobro a clientes .....	26
9.4. Política de post-venta .....	26
9.5. Distribución .....	27
9.6. Política de comunicación.....	29
9.6.1. Nombre de la empresa .....	29
9.6.2. Imagen corporativa de la empresa .....	30
9.6.3. Comunicación y promoción .....	30
9.6.4. Presupuesto de las acciones de comunicación.....	32
10. Plan de Producción/Prestación de servicios .....	33
10.1. Fases del proceso productivo o prestación de servicios.....	33
10.2. Capacidad productiva de la empresa, coste unitario del producto/servicio...	34

11.	Política de pagos a proveedores, suministradores.....	35
11.1.	Descripción de proveedores .....	35
11.2.	Política de pago .....	36
12.	Ubicación e infraestructuras.....	36
12.1.	Localización y justificación .....	36
12.2.	Instalaciones .....	38
12.3.	Equipamiento e inversiones materiales .....	38
12.3.1.	Mobiliario, herramientas, medios de transporte, equipos informáticos... ..	38
13.	Organización y Recursos Humanos .....	40
13.1.	Sistema de organización, personas necesarias, funciones y responsabilidades.....	40
13.1.1.	Organigrama .....	40
13.1.2.	Personas que participan en la empresa y sus funciones .....	41
13.2.	Sistema de selección y forma de contratación .....	43
14.	Política de remuneraciones.....	44
15.	Aspectos Formales- Legislación a tener en cuenta.....	45
15.1.	Forma jurídica .....	45
15.2.	Trámites de constitución de la empresa .....	47
15.3.	Normas y disposiciones legales.....	48
16.	Calendario de Puesta en Marcha.....	50
17.	Plan Económico-Financiero .....	50
17.1.	Política de Inversiones.....	51
17.2.	Política de Financiación.....	52
17.3.	Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional.....	53
17.4.	Presupuesto de tesorería.....	55
17.5.	Balance Previsional.....	56
17.5.1.	Análisis de ratios .....	60
17.5.1.1.	Solvencia, Riesgo y Rentabilidad .....	60
17.5.2.	Análisis de la viabilidad económico-financiera.....	64
18.	Plan de contingencias .....	64
19.	Propuestas de mejora y de trabajo futuras.....	66
20.	Conclusiones con justificación y discusión de estas .....	66
21.	<i>Bibliografía</i> .....	67
22.	Anexos .....	71

## Índice de tablas

Tabla 1: Análisis DAFO .....	20
Tabla 2: Estimación de ventas del 1º año .....	24
Tabla 3: Estimación de alquileres 1º año .....	24
Tabla 4: Coste publicitario .....	33
Tabla 5: Información general de la inmobiliaria .....	46
Tabla 6: Gastos de primer establecimiento .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Modelo creación de pagina web .....	28
Ilustración 2: Anuncios en otros portales web .....	29
Ilustración 3: Cartel inmobiliario .....	31
Ilustración 4: Anuncio en redes sociales .....	32
Ilustración 5: Local comercial .....	37
Ilustración 6: Localización del local comercial .....	38
Ilustración 7: Bienes de inversión .....	39
Ilustración 8: Organigrama de la inmobiliaria .....	40
Ilustración 9: Calendario de puesta en marcha .....	50

## Índice de gráficos

Gráfico 1: Estadística de transmisión de Derechos de la propiedad (2019) .....	23
--	----

## Índice de anexos

Anexo 1: Costes salariales .....	71
Anexo 2: Inversión .....	72
Anexo 3: Cuenta de pérdidas y ganancias .....	72

## 1. Resumen (Abstract)

En este Trabajo de Fin de Grado realizamos un estudio exhaustivo del sector inmobiliario con el objetivo de ver la rentabilidad de la inversión en una agencia inmobiliaria con base en Valladolid dado el aumento de los desplazamientos que se están produciendo en la ciudad y los cambios del consumidor respecto a los inmuebles debido a la crisis sanitaria vivida.

Se ha realizado un estudio del mercado inmobiliario en todos los ámbitos teniendo en cuenta variables económicas y financieras del pasado como del presente. La inmobiliaria contaría con servicios básicos y servicios complementarios relacionados con el diseño de inmuebles dando otra perspectiva a los clientes y mayor ventaja competitiva.

Para determinar la viabilidad del proyecto se ha realizado un plan estratégico, de recursos humanos, marketing y un plan económico-financiero con una previsión de los resultados de la puesta en marcha del primer año.

### 1.1. Abstract

In this Final Degree Project, we carry out a thorough study of the real estate sector in order to see investment profitability in a real estate agency based on Valladolid given the raise of the displacements that are taking place in the city and the consumer changes in relation to property mainly due to health crisis.

A property market study has been made in all areas keeping in mind financial and economical variable incomes from both past and present. Real estate agency would have basic and supplementary services associated with the building design giving another perspective to the clients and greater competitive benefit.

To decide the viability of the project, a strategic plan has been realized consisting of human resources, marketing, and a financial economic plan with a foresight of the results of the launch of the first year.

## 2. Palabras Clave-Keywords

Palabras clave: Plan económico-financiero, plan de viabilidad, agencia inmobiliaria.

Keywords: Economic and financial plan, viability plan, real estate agency.

### 3. Introducción.

Este Trabajo de Fin de Grado consiste en la elaboración de un plan de viabilidad de una agencia inmobiliaria en el territorio español, es decir, se realizará un estudio a nivel económico y técnico de todos los aspectos importantes de la inmobiliaria.

En un principio se realizará un exhaustivo análisis del sector inmobiliario ya que podemos encontrar muchísimas especializaciones, en mi caso me centraré en la comercialización con la creación de una agencia inmobiliaria explicando los servicios básicos que ofrecen las inmobiliarias en general y los servicios que daré para sobresalir en el sector.

Posteriormente realizaré un análisis del plan estratégico que llevaré a cabo delimitando objetivos, analizando el entorno que me rodea (competidores) a través de Análisis PESTEL, PORTER y DAFO. El plan estratégico tiene que ir encaminado a eliminar la incertidumbre que pueda surgir.

No solo realizaré un plan estratégico, sino que también prepararé un plan de operaciones y plan de marketing explicando las características de la inmobiliaria y todo lo que necesitaría para poder poner en marcha el proyecto.

Finalmente, según las previsiones obtenidas junto a los análisis de rentabilidad podré ver si el proyecto es viable para una puesta en marcha en Valladolid.

Me gustaría dar mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que me han impulsado en esta trayectoria y han colaborado conmigo en este proyecto. En primer lugar, a mi tutora María del Amor Cumbreño Barreales por la ayuda, información, organización y paciencia que ha tenido dada mis circunstancias durante la realización del TFG. En segundo lugar, a mi familia y mi pareja ya que sin su ayuda y apoyo no podría haber logrado cerrar esta etapa de mi vida. En especial a mi padre quién me ha apoyado, animado y aportado información gracias a su experiencia en la creación de un negocio. Por último, a mi tutor de empresa quién me ha permitido hacer uso de los medios que dispone la asesoría para la realización del TFG y me ha brindado ayuda en ciertos aspectos de este.

### 4. Justificación

A continuación, comentaré los motivos o aspectos que me ha impulsado a realizar un plan de viabilidad de una inmobiliaria.

#### 4.1. Antecedentes

La idea de la creación de una agencia inmobiliaria nace del conocimiento obtenido gracias al negocio familiar en el sector de la construcción.

En los últimos años he estado ayudando administrativamente en la empresa de construcción familiar lo que me ha permitido ampliar conocimientos del mismo, junto a los conocimientos obtenidos en la Facultad de Comercio y mi actitud emprendedora comencé a interesarme por el sector inmobiliario.

El sector inmobiliario tiene un papel importante en la economía española ya que satisface una necesidad básica de la población: la vivienda.

Desde la antigüedad hemos visto la necesidad de tener un espacio propio en el cual sentirse seguro y protegido, por ello, en la actualidad se realizan constantemente operaciones de compra, venta y alquiler relacionados con el sector inmobiliario. Este sector no solo es vital, sino que está en auge por diversos factores sobre todo por los cambios que ha sufrido debido a la crisis sanitaria covid-19.

Según diversos estudios, el sector inmobiliario se encontraba en una situación de madurez hasta que se produjo el impacto del covid-19 provocando así una disminución de la actividad a nivel general.

La crisis sanitaria causada por el Covid-19 y las medidas adoptadas por el gobierno de España provocó un descenso notable en el mercado de la vivienda, según el Banco de España “ la actividad se vio afectada por la irrupción de la crisis sanitaria, en un momento en que la fase alcista de su ciclo presentaba señales de agotamiento, como evidenciaban la suave caída de las compraventas, la ralentización notable de la iniciación de viviendas y una desaceleración moderada de los precios a lo largo de 2019.” (San Juan & Alves, 2021)

Actualmente nos encontramos en un proceso de recuperación de la crisis sanitaria con un incremento del sector inmobiliario. Este incremento se debe a que la pandemia a cambiado el atractivo de los diferentes activos inmobiliarios. Las personas buscan viviendas más amplias y cómodas (incluso si implica salir de la ciudad para conseguirlo), el alquiler con opción a compra se ha vuelto más atractivo, aumento del interés por las 2º residencias, acondicionamiento de locales en vivienda, etc.

Todo esto provoca que las personas recurran a inmobiliarias, ya que estas tienen una amplia cartera de viviendas, conocimiento del mercado y ofrecen una gran variedad de servicios como asesoramiento, financiamiento, etc.

De todo lo comentado anteriormente surge “Inmobiliaria Domus”, esta intentará abarcar todos los servicios posibles para poder sobresalir y avanzar en el mercado inmobiliario. “Inmobiliaria Domus” ofrecerá los servicios tradicionales comunes y servicios extra como gestión de reformas de viviendas para aumentar su valor en el mercado,

posibilidad de acondicionamientos de locales en viviendas, servicio de diseño de interiores, entre otros (todo ello visualizando ejemplo de casos de éxito).

“Inmobiliaria Domus” intentara tener ventaja competitiva en precios, de manera que sean asequibles para todo tipo de personas, en servicio de calidad, asesoramiento, gestión de contratos, etc.

## 5. Objetivo del proyecto

El principal objetivo de este proyecto es analizar la rentabilidad del negocio inmobiliario en función de la previsión de ventas estimada, de los costes y gastos que va a suponer la constitución de “Inmobiliaria Domus”.

A continuación, vamos a definir la estructura del proyecto inmobiliario y explicar el plan financiero y económico previsto.

## 6. Promotores

Según Educaweb “El promotor de ventas hace demostraciones de productos en locales comerciales, exposiciones y hogares particulares con la finalidad de que los potenciales clientes comprendan estos productos...” (Educaweb, 1998)

Como podemos ver los promotores son la cara de la empresa, se encargan de la planificación económica y financiera de la compañía, es decir, se encargan de impulsar la actividad económica y conseguir una buena imagen de marca de una empresa para impulsar las ventas fidelizando y captando nuevos clientes.

Como podemos ver la existencia de promotores es esencial para el negocio. Según Realía “El promotor inmobiliario es la persona física o jurídica, pública o privada, que, individual o colectivamente, toma la iniciativa de promover viviendas para su compraventa...” (Realía Business, S.A., 2020)

Este proyecto tendrá en un principio un promotor inmobiliario que se expondrá a continuación.

### 6.1. Identificación de las personas promotoras

Yo seré la persona encargada de tomar la iniciativa y poner en marcha este proyecto “Inmobiliaria Domus”, mis datos son:

- Iris Michelle Heredia: con NIF 71325876R; y domicilio en C/ Castellón N.º.1 (47012 -Valladolid).

Además, contaré con la colaboración de profesionales independientes del negocio que ayudarán en algunas actividades relevantes del negocio. Entre ellos destacamos algunas constructoras como:

- Construcciones y Reformas Illanes, S.L.
- Valaurea Labour, S.L.

## 6.2. Breve historial profesional y académico

La responsabilidad como principal y única promotora de “Inmobiliaria Domus” me impulsan a contar con una formación académica que me ayude a mejorar el negocio. Esta es:

**Iris Michelle Heredia**: Grado de Comercio. Idiomas: inglés y portugués. Informática: Paquete integrado (Microsoft Office), Aplicaciones de marketing online, alto conocimiento en los sistemas operativos más usados (Windows, Mac OS x y Linux) y herramientas de gestión (e-commerce, CRM, etc.)

Por otro lado, cuento con formación profesional que me ayuda al desarrollo de la actividad, estas son:

- **Auxiliar administrativo** (Prácticas curriculares y extracurriculares): Las prácticas las realicé en una asesoría en la que he podido desempeñar diversas tareas como recursos humanos, contabilidad, fiscalidad, etc. tanto de personas físicas como jurídicas, con ello he obtenido conocimientos de lo que conlleva la creación de un negocio que me ayudará a nivel administrativo y poder tener todo al día.

A parte realizaré formación extra relacionado con el sector inmobiliario para poder especializarme y dar un mejor servicio al cliente, los cursos previstos son:

- **Curso superior en Dirección Inmobiliaria y gestión de hipotecas**: Podré desarrollarme en dirección de equipos, marketing y publicidad, fiscalidad inmobiliaria, urbanismo, como realizar valoraciones inmobiliarias, técnicas de negociación, etc. (Surge Centro de Estudios, 2022)
- **Curso Superior de Asesor Inmobiliario**: Curso online con duración de 9 meses en el que podré aprender a dirigir, planificar, rentabilizar, etc. (Fundación Aucal, 2022)

## 7. Descripción de la actividad: producto o servicio

La principal actividad de la “Inmobiliaria Domus” es la prestación de servicios en el sector inmobiliario.

### 7.1. Descripción de las características técnicas

En “Inmobiliaria Domus” se ofrecerán 3 principales servicios:

- Compraventa de Inmuebles: Este servicio va dirigido tanto a personas interesadas en vender sus inmuebles (vendedores) como a personas interesadas en adquirir un inmueble (compradores). Realizaremos la promoción y venta de los inmuebles de nuestros clientes, gracias a nuestro servicio irán en la dirección correcta ya que recibirán el asesoramiento correcto y nos encargaremos de formalizar todos los documentos en el tiempo preciso. Dado que contaremos con la colaboración de empresas constructoras externas ampliaremos la visión de compradores y vendedores respecto a las posibles mejoras del inmueble para su venta como para la compra.
- Alquiler de inmuebles: Este servicio consiste en la gestión del alquiler de los inmuebles. En la actualidad las operaciones de alquiler de pisos tienen cierta inseguridad tanto para propietarios como inquilinos, ya que por una parte el propietario teme que los inquilinos no cumplan con los pagos previstos y el inquilino teme que los contratos sean un fraude o que no sean respetados. Por ello, “Inmobiliaria Domus” quiere ofrecer todas las garantías y seguridad posible a ambas partes, tiene el objetivo de ser un intermediario entre el propietario y el inquilino encargándose de la negociación, asistencia al inquilino, búsqueda y selección, cambio de titularidad de los servicios contratados (o contratación si no los hubiera) y control de pagos mensuales y fianza entre otros servicios.
- Financiación: “Inmobiliaria Domus” se encargará de que el cliente pueda optar a varias alternativas de financiación y asesoramiento del mercado, para ello, estará en contacto con varias entidades financieras para conseguir la mejor oferta que se adapte al cliente en función de sus necesidades y ahorrando tiempo.

## **7.2. Elementos innovadores, caracteres diferenciales respecto a los de la competencia.**

“Inmobiliaria Domus” quiere destacar principalmente con un servicio de atención al cliente de calidad, para ello, quiere aportar servicios innovadores extra.

“Inmobiliaria Domus” trabajará de manera semipresencial, esto quiere decir que trabajaremos desde casa en gestiones relacionadas con tramites, tasaciones, contratos de compraventa, citas telefónicas con los clientes, etc. También contaremos con una oficina ubicada en un barrio muy frecuentado por la población en el que se podrán concertar citas (tanto con clientes como con clientes potenciales) para visualizar los diferentes inmuebles con el asesoramiento de un agente especializado u otras gestiones.

Otro aspecto que destacar es la promoción de nuestros productos, promocionaremos de manera constante los inmuebles a través de diversos métodos como, por ejemplo:

- Contaremos con una página web de fácil acceso donde los clientes potenciales podrán consultar datos del inmueble, visualizar fotografías, concertar citas o incluso realizar visitas virtuales de los diferentes inmuebles que tengamos disponibles, entre otras gestiones.
- Se planificarán diversos Open House. Según Laura Migallón “Un open house inmobiliario es una visita del inmueble organizada por un agente inmobiliario para muchas personas a la vez. Es una jornada de puertas abiertas en el que los clientes acceden libremente al inmueble que está en venta...” (Migallón, 2021), esto ayudará a que el proceso de venta se realice con mayor rapidez ya que si se percibe que hay una mayor demanda del inmueble las ganas de adquirir el inmueble aumentan.
- Se recurrirán a diversos métodos informáticos como mailing, google ads, etc.

Otro elemento clave de la empresa es el tipo de atención al cliente que ofrecemos, al ser una empresa de trabajo semipresencial nuestro servicio y asesoramiento no se siente amenazado por las inmobiliarias tradicionales ya que ofrecemos:

- Diagnóstico gratuito
- Atención al cliente diario
- Retroalimentación con clientes potenciales
- Gestión patrimonial

Además, nuestra inmobiliaria no solo abarca servicios básicos, sino que intentamos ampliar la perspectiva para que puedan obtener una mayor rentabilidad:

- Realizaremos un análisis del inmueble y asesoraremos para obtener un mejor precio de venta, en el caso de viviendas muy antiguas o poco explotadas se plantearía la reforma para incrementar el valor de la vivienda para que puedan obtener un mayor beneficio de venta. Al contar con la colaboración de constructoras externas obtendremos las mejores ofertas para la realización de la reforma.
- Tendremos un servicio de Home Staging, esto consiste en la redecoración de una vivienda para volverla más atractiva para los compradores o inquilinos.

## 8. Análisis del mercado.

El análisis de mercado es el estudio de un determinado mercado o sector, en nuestro caso: el sector inmobiliario. Con el análisis del mercado conoceremos los datos relevantes y estableceremos parámetros, como: el valor de nuestro mercado, público objetivo, su forma de consumo, etc.,

Dependiendo de los datos obtenidos, comprobamos si el negocio es rentable o no, las dificultades que entraña el acceso a él y las posibilidades estratégicas.

Comenzando con el análisis de mercado podemos decir que en el año 2019 España se encontraba en un punto de auge en el sector inmobiliario tras la mala racha que vivimos desde el estallido de la burbuja inmobiliaria de 2008. Según Gesvalt “La perspectiva general de cara al final del año 2019 y el arranque de 2020 es la de un crecimiento moderado, a ritmos más lentos que los vistos durante el año pasado, y con precios estables y alcanzando un cierto equilibrio ...” (Gesvalt, 2019). Sin embargo, esta previsión para el 2020 no fue posible debido a la crisis sanitaria que se vivió a nivel mundial por el covid-19.

Durante el 2021 el mercado inmobiliario experimento un crecimiento según Fotocasa “Los datos de transacciones inmobiliarias correspondientes al pasado mes de diciembre de 2021 dados a conocer hoy por el INE, reflejan un descenso mensual del -3,6% y un incremento anual del 32,9%...” (Fotocasa, 2022)

Lo que llevamos de año podemos ver que el sector inmobiliario sigue en alza a pesar de ciertos temores de burbuja inmobiliaria. Entre los motivos de recuperación que observamos en España están:

- Ahorro de las familias y el interés de cambio de viviendas.
- La inversión extranjera en inmuebles comienza a remontar
- Aumento de construcciones de vivienda nueva
- Mayor demanda de viviendas en alquileres (reducción del precio de estas).
- Hipotecas más accesibles.

### 8.1. Análisis externo-análisis PESTEL

En este apartado se realizará el análisis externo a través del análisis PESTEL permitiendo evaluar y orientar al negocio ya que gracias a este análisis podremos planificar estratégicamente a nivel organizacional y de mercado. Se realizará un análisis de los factores externos que afectan al negocio, estos factores sujetos de análisis profundo son: políticos, económicos, sociales, tecnológico, ecológicos y legales.

○ Entorno político-legal: Es esencial el conocimiento del marco legal que imponen las administraciones públicas ya que se trata de una normativa muy regulada, en nuestro caso la normativa básica para el usuario o consumidor que llegan afectar a la inmobiliaria son:

▪ **Ley 49/1960, de 21 de julio, sobre propiedad horizontal:**

Esta ley regula la convivencia de vecinos que comparten un mismo espacio convirtiéndose en una comunidad de propietarios en el que se estipulan ciertas obligaciones y derechos de cada vecino. Otros aspectos relevantes de esta ley son:

- Fondo de reserva de la comunidad
- Regulación y gestión de obras necesarias (de conservación) del edificio (ITE)
- Especificaciones de funciones del presidente y secretario de la comunidad.
- Respeto de las zonas comunes.

La última modificación se realizó en 2021 (Real Decreto Ley 8/2021) ya que por el confinamiento las reuniones estaban prohibidas y se reguló para que se pudiera realizar las juntas de vecino telemáticamente.

▪ **Ley 2/2004, art. 60 a 77 (Ley reguladora de Haciendas Locales)**: Esta ley habla sobre la regulación del Impuesto sobre los Bienes Inmuebles (IBI), este impuesto es obligatorio para todas las personas que tengan un bien inmueble en propiedad. El pago del impuesto se realiza anualmente y regulado en función del valor del inmueble según su referencia catastral. Es importante el conocimiento de esta ley ya que “Inmobiliaria Domus” puede trabajar con diversos inmuebles ya sean de carácter rural o urbano.

▪ **Real Decreto 42/2022, de 18 de enero**: Se trata el tema de la regulación de:

- Bono Alquiler Joven: este bono pretende facilitar a la población joven con escasos medios económicos la adquisición de una vivienda en alquiler disminuyendo del mismo modo la tasa de parados entre la población joven, esto consiste en una ayuda económica de 250€ durante 2 años cumpliendo los requisitos mínimos.

➤ Plan Estatal para el acceso a la vivienda 2022-2025:

Consiste en la dotación de ayuda directa a arrendatarios con escasos recursos, ampliación del parque de vivienda en zonas urbanas y rurales, e impulsar la rehabilitación de zonas degradadas, entre otros.

▪ **Ley 29/1994, de 24 de noviembre (Arrendamientos Urbanos):** Esta ley regula todo lo relacionado a los alquileres de inmuebles como la duración de contratos, repartición de gastos, precios, entre otros. La última regulación se realizó en 2019 (Real Decreto-Ley 7/2019) en el que se tratan temas como:

- Gastos deducibles del alquiler de inmuebles
- Ayudas de alquiler a menores de 35 años
- Control de precios de alquileres
- Establecimiento de prórroga extraordinaria tras la finalización del contrato de arrendamiento.

En febrero de 2022 el gobierno aprobó la nueva ley de viviendas en España (tras años de negociaciones), la cual intervendrá a escala nacional en el mercado de arrendamiento. Los aspectos principales de esta ley son:

- Medidas referentes al parque público de vivienda social.
- Regulación de desahucios en situaciones de vulnerabilidad.
- Regulación de las viviendas vacías a través de recargos hasta el 150% en el IBI.

○ Entorno económico: Dado que la empresa puede verse afectada por los cambios (nacionales o internacionales) que se produzca durante su desarrollo es necesario el análisis del entorno económico del país. Los factores principales de análisis son:

▪ **Tasa de empleo:** Según el INE “El número de ocupados disminuye en 100.200 personas en el primer trimestre respecto al trimestre anterior (un -0,50%) y se sitúa en 20.084.700...” (Instituto Nacional de Estadística, 2022). Como podemos observar se ha producido una ralentización del mercado laboral debido a diversos acontecimientos como los estragos de la pandemia, el inicio de la guerra de Ucrania, aumento de precios del sector eléctrico y petrolífero, y las variaciones de precios afectando gravemente a ciertos sectores.

- **Producto Interior Bruto (PIB):** Según el análisis realizado por Datosmacro " El producto interior bruto de España en el primer trimestre de 2022 ha crecido un 0,3% respecto al trimestre anterior..." "La variación interanual del PIB ha sido del 6,4%, 9 décimas mayor que la del cuarto trimestre de 2021, que fue del 5,5%..." (Datosmacro, 2022). Como podemos ver el crecimiento nos indica un estancamiento de la economía producido en parte por el descontrol de precios producidos en el 1º trimestre provocando del mismo modo un encarecimiento del nivel de vida.

- **Tipo de interés:** El tipo de interés es el porcentaje que pagamos por una cantidad prestada, en este caso a los bancos. Según Miquel Riera "El tipo de interés medio actual de las hipotecas se sitúa en el 1,52%, ligeramente por encima de la de enero (1,44%) ..." (Riera, 2022). Como podemos ver el tipo de interés hipotecarios son bajos por lo que las hipotecas son accesibles para un mayor número de personas. Junto al tipo de interés debemos tener en cuenta otro factor, el Euribor (valor o precio al que las entidades bancarias se prestan dinero entre ellos). En el caso de los tipos de interés fijo no afecta nada, sin embargo, en caso de tipo de interés variables ya que el tipo de interés sería el Euribor más un porcentaje pactado anteriormente con la entidad bancaria. Si el Euribor subo por ende suben los tipos de interés de hipotecas variables. A mes de abril vemos que el Euribor es positivo (0,134%) significando encarecimiento de las cuotas hipotecarias. (Euribor Diario, 2022)

- **IPC:** Según Fincasycasas "El dato del IPC adelantado del mes de marzo de 2022 es del 9,8%, tras el 7,6% de febrero..." (OCU Ediciones, S.A., 2022). Como podemos ver hay un aumento significativo producción una inflación de precios y del mismo modo afecta a las familias en las rentas, reduciendo el poder adquisitivo.

- **Entorno sociocultural:** Es necesario el análisis del comportamiento de la sociedad en cuanto a la demanda de alquileres y ventas de inmuebles. Como hemos comentado anteriormente, los hábitos de consumo han cambiado por el covid-19 ya que el confinamiento ayudo a ver las carencias y deficiencias de sus viviendas por lo que buscan viviendas con mayor superficie, más polivalentes, zonas residenciales, etc. Podemos observar que se produjo un aumento de compra de viviendas de segunda mano según Amper Villas "Siguiendo la tendencia del año 2021, se confirma el gran peso de la vivienda de segunda mano en las operaciones de compraventa, cercanas al 80% del total de viviendas vendidas..." (Amper Villas, 2022)

Según diversos estudios vemos que el porcentaje de emancipación en España disminuye siendo 1,5/ 2 de cada 10 jóvenes menores de 30 años han conseguido emanciparse.

Las viviendas en alquiler aumentan duplicándose hasta aproximadamente 16% en Castilla y León, sobre todo por alquileres a precios bajos. (Escalona, 2022)

○ Entorno tecnológico: La crisis sanitaria obligo a que el sector inmobiliario se adaptara a las nuevas formas de compra por parte de los consumidores, por lo que tuvo que desarrollarse tecnológicamente. Se ha producido cambios en:

▪ **Crowdfunding inmobiliario:** Esto consiste en la inversión pequeña en proyectos inmobiliarios obteniendo del mismo modo rentabilidad en conjunto con otros inversores. Existen diferentes plataformas especiales para esta nueva modalidad del sector. Según Sara Gil “Las empresas de *crowdfunding* son las que llevan a cabo todos los trámites y análisis de estas inversiones a cambio de una comisión de gestión por los servicios prestados que suele ser un porcentaje sobre los beneficios obtenidos...” (Gil, 2021)

▪ **Bigdata:** Bigdata consiste en el almacenamiento de gran cantidad de datos, en el sector inmobiliario se está desarrollando cada vez más debido a que aporta mayor precisión de búsqueda para los consumidores agilizando las tomas de decisiones por estos.

▪ **Realidad virtual:** El desarrollo virtual obliga al sector a modernizarse a través de visitas virtuales, ya sea a través de dispositivos, videos o fotos en 360°, entre otros. Cada vez más en alza ya que proporciona comodidad, ahorro en tiempo y dinero, y da diferenciación al negocio.

▪ **Internet de las cosas (IoT)**

○ Entorno ecológico: La preocupación por el medioambiente está en alza por lo que su regulación cada vez es más rigurosa. Para la venta o alquiler de inmuebles es necesario la obtención del certificado energético por parte de un técnico especializado.

Por tanto, es necesario tener en cuenta el Real Decreto 390/2021, de 1 de junio (Aprobación del procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios). En este se habla sobre las Inspecciones Técnicas del Edificio (ITE), duración del certificado (plazo vigor), amplía la certificación obligatoria a otros inmuebles, entre otros.

## 8.2. Análisis Interno

En el análisis interno trataremos de encontrar las estrategias, recursos y habilidades de “Inmobiliaria Oasis, S.L.” y formas para mitigar los posibles puntos débiles. Es decir, buscaremos de potenciar nuestras fortalezas y de eliminar las debilidades frente a los competidores del mercado. Por ello, realizaremos un análisis utilizando las 5 fuerzas de PORTER.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** el sector inmobiliario se encuentra en crecimiento, sobre todo por parte de los extranjeros que cada vez aumentan su interés por invertir en España ya sea para viviendas residenciales como para negocio. Cada vez se ve el interés por el sector inmobiliario en las construcciones para alquiler, alquileres en estudiantes, etc. Esto provoca que los productos inmobiliarios se amplíen aumentando del mismo modo la clientela potencial.

Actualmente, se está realizando una reforma de la ley de vivienda estatal que puede favorecer al mercado inmobiliario debido a algunas medidas como:

- Obligar a SAREB (Sociedad de gestión de activos vinculados al sector inmobiliario) a destinar un 75% de las viviendas en alquiler social
- Control de precios en zonas tensionadas
- Hasta un 2% de personas que residen en un barrio en las plazas de vivienda turística

El acceso de compra de vivienda cada vez es más accesible por la población dado las facilidades que establece el gobierno y las entidades bancarias.

“Inmobiliaria Domus” intentará cubrir todas las necesidades de los clientes potenciales y ser innovador al mismo tiempo, por ello nuestra barrera de entrada no resulta complicada debido a que la constitución de una inmobiliaria no requiere un elevado coste de constitución, ofrecemos un servicio personalizado, ofrecemos productos básico e innovadores como la transformación del uso de inmuebles, alquileres vacacionales y la colaboración con constructoras con precios asequibles para la revalorización de inmuebles para la venta o alquiler. Del mismo modo al estar concentrados y especializados en una zona geográfica relativamente pequeña, podremos centrarnos más en los clientes que tenemos y en los que podremos captar mejorando la forma en la que los clientes pueden mantener un contacto con nosotros, ya que lo pueden hacer desde vía online o en nuestra oficina.

- **Rivalidad entre competidores existentes:** Dado que intentamos ofrecer servicios que actualmente poco a poco se está produciendo en el mercado

inmobiliario podemos decir que la competencia entre inmobiliarias no es tan alta. Sin embargo, no hay que estar dormidos ya que el mercado está en un proceso de cambio y de mejoras por lo que tenemos que apresúranos en ganar poder en el mercado y que la marca sea reconocible entre la población. El aumento de las operaciones de compraventa provoca un aumento de creaciones de negocios inmobiliarios generando mayor competencia.

- **Amenaza de productos y servicios sustitutos:** El comportamiento del consumidor viene ligada a la situación económica del país, en nuestro caso, los españoles se vieron en una crisis sanitaria que produjo la reducción de sus ingresos, aumento de gastos, negatividad por la situación actual, apreciación del tiempo, etc. todo esto cambio el comportamiento del consumidor debido a que el consumidor intenta ahorrar lo máximo dentro de sus posibilidades y tiene claro los objetivos de compra y gasto que pueden permitirse. En el sector inmobiliario esto puede favorecernos o perjudicarnos ya que hay una cantidad considerable de inmobiliarias en el país con una gran variedad de precios y productos y la tendencia sustitutiva de la población teniendo en cuenta los nuevos intereses del consumidor puede condicionar la elección de una inmobiliaria u otra, el reemplazamiento de nuestra inmobiliaria contratada a otra con mejores condiciones pensando en sus propias necesidades o la no utilización de intermediarios para la realización de las operaciones de compraventa o alquiler.

En la actualidad vemos un desarrollo en tecnología con un alza de startups relacionadas con el sector inmobiliario (proptech – compañías que utilizan la tecnología en el mercado de la vivienda) afectando a las inmobiliarias ya que se eliminan las comisiones de compraventa y se sustituyen por cuotas fijas mensuales perjudicando a las inmobiliarias.

Otra amenaza son los intrusismos en el sector por parte de empresas como empresas de construcción, administraciones de fincas, etc.

- **Poder de negociación del proveedor:** Según Billomat “Un proveedor es una persona física o jurídica que suministra a una empresa los artículos, servicio o existencias para ejercer su actividad económica...” (Billomat, 2022).

En nuestro caso al tratarse de una agencia inmobiliaria que ofrecer servicios de intermediación entre particulares o de particulares con constructoras, podemos decir que no tenemos proveedores en sí que aporten servicio o productos a nuestra inmobiliaria, aunque el hecho de tener pisos bajo nuestra gestión de venta y alquiler podemos decir que nuestros proveedores son los bancos o los particulares.

- **Poder de negociación del cliente:** Podemos decir que el poder de negociación de los clientes es elevado ya que hay muchas inmobiliarias en la zona de actuación principal, Valladolid.

Sin embargo, dado los servicios que ofrecemos y contando con un mercado en aumento en el volumen de compra por los consumidores y el aumento de empresas en la zona favoreciendo los alquileres de pisos nos da una ventaja competitiva la cual nos ayudara a obtener rentabilidad y hacernos un hueco en Valladolid y posteriormente en la zona de Castilla y León.

### 8.3. Análisis DAFO

Es necesario realizar un análisis de la situación actual antes de comenzar la actividad ya que gracias a este tendremos un diagnóstico de la empresa frente al mercado en el que nos queremos incorporar. A continuación, identificaremos nuestras amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades:

*Tabla 1: Análisis DAFO*

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad financiera limitada para poder invertir</li> <li>- Escasa experiencia en el sector</li> <li>- Cuota de mercado baja</li> <li>- Cuota de mercado concentrada</li> <li>- Existencia de un solo local físico</li> <li>- Posicionamiento de marca de inmobiliaria inexistente al ser un nuevo negocio</li> <li>- Inexperiencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Precios no muy elevados para atraer más que los competidores</li> <li>- Competencia tradicional muy alta: mercado saturado</li> <li>- Entrada de nuevos competidores debido a las nuevas tecnologías</li> <li>- Dificultad para adquirir prestamos en las entidades bancarias</li> <li>- Emancipación de los jóvenes cada vez más difícil y tardía</li> <li>- Incremento de valor de las viviendas, tanto venta como compra</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferentes canales de contacto con los clientes (reducción de costes)</li> <li>- Especializados en una zona geográfica pequeña (Castilla y León)</li> <li>- Ubicación en un barrio muy concurrido de Valladolid</li> <li>- Diversificación de servicios</li> <li>- Cooperación con constructoras para obtener los precios más asequibles</li> <li>- Cooperación con entidades financieras para otorgar facilidades</li> <li>- Prestación de servicios personalizados</li> <li>- Precios muy asequibles.</li> <li>- Servicio a largo plazo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ciudades de provincia universitarias (alquiler de pisos a estudiantes).</li> <li>- Incremento de la compra de viviendas a raíz del covid-19 debido al cambio del perfil del consumidor.</li> <li>- Crecimiento del comercio electrónico en toda España.</li> <li>- Incremento de la población en CyL debido a las oportunidades de trabajo de la zona.</li> <li>- Implementación de ayudas para el acceso a alquileres por parte del gobierno.</li> <li>- Existencia de ayudas para personas con rentas bajas para la obtención de viviendas de protección oficial o reducciones de impuestos para jóvenes menores de 35 años, entre otros.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia*

## 9. Plan de Marketing

En toda empresa es imprescindible tener un plan de marketing eficaz que permita dar a conocer tanto a la propia organización como a sus productos o servicios, en el caso de “Inmobiliaria Domus el plan de marketing registrará los objetivos en promoción, marketing y venta a emprender. Para ello tendremos que definir una serie de técnicas que sean lo más eficaces posibles.

### 9.1. Objetivos comerciales. Formas de distribución

Para dar con las estrategias adecuadas debemos de establecer unos objetivos en cuanto al volumen que deseamos obtener, la cuota de mercado en la que vamos a trabajar y la rentabilidad que deseamos obtener. Teniendo en cuenta el análisis del entorno ya hecho, podemos decir que buscamos:

- Obtener mayor visibilidad
- Ampliar la cuota de mercado y de clientes (fidelizándolos)
- Incrementar los beneficios y las ventas
- Crear diferenciación respecto de la competencia dando un mejor servicio.
- Digitalización del negocio y conseguir posicionamiento.

En cuanto a las maneras de distribución de “Inmobiliaria Domus” para establecer un vínculo entre el cliente y la empresa, como ya hemos dicho, se realizará mediante:

- **Local físico:** Como hemos comentado anteriormente es muy importante establecer un vínculo con el cliente para que la negociación sea exitosa y fortalecer la relación. Por ello, contamos con un local físico con dos oficinas para poder atender a los clientes en cuestiones como cumplimentación de documentación, información al cliente y firma de contratos, y un escaparate en el que pueden visualizar los inmuebles más demandado o mejor ofertados.
- **Página web:** Dado las diversas personalidades de los consumidores, restricciones horarias, preferencias de información de servicios, etc. contaremos con una página web en el que se podrá visualizar de forma fácil y precisa información relevante a los servicios que ofrecemos, inmuebles en cartera, política de la inmobiliaria, concertar citas y otros datos relevantes.

A través de estos medios, intentaremos dar una buena imagen de empresa y dar el mejor servicio. Nuestra distribución intentará ser la máxima posible ya que en caso de

que los clientes no puedan informarse en el horario de atención al cliente personal podrá realizarlo a través de internet.

### 9.1.1. Estrategia de ventas

Las estrategias de ventas nos permitirán tener unos buenos resultados económicos y alcanzar nuestros objetivos mediante la captación de inmuebles para su venta o alquiler. Para ello definiremos ciertos puntos a continuación.

El público objetivo de “Inmobiliaria Domus” será cualquier persona interesada en adquirir un inmueble en la zona de Castilla y León. En un principio “Inmobiliaria Domus” trabajará en la zona de Valladolid y posteriormente a medida que vaya adquiriendo clientes y presencia en el mercado se expandirá por toda Castilla y León, gracias a la modalidad de trabajo online podremos atraer no solo a los residentes de Castilla y León, sino que también atraeremos a los no residentes que busquen la adquisición de una vivienda asequible y personalizada, jóvenes interesados en el cambio de uso de inmuebles convirtiéndolos en pisos habitables, alquileres vacacionales, adquisición de viviendas a precios de bajo coste, etc.

Del mismo modo, intentaremos crear una relación con entidades bancarias, al poseer una gran cantidad de inmuebles que quieren dar salida al mercado, o grandes propietarios.

La forma en la que promocionaremos los inmuebles y daremos un buen servicio, como ya se ha dicho, será por vía online a través de una página web diseñada de acuerdo con los gustos, pensando en todo tipo de clientes de manera que sea de fácil acceso (sin necesidad de un gran conocimiento informático) y preferencias de los consumidores, pensando en el mercado.

La otra forma será por un local físico, en el que tendremos carteles en el escaparate que puedan visualizar los viandantes. La publicidad que realizaremos para promocionar se hará mediante otras plataformas o páginas webs, a través de carteles, participación en importantes eventos, etc. para darnos a conocer y conseguir reconocimiento de marca, lo que nos implicará una serie de costes.

Para reforzar nuestra inmobiliaria hemos entablado una serie de alianzas para mejorar nuestros servicios. Contamos con la colaboración de diferentes constructoras para dar mayor valor y personalización a las viviendas y dar a los clientes lo que buscan y necesitan. Intentaremos relacionarnos con diferentes entidades bancarias para otorgar más facilidades a nuestros clientes en el caso de dificultades económicas.

### 9.1.2. Estimación de ventas. Plan de ventas

Para poder realizar una estimación de ventas debemos tener en cuenta que la estacionalidad juega un papel importante en el sector inmobiliario ya que todo depende de la zona en la que estemos y de las fluctuaciones de la oferta y la demanda en diferentes periodos temporales.

Según diversos estudios primavera y otoño son las estaciones en las que más operaciones de compraventa y alquiler se realizan. (Fotocasa, 2021) (Seanest, 2021)

*Gráfico 1: Estadística de transmisión de Derechos de la propiedad (2019)*



*Fuente:* (Instituto Nacional de Estadística, 2022)

En este gráfico del 2019 sobre la transmisión de derechos de propiedad vemos como se registra mayor movimiento en mayo y menor movimiento en los meses de agosto y diciembre. (No utilizamos el gráfico del 2021 debido a que dado la situación atípica que vivimos por la crisis de covid-19 no puede ser tan objetiva, en cambio este año dado la estabilización de la situación prevemos que estamos en proceso de vuelta a la normalidad).

Según Real Advisor “El precio medio de apartamentos actualmente en el mercado es de **149.000 €**. El precio de venta del 80% de las viviendas se encuentra entre **65.280 €** y **310.000 €**. La media por m<sup>2</sup> en Valladolid es de **1642 € / m<sup>2</sup>** (precio por metro cuadrado) ...” y “El precio de alquiler mensual medio para apartamentos actualmente en el mercado es de **600 €**. El precio del alquiler mensual del 80% de las viviendas se encuentra entre **300 €** y **800 €**. El alquiler medio por m<sup>2</sup> en Valladolid es de **91 € / m<sup>2</sup> / año** (alquiler anual por metro cuadrado de superficie habitable) ...” (RealAdvisor, 2022). Dado estos parámetros nuestros cálculos aproximados, teniendo en cuenta la media de venta de pisos, es de 100.000 (comisión del 3,5%) y en alquileres nuestro precio medio será de 500 (7% de la renta anual al inquilino y 6,5% de la renta anual del propietario = 810,00€).

Tabla 2: Estimación de ventas del 1º año

PRECIO VIVIENDA	COMISIÓN
100.000	3,5%

MES	Nº VENTAS	GANANCIA
ENERO	1	3.500
FEBRERO	0	0
MARZO	1	3.500
ABRIL	3	10.500
MAYO	1	3.500
JUNIO	1	3.500
JULIO	0	0
AGOSTO	0	0
SEPTIEMBRE	3	10.500
OCTUBRE	2	7.000
NOVIEMBRE	2	7.000
DICIEMBRE	1	3.500
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>52.500</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Estimación de alquileres 1º año

PRECIO ALQUILER	PRECIO ARRENDATARIO	PRECIO ARRENDADOR	GANANCIA DE 1 ALQUILER
500	7% de la renta anual	6,5% de la renta anual	810

MES	Nº ALQUILERES	GANANCIA
ENERO	2	1.620
FEBRERO	4	3.240
MARZO	1	810
ABRIL	2	1.620
MAYO	4	3.240
JUNIO	1	810
JULIO	1	810
AGOSTO	1	810
SEPTIEMBRE	3	2.430
OCTUBRE	2	1.620
NOVIEMBRE	3	2.430
DICIEMBRE	1	810
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>20.250</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según las tablas de estimación: en ventas obtendríamos unos ingresos anuales de 52.500€ y en alquileres 20.250€ dando un total anual de 72.750€.

No hay que olvidar la cooperación que tendremos con las empresas constructoras, la ganancia de esta cooperación será en función los presupuestos aceptados (cantidad monetaria).

## 9.2. Política de Precios

La política de precios consiste en la fijación de precios del producto o servicios, esta fijación de precios depende de la evolución del mercado. Según Ceupe “La política de precios es un elemento fundamental para la estrategia de marketing de una empresa, ya que esta tiene como principal objetivo la obtención de ganancias, a través de la venta de bienes (ya sea al por mayor o al por menor). Siendo el punto clave para el éxito de las ventas el coste del producto comercializado, el cual es determinado por la política de precios de la empresa ...” (Ceupe, 2022)

### 9.2.1. Estrategia de precios utilizada

La estrategia que vamos a utilizar será la estrategia de “precios bajos” ya que nuestro objetivo es vender o alquilar de manera rápida las viviendas de nuestros clientes.

En un principio, contaremos con la tasación de la vivienda de nuestros clientes, en el caso de las ventas de propiedades, luego tendremos en cuenta los precios ofertados en el mercado en la zona donde se encuentran los inmuebles y finalmente el estado de la vivienda (reformado, para reformar y nueva construcción).

Como la mayoría de los propietarios en España tiende a sobrevalorar sus viviendas casi hasta un 20% será fácil poder ofrecer tanto la venta como el alquiler a un precio levemente por debajo del mercado, lo que nos proporcionará la competitividad necesaria frente al resto de inmobiliarias del mercado.

### **9.3. Política de cobro a clientes**

En el ámbito del sector inmobiliario por cada operación de venta o alquiler de un inmueble que se produzca, los clientes pagan a la inmobiliaria una comisión.

Según BNC advisors “Normalmente, la comisión inmobiliaria oscila entre el 3% y el 6% del precio final de la venta de la vivienda, un importe al que hay que sumar el 21% de IVA ...” (BCN Advisors, 2022). También hay que tener en cuenta la zona en la que se encuentra y el precio de venta del inmueble ya que variara en función de ello.

Las comisiones se pagan al inicio de la transacción en la firma de contrato de arras el 50% y el otro 50 % cuando se realiza la firma de la escritura, en ocasiones se realiza el pago único en la firma de escrituras.

Cuando hablamos de la comisión inmobiliaria por alquiler, según diversas páginas, la comisión ronda entre el 7 y 10% de la renta anual de un año y a veces de 2 años. En nuestro caso como nuestra misión es poder dar al cliente el servicio que necesita con coste bajo hemos decidido que la persona que busca arrendar un piso deberá pagar una comisión de un 7% a la inmobiliaria y el propietario deberá pagar un 6,5% del valor de la renta anual. El importe no está regulado por ley por lo que nosotros hemos establecido nuestros propios porcentajes según el precio de cada vivienda y se pagan en el momento de la firma del contrato.

### **9.4. Política de post-venta**

El servicio de post venta de viviendas de la agencia inmobiliaria es un valor añadido muy importante, ya que un cliente que quede satisfecho con la atención recibida, con la eficiencia en la operación hará que el propio cliente sea el que aporte indirectamente publicidad de la marca puesto que recomendará a otros futuros clientes nuestros servicios, lo que ayudara al crecimiento de la empresa, de ahí la importancia de poseer un buen servicio postventa.

El servicio postventa principal de nuestra inmobiliaria luego de vender o alquilar una vivienda es el ofrecer un servicio de asesoramiento para la realización de la reforma o reacondicionamiento del inmueble. Dado que contamos con la colaboración de constructoras nuestros clientes podrán recurrir a ellos en busca de presupuestos asequibles para llevar a cabo la restauración de su nueva propiedad. Las reformas pueden ser desde un cambio en la decoración del interior de la vivienda hasta una reforma completa de la misma. Para la realización de dichas reformas contamos con un servicio de financiamiento como, además, la colaboración de los mejores profesionales en el ámbito de la construcción como de la decoración de interiores.

Otro servicio posventa que vamos a ofrecer para aquellos clientes que lo necesiten es la orientación sobre las gestiones que se deben llevar a cabo tras la adquisición de la vivienda, por ejemplo, los cambios de titularidad en los servicios de electricidad, asesoramiento de impuestos como el IBI, entre otros.

### 9.5. Distribución

Según Juan Gema Giner “Los canales de distribución son el conjunto de medios que utiliza la empresa para hacer llegar el producto desde el fabricante hasta el cliente final ...” (Giner, 2019)

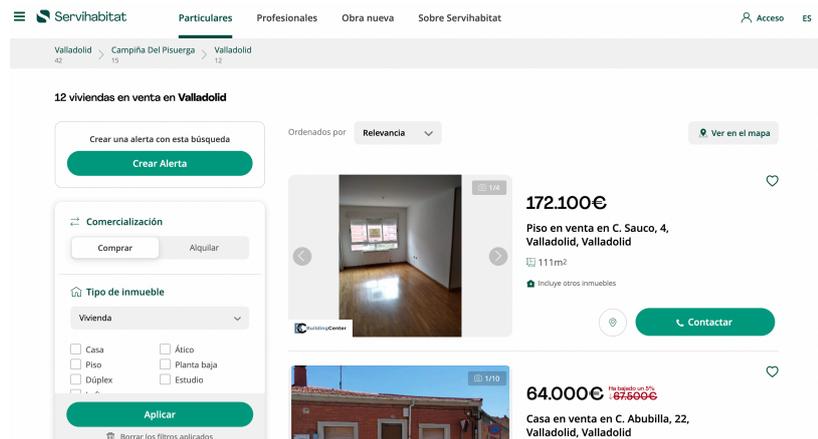
Es importante decidir correctamente el canal de distribución ya que recae sobre las decisiones de marketing de la empresa y sobre su capacidad de actuación en el mercado. Podemos diferenciar dos formas de distribución: directo e indirecto. “Inmobiliaria Domus” opta por ambas formas de distribución para poder llegar al mayor número de clientes potenciales.

Por un lado, tenemos canal de distribución directo por el que nuestro servicio, en este caso, venta de viviendas (entre otros servicios) puede ser adquirido por el cliente a través de medios propios de la empresa sin intervención de intermediarios. “Inmobiliaria Domus” cuenta con:

- Local comercial: El servicio que ofreceremos en el establecimiento físico se realizará en la franja horaria de 10:00h - 15:00h en el que atenderemos a nuestro cliente y captaremos otros nuevos. Se realizarán turnos rotativos para cumplir con el horario de manera que se pueda realizar tanto presencialmente como telemáticamente.
- Página web: conducto importante para la oferta de bienes inmuebles. “Inmobiliaria Domus” tiene como objetivo, entre otros, poder llegar al consumidor principalmente vía Internet ya que es un recurso muy utilizado en la actualidad. Nuestro objetivo es la creación de una página web sencilla y clara, de manera, que

no resulte complicado para los consumidores la búsqueda de inmuebles como vemos en la ilustración 1. Del mismo modo, nuestra página web dispondrá de servicios como la posibilidad de programar visitas o citas telefónicas proporcionando sus datos y hora de llamada, poder encontrar la vivienda mediante seleccionando la zona mediante un mapa, visitas guiadas virtualmente en 3D, mediante videos y fotos, etc.

*Ilustración 1: Modelo creación de página web*



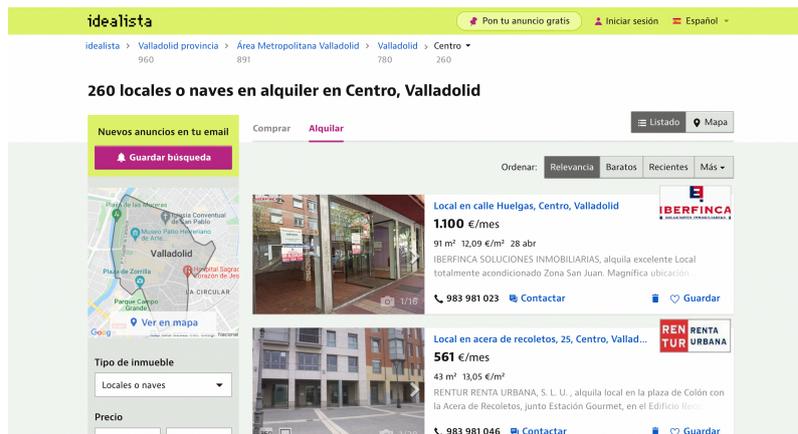
*Fuente: (Servihabitat, 2022)*

- Redes sociales: Las redes sociales se han convertido en un principal medio de interacción debido al desarrollo de Internet y de tecnologías, por lo que, la presencia de “Inmobiliaria Domus” en las redes es imprescindible. Todo tipo de clientes, principalmente jóvenes, podrán acceder a nuestros productos por varias plataformas como Instagram, Twitter, WhatsApp, Facebook, etc. En estas plataformas no solo podrán visualizar los inmuebles, sino que podrán comunicarse con nosotros para pedir información o asesoramiento.

Por otro lado, tenemos canal de distribución indirecta: por el que nuestro servicio llega al cliente potencial a través de uno o varios intermediarios. “Inmobiliaria Domus” cuenta con:

- Anuncios a través de otros portales: “Inmobiliaria Oasis, S.L.” contará de otros portales (intermediarios) de venta de inmuebles como Idealista (como vemos en la ilustración 2), MilAnuncios, Fotocasa, etc. en los que se publicaran los inmuebles para que lleguen a más clientes potenciales, esto hará que llegue a un mayor mercado ya que es una empresa nueva y no es conocida por las personas en comparación a los otros portales citados.

## Ilustración 2: Anuncios en otros portales web



Fuente: (Idealista, 2022)

### 9.6. Política de comunicación

“Inmobiliaria Domus” tiene la misión de realizar una serie de actuaciones de comunicación encaminadas proyectar una buena imagen y comenzar una reputación respetable fortaleciéndonos como empresa mediante la creación, desarrollo y difusión de nuestra imagen.

#### 9.6.1. Nombre de la empresa

Un aspecto clave de nuestro negocio es dar otra perspectiva al cliente en cuanto a la compra de una vivienda. La adquisición de una vivienda es algo muy importante para cada cliente ya que es un entorno en el que vivirá toda la vida. Por ello, queremos dar la posibilidad de comprar una vivienda a precio más asequible, en comparación de las viviendas de nueva construcción, y poder reformarla según las necesidades y gustos de cada cliente, y del mismo modo revalorizando la vivienda. También queremos dar opciones de conversión del uso de un inmueble como son los locales y convertirlo en una vivienda a un coste mucho menor.

Queremos que nuestro cliente pueda convertir el inmueble que desee en un hogar, por ese motivo he escogido el nombre Domus. Domus es de origen latino y significa “casa”, en la antigüedad se hablaba de Domus romana a una vivienda romana que representaba el ideal de una residencia de la nobleza la cual variaba en función del poder adquisitivo del propietario. El mensaje que queremos transmitir a los consumidores es que con nuestra ayuda pueden llegar a encontrar una casa con las mejores características propias de la nobleza sin necesidad de preocuparse por el precio de este.

El nombre de nuestra empresa es atractiva, diferente y despierta curiosidad, es decir, crea una primera impresión positiva e intrigante.

### 9.6.2. Imagen corporativa de la empresa

La imagen corporativa de una empresa se centra en lo que representa o la imagen positiva que genera al público por medio de ideas preconcebidas y sensaciones que transmite.

“Inmobiliaria Domus” tiene la misión de transmitir una imagen de empresa fiel, responsable y con ética. Por ese motivo, Inmobiliaria Domus cuenta con un logotipo de diseño simple, profesional, identificable y conciso. Nuestro logotipo está formado por palabras, en el que pone el nombre de la empresa, y una imagen (imagen de una vivienda simple y concreta que muestra el sector en el que nos encontramos).

Ilustración 3: Logotipo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Como vemos en la ilustración 3 el logotipo de “Inmobiliaria Domus” es de color verde, un color reconfortante que da la sensación de calma y equilibrio, del mismo modo, representa vida, renovación y oportunidad intentando reflejar que somos un negocio nuevo en proceso de expansión y que intentara dar el mejor servicio a los clientes.

### 9.6.3. Comunicación y promoción

La comunicación y promoción dentro de una empresa es una herramienta clave que utilizan las empresas para comunicar a los consumidores sobre sus productos o servicios que ofrecen y su marca para poder alcanzar las metas fijadas.

“Inmobiliaria Domus” trabaja de la manera tradicional y actual para poder llegar a un mayor número de consumidores adaptándose a sus necesidades, por ese motivo, realiza una serie de actividades para mejorar su comunicación y promoción y así estimular la demanda.

Por ello, recurre a instrumentos de promoción comercial como:

- Venta personal: cuando hablamos de venta personal hablamos del cara a cara, es decir, una comunicación oral e interactiva. De esta manera se realiza una atención directa con el cliente donde intentamos que el cliente vea lo mejor del producto, en este caso el inmueble, y las posibilidades que puede sacar del mismo. Creamos una relación estrecha lo que favorece a la atención personalizada y asesoramiento que podemos brindarle. En este caso el trato estrecho se realizaría a través del local comercial o las citas programadas por la página web con agentes

especializados en el sector inmobiliario (con conocimiento de precios, zonas de interés, tipos financiación, etc.)

○ **Publicidad:** es una forma de comunicación no personal. Nuestra empresa recurrirá a:

▪ **Publicidad impresa:** mediante inversión en folletos y tarjetas. En el caso de los folletos como somos una empresa nueva se realizaría una distribución masiva en el lugar donde se encuentre el local comercial (Valladolid). Las tarjetas se emplearían en el cara a cara con los clientes potenciales.

▪ **Publicidad exterior:** Mediante carteles situados en zonas clave de las ciudades donde se concentra el turismo, todo ello para poder llamar la atención y empezar a tener presencia o mediante carteles en los que anunciamos los pisos en venta/alquiler con el logo de la inmobiliaria como vemos en la ilustración 4.

*Ilustración 4: Cartel inmobiliario*



Fuente: (imprentaonline.net, 2022)

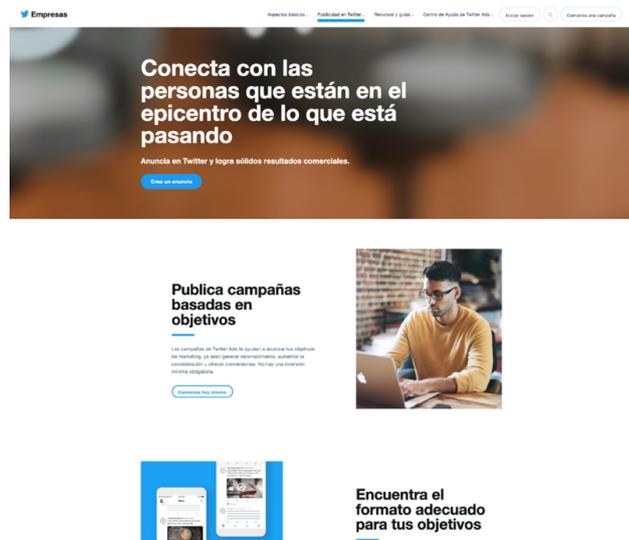
▪ **Publicidad online:** La publicidad online se convertirá en nuestro principal medio de publicidad mediante:

➤ Anuncios en buscadores como Google Ads: es importante tener un buen posicionamiento SEO ya que internet es un buen medio de comunicación, utilizaremos Google Ads (plataforma de anuncios de Google) para poder destacar en el momento exacto en el que los usuarios se interesan por el sector inmobiliario.

➤ Anuncios en la red de display: estos se realizarán en diferentes páginas web y blogs mediante banners (anuncios gráficos con elementos interactivos).

➤ Anuncios redes sociales como Facebook Ads, Twitter, etc. como en la ilustración 5.

### Ilustración 5: Anuncio en redes sociales



Fuente: (Twitter, Inc., 2022)

- Relaciones públicas: Se realizará la participación en conferencias, campañas y demás eventos en el que se establecerá buenas relaciones con diversos públicos que ayuden a posicionarnos y darnos a conocer. Se trata de comunicaciones de carácter personal, inmediato y directo que proporcionara mucho valor. También se establecerá una relación estrecha con los clientes mediante campañas de felicitaciones en días o temporadas clave para crear un vínculo de confianza.

#### 9.6.4. Presupuesto de las acciones de comunicación

El presupuesto de comunicación es un documento en el que se gestiona los recursos necesarios para la comunicación y difusión de un producto o servicio. En este caso debemos tener en cuenta el capital humano, es decir, el personal contratado que invierte trabajo y tiempo para dar a conocer y ampliar la cuota de la empresa. La inmobiliaria cuenta con 2 empleados a jornada completa con un sueldo de 14.434,00€/anuales.

El gasto que invertiremos en publicidad será:

- Publicidad impresa: La empresa realizará inversión en publicidad impresa mediante la compra de folletos (para una distribución masiva en los diferentes barrios de Valladolid y posteriormente en los principales barrios de otras ciudades según vayamos estableciendo mayor presencia en el mercado) con una dimensión A6 al precio de 24,18€/4000 folletos y tarjetas (para cada trabajador como forma de presentación de manera profesional) a un precio de 31,46€/250 tarjetas. (Binary Subject, S.A., 2022)

- Publicidad exterior: Se comprarán carteles con el logo de la inmobiliaria en los inmuebles que tendremos en cartera para dar publicidad del producto y del negocio. Compraremos 30 carteles al principio a un precio de 70,44€/10 unidades.
- Publicidad online: creación de cuentas en las principales redes sociales, creación de publicidad con Google Ads (55€/mes), todo ello contando con el personal de la empresa.
- Relaciones públicas: una parte importante de la publicidad es la presencia en eventos importantes, conferencias, etc. Y hay que afrontar todo lo que ello implique (gasolina, dietas, hotel, etc.).

*Tabla 4: Coste publicitario*

CATEGORÍA	T1	T2	T3	T4
	GASTO	GASTO	GASTO	GASTO
<b>VENTA PERSONAL</b>				
PERSONAL	7.217,00	7.217,00	7.217,00	7.217,00
<b>PUBLICIDAD</b>				
<b>Publicidad impresa</b>				
Folletos	24,18	-	24,18	-
Tarjetas	31,46	-	31,46	-
<b>Publicidad exterior</b>				
Carteles	211,32	70,44	-	70,44
<b>Publicidad online</b>				
Google Ads	165,00	165,00	165,00	165,00
Redes sociales	450,00	300,00	300,00	300,00
<b>Relaciones públicas</b>				
Eventos y demás	600,00	550,00	550,00	550,00
<b>GASTO TOTAL</b>	<b>8.698,96</b>	<b>8.302,44</b>	<b>8.287,64</b>	<b>8.302,44</b>

Fuente: Elaboración propia

## 10. Plan de Producción/Prestación de servicios

El plan de producción-operaciones describe la capacidad productiva de una empresa, es decir, el proceso de prestación del servicio con recursos humanos, tecnológicos y materiales.

### 10.1. Fases del proceso productivo o prestación de servicios

Nuestro servicio consiste en la intermediación entre aquellos clientes que busquen la compra/alquiler de una vivienda o local. Proporcionamos un servicio personalizado a cada cliente en la búsqueda del inmueble más adaptado a sus necesidades.

En un principio realizaremos un trabajo de campo contactando con propietarios de viviendas y entidades bancarias para comenzar a tener una cartera de productos que

ofrecer a clientes. Cuando los clientes acudan a nosotros, de modo online o físico, hablaremos con ellos detenidamente para que nos aporten información sobre lo que necesitan y lo que buscan en concreto (detalles de los inmuebles, precios, modos de financiación...). Así, nosotros podremos iniciar un proceso de búsqueda. En esta fase, compararemos lo que ellos buscan con lo que nosotros tenemos en la cartera. De este modo, podremos encontrar similitudes y mostrárselo al cliente para ver si es de su agrado o no. En el caso de que el cliente esté interesado en alguno de nuestros productos, procederemos a enseñarle aquel o aquellos locales acudiendo físicamente para que él mismo realice el cotejo y decida si concuerda con lo que estaba buscando o no.

Otro modo por el que nuestros clientes pueden ver, buscar y tantear para ver si tenemos algún producto que les guste o les llame la atención sería por vía online. Nuestra disposición de página web y aplicación nos permite que los clientes tengan un contacto con nosotros en el que ellos mismos hagan directamente la búsqueda.

Finalmente, si el cliente encuentra definitivamente uno de su agrado y es de su satisfacción, si él lo desea se iniciarán los procesos de compraventa del piso.

Otra posibilidad que puede existir sería que no dispusiéramos de ningún inmueble con las características que nos demanda el cliente. En este caso, emplearíamos nuestros recursos y alianzas con profesionales en reformas y daríamos la oportunidad al cliente de llevar a cabo algún tipo de remodelación en alguno de nuestros inmuebles disponibles donde él lo viera necesario para adaptarlo a sus necesidades. Además, haríamos todos los procesos formales y legales que supone una obra y daríamos al cliente toda la información sobre su estado o se le permitiría visitar la propia obra.

Si esta última opción tampoco es de su agrado, nos dispondríamos a buscar algún local con las características exigidas y disponible en el mercado y llegar a un acuerdo con su propietario para poder ser los intermediarios en esa compraventa.

## **10.2. Capacidad productiva de la empresa, coste unitario del producto/servicio...**

Cuando hablamos de la capacidad productiva de una empresa nos referimos al máximo de productos que puede producir. En nuestro caso, no fabricamos productos, llevamos a cabo una prestación de servicios inmobiliarios. Por eso, nosotros no podemos cuantificar de este modo nuestra capacidad productiva, no tenemos un límite.

El coste unitario de nuestros servicios nos referimos a cuánto nos cuesta cada servicio, es decir, los gastos que conlleva.

Los gastos que nuestra empresa tendría serían:

- De constitución y de primer establecimiento
- Alquiler local
- Inmovilizado material, inmaterial y financiero
- Amortizaciones
- Publicidad, propaganda, viajes y desplazamientos
- Sueldos y salarios
- Suministros (agua, luz, internet, papel, material oficina...)
- Seguros
- Promoción de viviendas
- Tributos e impuestos

## 11. Política de pagos a proveedores, suministradores

En el sector inmobiliario, el producto que se ofrece ya sea para la venta o el alquiler, es la vivienda. Por lo tanto, nuestros proveedores son los propietarios.

### 11.1. Descripción de proveedores

En nuestra inmobiliaria trabajaremos con los siguientes proveedores:

- **Particulares:** Se tratan de individuos particulares que desean vender o alquilar su vivienda contando con el asesoramiento, publicidad y las garantías que una inmobiliaria les puede brindar. Estos tipos de proveedores la mayoría de las veces desean vender o alquilar de manera rápida y segura obteniendo el mayor beneficio posible, para lo que prefieren acudir a los servicios de una inmobiliaria y de esta manera conseguir realizar la operación con toda la tranquilidad sin agobios correspondientes de los trámites necesarios para llevar a cabo esta operación.
- **Entidades bancarias:** Existen muchísimas viviendas que han sido embargadas por las entidades bancarias a sus clientes que no han podido continuar con el pago de sus hipotecas y lastimosamente para esas personas, los bancos proceden a embargarlos. Una vez embargadas las propiedades, lo que más desean los bancos es sacárselas de encima y obtener los beneficios monetarios. Para conseguir el ese objetivo, acuden a inmobiliarias como la nuestra para ahorrarse el tener que buscar ellos mismos potenciales compradores y, además, poder dar salidas rápidas a esos inmuebles mediante el uso del servicio de las inmobiliarias.
- **Promotoras:** las promotoras son las encargadas de promover la construcción de nuevas obras. Dichas viviendas luego serán puestas a la venta, algunas promotoras suelen cerrar el trato con los futuros propietarios directamente, pero con el fin de ampliar la comercialización muchas acuden al servicio de una

inmobiliaria para ampliar la publicidad y búsqueda de los futuros propietarios, es decir, de los compradores de esas viviendas nuevas.

## 11.2. Política de pago

Los proveedores dentro de una inmobiliaria como hemos visto son los propietarios de las viviendas que desean vender o alquilar. Nosotros no les pagamos a ellos por usar nuestros servicios, sin embargo, son ellos, los proveedores que a su vez se convierten en clientes nuestros, los encargados de pagar la comisión que les corresponde como vendedores de las propiedades. Dichas comisiones se calculan sobre el precio de las viviendas, según Deplace “Normalmente el porcentaje de la comisión se sitúa alrededor del 3% del precio final, aunque también encontramos zonas en las que las comisiones llegan al 5%, o si la casa está ubicada en la costa, puede elevarse hasta el 6%. Muchas inmobiliarias que inicialmente colocan sus comisiones entre el 2% y el 4% advierten que son negociables. No hay que olvidar que, al tratarse de unos servicios profesionales, a estas comisiones hay que añadirle un 21% de IVA. Lo que cobran las inmobiliarias por vender un piso viene tanto del comprador como del vendedor. El comprador paga para facilitar la búsqueda de su próximo piso, y el vendedor por la comodidad de que un experto se haga cargo del papeleo y la atención a los posibles compradores.” (Deplace, 2022)

En el caso de los alquileres cobraremos un porcentaje de 7% de la renta anual al inquilino y 6,5% de la renta anual del propietario, el pago de esta comisión se realizará en el momento de las escrituras. Sin embargo, en situaciones excepcionales podremos dar facilidades de pago en cuotas.

## 12. Ubicación e infraestructuras

### 12.1. Localización y justificación

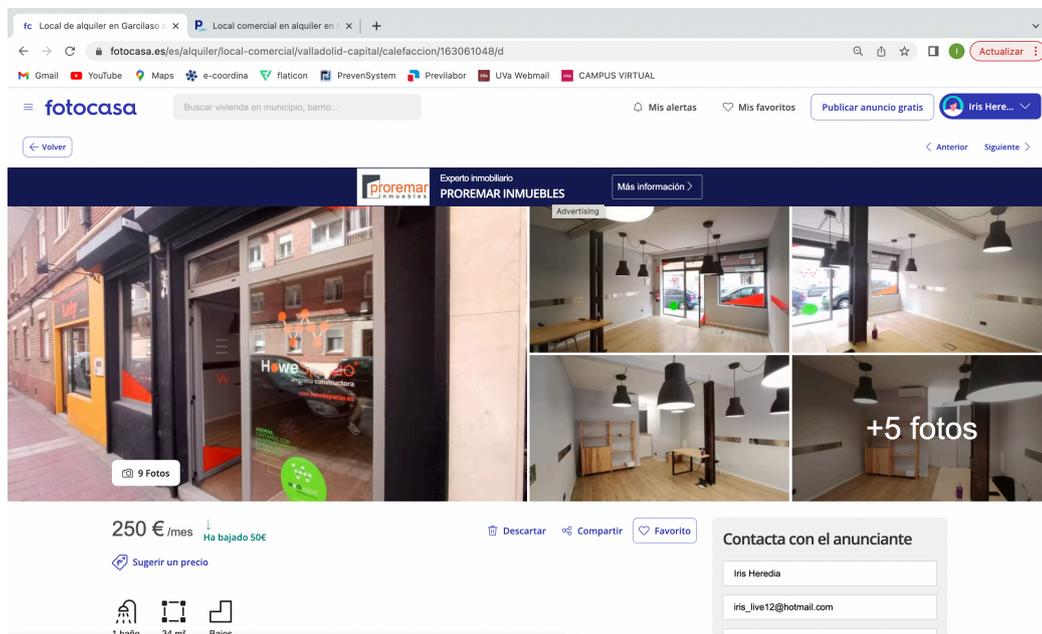
“Inmobiliaria Domus” trabajara de manera semipresencial, por un lado, trabajara online abarcando una mayor cuota de mercado y del mismo modo obteniendo nuevos clientes a costes reducidos y con una amplitud horaria. El trabajo online se realizará en la vivienda personal de los trabajadores contando con un área de trabajo bien equipada para el desempeño de la actividad laboral.

Por otro lado, trabajará presencialmente en unos horarios establecidos, ya que a pesar de que la tecnología ha avanzado mucho dando facilidades todavía existen personas que son más tradicionales y dan importancia al cara a cara y prefieren tratar este tipo de temas de manera presencial por ello contaremos con un local comercial como punto de encuentro con los clientes para la fidelización, firma de documentos, reuniones, información, proporción de otros servicios, realización de diseños gráficos con un asesoramiento personalizado, etc.

Por ello, para intentar transmitir una imagen de profesionalidad, compromiso y buen posicionamiento en el mercado inmobiliario hemos decidido optar por un local comercial en un barrio muy concurrido por la población y próximo a la zona centro de Valladolid. El local comercial elegido se encuentra en el barrio de La Rondilla, específicamente en C/ Garcilaso de la Vega como vemos en la ilustración 7. Este local se encuentra en un lugar bien situado ya que se encuentra próxima a una calle principal muy concurrida (C/Cardenal Torquemada) donde nos encontramos con una gran afluencia de personas (facilitando la captación de clientes) sin exceder la delgada línea que nos lleva al bullicio, con zonas comerciales y de restauración próximas, específicamente al lado contamos con una peluquería y una confitería de barrio, las cuales reciben una gran cantidad de clientes que favorece a nuestra visibilidad en la zona.

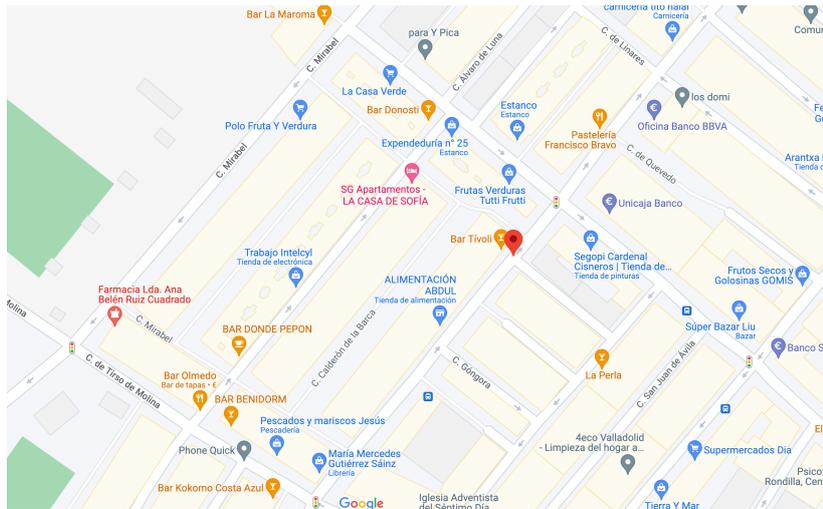
Este local comercial cuenta con un precio muy asequible (250€/mes) en comparación de otros locales de la zona que tienen un mayor precio o unas instalaciones algo antiguas. Respecto a la apariencia del edificio donde se encuentra el local, como vemos en la ilustración 5, vemos que tiene una fachada en buen estado y limpio, accesos adecuados (no hay gran afluencia de vehículos) y con buenas instalaciones de cableado para la contratación de internet y teléfono fijo.

*Ilustración 6: Local comercial*



*Fuente: (INMUEBLES, 2022)*

### Ilustración 7: Localización del local comercial



Fuente: (Google Spain, S.L., 2022)

## 12.2. Instalaciones

El local comercial escogido cuenta con una superficie de 34m<sup>2</sup> aproximadamente y se encuentra a pie de calle. Anteriormente este local era de una empresa constructora, quien llevo a cabo una pequeña reforma dando una apariencia de oficina. Cuenta con una fachada acristalada (facilitando la exposición de inmuebles), un espacio amplio y abierto en el que tenemos previsto amueblar creando dos oficinas, un cuarto de baño y un área de descanso para el personal.

Gracias al estado inicial del local no es necesario realizar ningún tipo de reforma de este, simplemente equiparlo correctamente con muebles, equipos informáticos, etc.

## 12.3. Equipamiento e inversiones materiales

Una vez escogido el local comercial con las instalaciones adecuadas el siguiente paso es la elección del correcto equipamiento e inversiones materiales antes de la puesta en marcha para poder operar en un entorno agradable.

### 12.3.1. Mobiliario, herramientas, medios de transporte, equipos informáticos...

Como hemos comentado anteriormente se trata de un local comercial reformado sin amueblar. Por ello, es necesario comprar muebles de oficina como:

- Mesas de oficina: El local cuenta con una mesa incorporada a una columna por lo que solo será necesario comprar 1 mesa, de Ikea. (Ikea, 2022)
- Sillas: se realizará la compra de 2 sillas de escritorio de Comifort a 56,90€/unidad con características confortables para el trabajo en oficina como se

puede ver en la ilustración 8 y otras 6 sillas para los clientes de Ikea. (Comifort, 2022) (Ikea, 2022)

- Impresora: una impresora multifunción laser monocromo marca brother (203,23€) para toda la oficina como el de la ilustración 8. (Brother, 2022)
- Estanterías: contaremos con 2 estanterías de Ikea para la oficina (69€/unidad). (Ikea, 2022)
- Ordenadores: se realizará la compra de 1 ordenador de mesa de segunda mano en Infocomputer por 199,41€ y 2 pantallas de ordenador de Amazon a 140€ cada una. (Infocomputer, 2022) (Amazon, 2022)
- Material de oficina: compraremos bolígrafos, hojas, calculadoras, separador de hojas, etc.

En el caso del trabajo en casa, será necesario acondicionar un espacio de trabajo y para ellos será necesario comprar:

- Material de oficina: grapadoras, carpetas, memoria externa, bolígrafos, etc.
- Ordenadores: no será necesario comprar ordenadores ya que cada uno ya dispone del suyo. Sin embargo, se realizará la compra de una Tablet para el trabajador de Huawei a 169€ para que pueda trabajar desde casa, en las citas con clientes, los open house, etc. (Huawei, 2022)
- Mesas: tampoco será necesario comprar mesas ya que cada persona ya dispone de una mesa de trabajo.

*Ilustración 8: Bienes de inversión*

## COMIFORT



*Fuente: (Comifort, 2022) (Brother, 2022)*

### 13. Organización y Recursos Humanos

El capital humano es un factor importante en las empresas dado que de un modo u otro los trabajadores son los encargados de que los resultados comerciales sean positivos.

En la actualidad, es necesario buscar candidatos que motiven, conozcan y que cumplan con las expectativas del comprador, conozcan bien el mercado en el que van a trabajar y la competencia aportando valor a la empresa.

El departamento de Recursos Humanos es el encargado de la gestión del capital humano (grado de adaptación y capacitación), se encarga del reparto, de manera estructurada, de tareas, selección y contratación de empleados, formaciones, análisis de rendimientos de los empleados, entre otros.

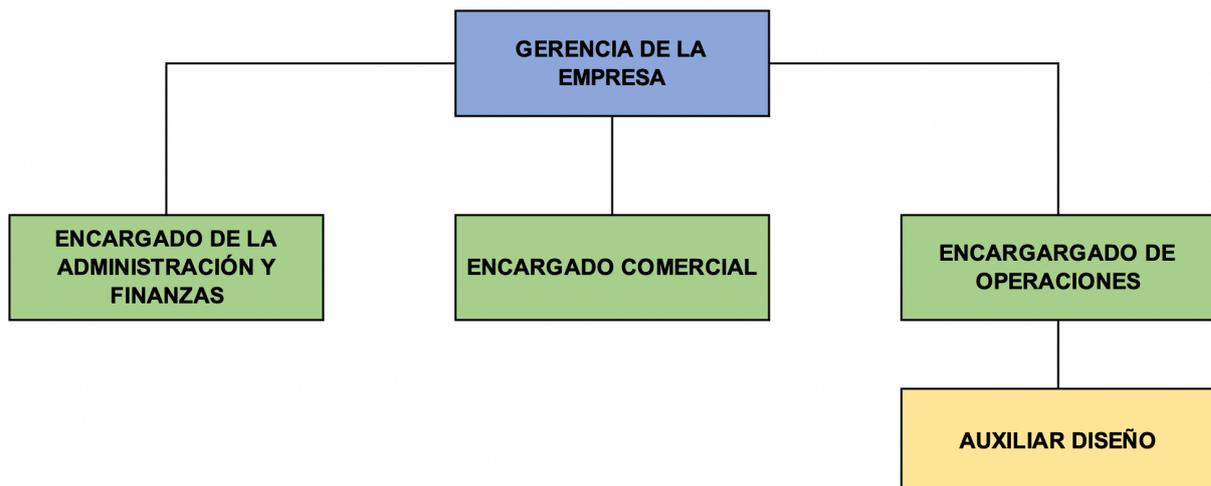
#### 13.1. Sistema de organización, personas necesarias, funciones y responsabilidades

Un sistema de organización empresarial adecuada aumentara la productividad con los recursos disponibles de la empresa.

##### 13.1.1. Organigrama

Presentación del organigrama funcional que se llevara a cabo desde el inicio de la actividad.

Ilustración 9: Organigrama de la inmobiliaria



Fuente: Elaboración propia

### 13.1.2. Personas que participan en la empresa y sus funciones

La empresa contará con una plantilla de 2 trabajadores. Según el organigrama presentado distinguimos niveles organizativos, en la cúspide del organigrama encontramos a gerencia de la empresa, la cual, estará dirigida por el gerente de la inmobiliaria, en este caso será Iris Michelle Heredia Román en calidad de autónoma. Las funciones que llevará a cabo son:

- Planificación de estrategias (alcanzando las metas de la inmobiliaria)
- Organización de los recursos y del personal.
- Orientación y control interno.
- Supervisión de las finanzas.
- Representación legal y judicial de la empresa de cara al público.
- Identificación de los riesgos de la compañía.
- Análisis de oportunidades que deriven en beneficios.

La persona encargada de la administración y las finanzas será el gerente ya que es un nuevo negocio y se intenta reducir los costes hasta obtener un hueco en el mercado inmobiliario y generar ingresos que permitan la contratación de más empleados en función de la demanda empresarial. Las funciones principales que se llevara a cabo en este puesto serán:

- Control administrativo-financiero (control área de contabilidad y finanzas de la inmobiliaria).
- Coordinación y supervisión de los recursos humanos, materiales y de servicios.
- Desarrollo y control de políticas, normas y actividades comerciales.
- Elaboración de documentos e informes legales.
- Coordinación interdepartamental.
- Control y supervisión de la productividad.
- Soporte técnico y de infraestructuras.

(CONSEJERIA DE ECONOMIA, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD,  
2020)

La persona encargada del ámbito comercial será un empleado con experiencia en ventas, las funciones que realizara son:

- Planificar, supervisar y fijar proyectos inmobiliarios.
- Planificación de objetivos SMART (Específicos, medibles, alcanzables, relevante y limitados en el tiempo).
- Localización y promoción de programas de inmuebles.
- Planificación del presupuesto de ventas.
- Evaluación y desarrollo de estrategias de marketing.
- Coordinación con otros departamentos.
- Administración de proyectos y ofertas inmobiliarias.
- Análisis de ventas, del mercado y elaboración de estrategias (tendencias y gustos del público objetivo).

La persona encargada de las operaciones será otro empleado cuyas funciones principales serán:

- Gestión y administración de inmuebles en cartera.
- Desarrollo de estrategias para la optimización de los procesos.
- Control de operaciones y garantizar la eficiencia de venta, compra o alquiler de inmuebles.
- Control de protocolos y procedimientos del servicio al público.
- Gestión de relaciones con proveedores y otros.

Del mismo modo será la persona encargada del diseño (hasta que se realice una contratación de otro empleado cualificado) y sus funciones serán:

- Diseño y presentación de bocetos.
- Posicionamiento SEO, control de la página web y de redes sociales.
- Supervisión de procesos de producción.
- Selección y coordinación de proveedores gráficos.
- Fidelización de clientes.
- Control publicitario.
- Elaboración de presupuestos de cada diseño realizado.

### 13.2. Sistema de selección y forma de contratación

El proceso de selección de personal está a cargo del departamento de Recursos Humanos, en este caso, se encarga la dirección general de la inmobiliaria. Este proceso tiene una gran importancia ya que gracias a este formaremos un equipo competitivo que fortalecerá la estrategia empresarial.

Para una selección del personal adecuada hay que evaluar una serie de aspectos entre los candidatos:

- Valores, entusiasmo y propósito.
- Actitud y profesionalidad.
- Capacidad de negociación.
- Experiencia laboral.
- Formación académica.
- Motivaciones y expectativas del puesto.

La inmobiliaria realizará el proceso de selección del personal, de manera planificada y presencial, con diferentes fases por las que tendrán que pasar los candidatos hasta encontrar al candidato adecuado. Las fases que seguir serán:

- Publicación de la oferta de empleo en la página web de la inmobiliaria y a través de portales digitales como LinkedIn, JobToday, Infojobs, etc.
- Selección de los candidatos más adecuados para el puesto con una criba curricular a través de unos filtros diseñados por la inmobiliaria de manera que identificaremos las cualidades que encajen con el puesto en cuestión.
- Una vez realizado la criba curricular se procederá a la verificación de datos y posterior planificación de cita presencial con los seleccionados.
- Entrevista al candidato en el que se realizarán preguntas claves, una prueba práctica en la que demostrarán sus capacidades, se explicara (por encima) las condiciones del puesto de trabajo y finalmente se desarrollara un informe de cada candidato según dicha entrevista.
- Recopilación del informe de cada candidato y los resultados de las pruebas. Con toda la información recopilada se realizará la toma de decisión final (por parte de la dirección general).
- Contratación e incorporación del candidato elegido.
- Formación y seguimiento continuo.

## 14. Política de remuneraciones

Según Bizneo “Un sistema de remuneraciones es un método que determina cómo recibe el trabajador los pagos y otras compensaciones por las tareas desempeñadas para la empresa. Algo que puede variar en función de su productividad, de su esfuerzo, de su capacidad y de su responsabilidad” (BIZNEO SOLUTIONS, S.L., 2020)

Podemos diferenciar diversas remuneraciones económicas:

- Sueldo (Remuneración ordinaria): Pago de una cantidad monetaria por los servicios y actividades laborales realizadas. Esta cantidad monetaria va en función del convenio que le corresponda, la actividad que realice y la antigüedad que tenga. Es importante tener en cuenta el estatuto de los trabajadores, con relación al salario existe un salario mínimo interprofesional en el que según el art. 27 del BOE “El Gobierno fijará, previa consulta con las organizaciones sindicales y asociaciones empresariales más representativas, anualmente, el salario mínimo interprofesional, teniendo en cuenta:

- El índice de precios de consumo.
- La productividad media nacional alcanzada.
- El incremento de la participación del trabajo en la renta nacional.
- La coyuntura económica general

Igualmente se fijará una revisión semestral para el caso de que no se cumplan las previsiones sobre el índice de precios citado ...” (Boletín Oficial del Estado, 2015)

- Sobresueldo (Remuneración extraordinaria): Pago de una cantidad monetaria por las horas extras realizadas adicionales a su jornada ordinaria pactada según convenio colectivo o contrato, estas no podrán superar la cantidad de 80h al año salvo excepciones establecidas en el art. 35 del Estatuto de los trabajadores. En el caso de que no se haya pactado el modo de compensación de las horas extraordinarias se compensara con descanso en los 4 meses siguientes. Las horas extraordinarias son de aspecto voluntario y no puede superar las 3h diarias.

- Prestación: Cantidad de dinero que recibe el trabajador como beneficio adicional para cubrir necesidades que no son satisfechas con el salario mensual como bonos de comida, descuentos en guardería, descuentos en gasolina, formaciones, planes de pensiones, entre otros. Estos no pueden superar el 30% del salario mensual.

- Comisión: La comisión consiste en el cobro de un porcentaje sobre el valor de una transacción, es decir, es un complemento salarial variable cuyo objetivo es incentivar a los empleados y mejorar la fuerza de ventas.

“Inmobiliaria Domus” contará con un empleado (administrador general) durante el primer mes de arranque. En este mes el administrador general realizara la contratación de dos trabajadores, estos ocuparan el puesto de gestor/a de marketing y comunicación (en calidad de gerente comercial) y oficial administrativo (en calidad de gerente de operaciones).

En cuanto a la remuneración de cada empleado se tendrá en cuenta las tablas salariales del convenio colectivo estatal para empresas de gestión y mediación inmobiliaria, por tanto:

- Comerciales captadores/as visitantes: el empleado contará con una jornada laboral completa con un salario de 14.434,00€/anuales (12 pagas ordinarias y 2 pagas extraordinarias prorrateadas)
- Auxiliar de servicios: el empleado contara con una jornada laboral completa con un salario de 14.434,00€/anuales (12 pagas ordinarias y 2 pagas extraordinarias prorrateadas)

(Boletín Oficial del Estado, 2022) Visualizado en el **Anexo 1 Tabla 1**.

## 15. Aspectos Formales- Legislación a tener en cuenta

Según Ega Futura Nave “Los aspectos legales de la empresa son todos los trámites, procesos y documentos de orden legal necesarios para operar en el mercado sin impedimentos” (EGA Futura LLC, 1994)

Es muy importante un adecuado asesoramiento legal y jurídico ya que gracias a ello el negocio tendrá estabilidad con resultados positivos.

### 15.1. Forma jurídica

Es necesario un análisis de todas las opciones jurídicas para comenzar un negocio teniendo en cuenta todos los trámites legales necesarios.

“Inmobiliaria Domus” será un negocio dirigido por una persona física en condición de autónomo (gerente general). Según Sumup “Un autónomo (en inglés soletrader o *freelancer*) es aquella persona física que realiza de forma habitual un trabajo para obtener una remuneración, sin un contrato de trabajo que lo vincule a trabajar por cuenta del empleador” (SumUp Limited, 2020)

La elección de autónomo para comenzar la actividad comercial es idónea para empresas de tamaño reducido ante la posibilidad de que el arranque sea difícil ya que conlleva diversos factores que facilitan el inicio de la actividad, como:

- Autonomía laboral: Al convertirse en autónomo te conviertes en tu propio jefe, sin necesidad de depender de nadie. Adoptas las mejores estrategias, consigues una gran amplitud y libertad horaria, proyectos, una mayor conciliación, posibilidad de crecimiento económico (en función de las comisiones), etc.
- Costes reducidos: En cuanto a la constitución de la empresa el coste es menor que el de una sociedad, la contabilidad de un autónomo es mucho más sencillo por lo que el coste de la gestión es menor, no hay necesidad de un capital mínimo, etc.
- Trámites de gestión sencillos: La tramitación del alta como autónomo conlleva trámites sencillos con:
  - AEAT (Agencia Estatal de Administración Tributaria)
  - Seguridad Social
- Facturación: La previsión anual de facturación no será superior a 100.000€ porque en un principio la mejor opción es ser autónomo. Sin embargo, si nuestra facturación crece a medida que pasa el tiempo se plantearía la constitución de una forma societaria acorde a la nueva situación que se produzca.
- Ayudas: Existen una gran variedad de ayudas para autónomos emprendedores que pueden favorecer nuestra entrada en el mercado inmobiliario.

*Tabla 5: Información general de la inmobiliaria*

Tipo de empresa	Nº de socios	Capital	Fiscalidad	Responsabilidad
Empresario individual (Autónomo)	1	No existe mínimo legal	IRPF (Aplicado al IAE)	Ilimitada

(García, 2021)

## 15.2. Trámites de constitución de la empresa

Los trámites generales necesarios para la constitución de la empresa son:

- Alta en el censo de empresarios, profesionales y retenedores en Hacienda (AEAT) con el Modelo 037 ya que será una persona física que va a desarrollar una actividad económica en España y obtendrá beneficio de ello.
- Alta en Seguridad social, específicamente en el RETA (Régimen especial de trabajadores autónomos – se encarga de regular la cotización a la seguridad social de trabajadores autónomos) a través del modelo TA0521 en el que especificaré el CNAE (Código Nacional de Actividades Económicas) que en este caso será: 6831.
- Creación de un certificado electrónico: se trata de un documento digital que contiene claves criptográficas necesarias para la firma automática, esta es expedida por la FNMT-RCM. No es necesario la obtención del certificado electrónico, pero es muy recomendable para la realización de trámites telemáticos o firma de documentos de manera online.

Los trámites necesarios según la actividad que se realizara son:

- Licencia de actividades e instalaciones y obras: Este trámite se realizará de forma telemática a través de la sede electrónica del Ayuntamiento de Valladolid y consiste en una declaración responsable de comunicación de inicio de la actividad en un determinado local.

Para la contratación de trabajadores es necesario darse de alta previamente en Seguridad Social como empresario con el Modelo TA.6 y solicitar el código cuenta de cotización.

Finalmente, los trámites necesarios por la contratación de trabajadores son:

- Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social: Presentando el modelo TA.2/S, un modelo estándar que sirve para comunicar el alta, baja o cualquier tipo de variación por cuenta ajena.
- Alta de los contratos de trabajo: En un plazo de 10 días el autónomo debe presentar el contrato firmado por el trabajador en el SEPE (Servicio de Empleo Público Estatal)
- Obtención del calendario laboral: Se realizará y presentará el calendario laboral de acuerdo con la regulación del Ministerio de Trabajo y Economía Social, en este se especificará los días de trabajo, festivos, descansos

semanales o entre jornadas y otros días inhábiles teniendo cuenta lo máximo permitido legalmente.

Los trámites necesarios complementarios son:

- Registro de signos distintivos: en este caso se realizaría en la oficina española de patentes y marcas para el registro del nombre comercial de la empresa (Inmobiliaria Domus).

- Contratación de seguro de responsabilidad civil.

(Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022)

### **15.3. Normas y disposiciones legales**

Es necesario la existencia de una normativa legal para un perfecto funcionamiento de la actividad económica de un país ya que regula el marco de desarrollo de las actividades económicas, la política económica, la competitividad, etc.

En cuanto a las normas y disposiciones legales principales que afectan a nuestro negocio encontramos:

- Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del trabajo autónomo: Regula el régimen profesional de los autónomos, derechos y deberes, prevención de riesgos laborales, reconoce y regula la figura del autónomo, establece los principios generales de protección social y fomenta el trabajo del autónomo.

- Real Decreto 1613/1981, de 19 de junio, por el que se aprueban los Estatutos Generales de la profesión de Agente de la Propiedad Inmobiliaria y de sus Colegios Oficiales y Consejo General.

- Resolución de 27 de diciembre de 2019, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal para las empresas de gestión y mediación inmobiliaria.

Además, deberemos tener en cuenta otras disposiciones legales que afectarán al desarrollo de nuestro negocio:

- Real Decreto 197/2009, por el que se desarrolla el Estatuto del Trabajo Autónomo en materia de contrato del trabajador autónomo económicamente dependiente y su registro y se crea el Registro Estatal de asociaciones profesionales de trabajadores autónomos.

- Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internalización.

- Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
- Ley 49/1960, de 21 de julio, sobre propiedad horizontal: regula los órganos de la comunidad de propietarios.
- Ley 38/1999, de 5 de noviembre, de ordenación de la edificación: donde se establecen garantías de vivienda de nueva construcción.
- Real Decreto 1/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Catastro Inmobiliario: tiene el objetivo de valorar y controlar los inmuebles de España, entre otros.
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.
- Ley 8/2013, de 26 de junio, de rehabilitación, regeneración y renovación urbanas.
- Ley 4/2013, de 26 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas.
- Real Decreto 235/2013, de 5 de abril, para la defensa de certificaciones de eficiencia energética de los edificios.
- Real Decreto 233/2013, de 5 de abril, Plan Estatal de fomento de alquiler de viviendas.
- Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, para las valoraciones de Ley de Suelo.
- Ley 10/2010, de 28 de abril, en contra del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario.
- Decreto Legislativo 1/2015, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Prevención Ambiental de Castilla y León
- Ordenanza Fiscal reguladora de las tasas por licencias ambientales y de actividades sometidas al régimen de comunicación
- Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.

- Ley 25/2009, de 22 de diciembre, para el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio.
- Real Decreto 2/2008, de 20 de junio, Ley de Suelo.
- Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos.
- Real Decreto 42/2022, de 18 de enero, por el que se regula el Bono Alquiler Joven y el Plan Estatal para el acceso a la vivienda 2022-2025: con el objetivo de mejorar la accesibilidad de las viviendas.

## 16. Calendario de Puesta en Marcha

A continuación, se presenta una estimación de puesta en marcha antes del inicio de la actividad y de las actividades que se llevarán a cabo en el inicio de la actividad empresarial.

*Ilustración 10: Calendario de puesta en marcha*

ACCIONES	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio de mercado y Plan de viabilidad	■	■	■													
Elaboración Plan de negocio		■	■	■												
Obtención de capital financiero				■												
Alta como autónomo										■	■					
Registro del nombre inmobiliaria										■						
Obtención de licencia de inicio de actividad												■	■			
Busqueda de proveedores				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Busqueda de empresas de construcción				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Selección del local comercial										■	■	■	■			
Contratación de suministros												■	■			
Adquisición material de oficina y mobiliario										■	■	■	■			
Montaje de mobiliario												■	■	■		
Selección de personal												■	■	■	■	■
Formación de personal															■	■
Establecimiento de políticas											■	■	■	■		
Compra dominio (CRM)												■	■	■		
Creación de página web												■	■	■	■	■
Creación de campañas publicitarias (Carteles, redes, etc.)												■	■	■	■	■
Inicio de operación													■	■	■	■

Fuente: Elaboración propia

## 17. Plan Económico-Financiero

Según Ulab “Un plan económico financiero es una parte imprescindible de la planificación de un negocio. En este tipo de planes financieros se debe recopilar toda la

información detallada y cuantificada de los planes y objetivos que vaya a desarrollar tu empresa ...” (ULAB IDEAS MEETING POINT SLU, 2020)

El plan económico-financiero evalúa el proyecto empresarial y analiza la viabilidad gracias a la recopilación de datos por lo que nos permite el análisis de la rentabilidad, liquidez y solvencia de la empresa.

### 17.1. Política de Inversiones

El plan de inversión consiste en el análisis de todos los costes que tengo que sopesar al inicio de la actividad comercial formando parte de la planificación financiera del plan económico-financiero, es decir, presenta el origen de partida y el destino de la inversión.

Para poder realizar un análisis correcto de los costes que tendré al inicio de la actividad es importante diferenciar entre gasto e inversión. El gasto consiste en el desembolso de una cantidad de dinero para la utilización de un bien o servicio sin que genere beneficio al negocio, por otro lado, entendemos como inversión al desembolso de una cantidad de dinero en un bien o servicio con la finalidad de conseguir un rendimiento futuro, formando parte del patrimonio de la empresa.

En cuanto a gastos, es necesario la realización de una previsión de gastos antes de comenzar la actividad, en nuestro caso:

- Gastos de constitución: Incluyendo la cuota de autónomo con un importe de 50€ mensuales (tarifa plana reducida) durante los primeros 12 meses al ser un autónomo nuevo, la contratación de un seguro de responsabilidad (no obligatorio) debido a las coberturas y seguridad que nos ofrece, contratación de una gestoría para la tramitación de documentos y la obtención de la licencia de inicio de actividad con un importe de 400€.
- Gastos de primer establecimiento: Dado que el primer mes no tengo empleados no incluyo el gasto personal ni de formación, únicamente incluyo el gasto publicitario de la empresa calculado en la **Tabla 4** (aunque el cálculo estimado es trimestral dado que se estima que dure trimestralmente el gasto se realizará al inicio de la actividad)
- Gastos corrientes generales: Incluimos el gasto de contratación de suministros como luz, agua, internet, un depósito de 3 meses de alquiler y el gasto de material de oficina (carpetas, folios, bolígrafos, etc.)

En cuanto a la inversión, la principal inversión será destinada al acondicionamiento del local comercial y todos los aspectos relacionados a la adquisición de sistemas informáticos especializados para la actividad, detallado en la siguiente tabla:

Tabla 6: Plan de inversión

INVERSIÓN	AÑO 0
Concepto	Importe
<b>Inmovilizado Intangible</b>	<b>1.177,28</b>
Desarrollo	
Concesiones	
Patentes, licencias, marcas y similares	337,28
Fondo de comercio	
Aplicaciones informáticas (CRM inmobiliario)	840,00
Investigación	
Otro inmovilizado intangible	
<b>Inmovilizado Material</b>	<b>1.434,00</b>
Mesas de oficina (1 unidad)	79,00
Sillas de despacho (2 unidades)	114,00
Sillas de clientes (6 unidades)	252,00
Impresora (1 unidad)	203,00
Estantería (2 unidades)	138,00
Pantalla de ordenador (2 unidades)	280,00
Ordenador (1 unidad)	199,00
Tablet (1 unidad)	169,00
<b>Inmovilizado Financiero</b>	<b>500,00</b>
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>2.600,00</b>
Existencias	
Deudores comerciales y cuentas a cobrar	
Inversiones financieras	
Tesorería	2.600,00
<b>Gastos iniciales</b>	<b>3.016,96</b>
Gastos de constitución	535,00
Gastos de puesta en marcha	2.481,96
<b>IVA a financiar</b>	<b>1.181,93</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>9.910,17</b>

Fuente: Elaboración propia

Como vemos en la tabla hemos realizado inversión informática con la obtención de un CMR inmobiliario (APLICACIONES INMOVILLA, S.L.U, 2022) para la creación de la página web, obtención de dominio gratuito, gestión de clientes, etc. con un coste mensual de 70€ (pago único de 840€). Por otro lado, es necesario el registro de la marca del negocio a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas con un coste de 337,28€ con una duración de 10 años. Como inmovilizado material tendremos el mobiliario para el local comercial y una cantidad de 500€ en concepto de fianza en el inmovilizado financiero.

En la tabla hemos incluido la cantidad de 3.016,96€ correspondiente a los gastos totales calculados en el **Anexo 2 tabla 1: Previsión de gastos iniciales** dado que necesitamos contar con esa cantidad para el inicio de la actividad. Se considera la necesidad de contar con una cantidad de 2.600€ en tesorería en concepto de colchón en caso imprevistos, siendo necesario una inversión total de 9.910,17€.

## 17.2. Política de Financiación

El plan de financiación hace referencia a los fondos económicos de los cuales conseguimos los recursos necesarios para poder financiar el plan de inversiones de la actividad comercial, este se puede realizar a través de recursos propios o recursos ajenos.

El plan de financiación de “Inmobiliaria Domus” se basará en los recursos propios aportados por el gerente. Como vemos en la **Tabla 6: Plan de inversión** para poder comenzar la actividad comercial, según los cálculos realizados, es necesario una inversión total de 9.910,17€.

En este caso el gerente, Iris Michelle Heredia Román, realizará una aportación total de 10.000€

### 17.3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional

En este apartado veremos los ingresos (beneficios) y gastos (pérdidas) que obtendremos el primer año y la estimación de los años siguientes. En primer lugar, analizaremos la previsión de ventas anuales que se estima para los 4 primeros años de actividad de la inmobiliaria. En el **Anexo 3 tabla 1: Estimación de ingresos (primeros cuatro años)** vemos de manera desglosada los ingresos que obtendremos por las operaciones de compraventa, alquiler y servicios extraordinarios que nos proporcionarán ingresos extra.

Para poder calcular los ingresos previstos respecto a la compraventa hemos tomado como referencia un precio base de 100.000€/vivienda, por cada operación cerrada obtendremos una comisión de 3,5%. Por las operaciones de alquiler de pisos hemos tomado un precio base de 500€/piso, por cada operación cerrada recibiremos 7% de la renta anual por parte del inquilino y 6,5% de la renta anual por parte del propietario. Respecto a una previsión anual de los ingresos obtenidos de las operaciones cerradas dada la alta competencia existente en el mercado he previsto una subida anual del 2% en el 2º año y 3% en los años restantes tanto en ventas como en alquileres como podemos ver en el **Anexo 3 tabla 1**. Como hemos comentado anteriormente queremos crear vínculos con empresas constructoras de manera que podamos ganar beneficio ambas partes dado que al tener una cartera de este tipo de empresas, las cuales proporcionarán a nuestros clientes precios exclusivos, daremos publicidad de los servicios que ofrecen y al mismo tiempo obtendremos unos ingresos extras en función de las reformas que consigamos acordar con el cliente, sin embargo dada los cambios del mercado, subidas de precio y la existencia de una gran variedad de constructoras no es posible cuantificar con exactitud las ganancias que obtendremos de este servicio, por ello, estimamos una media de 2 operaciones al año con un incremento del 0,5% en nuestra comisión por año transcurrido.

Por cada operación cerrada tenemos previsto ganar una comisión del 3% del valor del coste de la reforma, teniendo en cuenta que las reformas a gusto del cliente suelen tener materiales de calidad media-alta y los precios de estos en el mercado estimamos un

coste medio de 37.000€ por reforma, por tanto, obtendríamos una comisión de 1.110€/reforma.

Por otra parte, consideramos los gastos que afrontaremos por la actividad de la inmobiliaria. A continuación, veremos de manera desglosada los gastos que tendremos afrontar durante el primer año de actividad.

Debemos tener en cuenta el gasto de personal que tendremos, dado que somos nuevos en el sector y tenemos poca presencia en el mercado dada la alta competitividad que existe en la actualidad vamos a estimar que durante los 4 primeros años solo realizaremos la contratación de 2 empleados. Como vemos en el **Anexo 1 tabla 2** el coste de cada empleado anualmente nos saldría por una cantidad de 18.987,93€ incluido el coste de la seguridad social que tendremos que afrontar. Durante los 3 años siguientes estimamos que se contemplara una subida media salarial de 2,5% cada año.

Parte de la actividad se realizará en el local comercial por tanto es necesario el cálculo del coste de todo lo relacionado a ello. Por un lado, respecto al arrendamiento del local comercial el primer año pagaremos un total de 2.750€ ya que pagaremos mensualmente a mes vencido 250€ (500€ en concepto de fianza excluido de este importe), estimamos que se produzca una subida del 1,9% (TITANIA COMPAÑIA EDITORIAL, S.L., 2022). Por otro lado, tendremos en cuenta el coste de los suministros contratados del local comercial (luz, agua, internet) por un importe total de 2.200€ (pago a mes vencido).

Para poder tener mayor presencia es necesario un gasto publicitario (banners, carteles, etc.), dado que en un principio queremos aminorar gastos destinaremos una cantidad de 4.723,48€ durante el primer año y prevemos invertir un 4% cada año. En cuanto al CRM contratado se mantendrá constante ya que el precio medio de este tipo de producto/servicio ronda el precio que pagamos actualmente.

Otro gasto por considerar es la cuota de autónomo, el cual, pasará de 50€ mensuales a unos 294€ dado expira la ayuda a autónomos. El seguro de responsabilidad civil se mantendrá constante como el importe de la asesoría (dado que los trámites que tendrán que realizar serán mínimos).

Otro gasto que analizar es el de la amortización de los bienes de la inmobiliaria. La amortización hace referencia a la pérdida de valor causado por el tiempo y el uso de los bienes tangibles o intangibles, podremos deducir esta pérdida como gasto del patrimonio de la inmobiliaria de acuerdo con unas tablas oficiales de amortización que pone a nuestra disposición la AEAT. En el **Anexo 3 tabla 2** vemos la amortización de nuestro inmovilizado tangible e intangible, calculado según la tabla de amortización simplificada de AEAT con el método lineal o de cuotas fijas. En nuestro caso:

- Amortización del inmovilizado tangible: 279,56
- Amortización del inmovilizado intangible: 218,40

Recopilando todos los datos, como vemos en la Tabla 7 en el año 2023 obtendríamos una ganancia de 74.970€ y una pérdida de 47.877,52€ llegando a un resultado de explotación de 27.092,48€. Según las estimaciones de los siguientes años vemos que en 2024 nuestro resultado del ejercicio será menor que el anterior ya que se produce un incremento de los gastos (especialmente la cuota de autónomos y los gastos derivados del aumento salarial que tenemos previsto). Sin embargo, como vemos en la Tabla 7 a partir de 2024 incrementaremos nuestro resultado lentamente.

*Tabla 7: Cuenta de pérdidas y ganancias (4 primeros años)*

	2023	2024	2025	2026
1. Importe neto de la cifra de negocios	74.970,00	76.436,10	78.466,86	80.764,80
7050000 PRESTACIONES DE SERVICIOS	74.970,00	76.436,10	78.466,86	80.764,80
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Otros ingresos de explotación	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Gastos de personal	-37.975,86	-38.925,20	-39.898,33	-40.895,78
6400000 SUELDOS Y SALARIOS	-28.868,00	-29.589,62	-30.329,36	-31.087,59
6420000 SEGURIDAD SOCIAL A CARGO DE LA EMPRESA	-9.107,86	-9.335,58	-9.568,97	-9.808,19
7. Otros gastos de explotación	-9.403,70	-12.296,10	-6.800,75	-6.915,39
6210000 ARRENDAMIENTOS Y CÁNONES	-2.750,00	-2.802,25	2.855,49	2.909,74
6270000 PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y RELACIONES PÚBLICAS	-3.903,70	-4.059,85	-4.222,24	-4.391,13
6280000 SUMINISTROS	-2.200,00	-2.200,00	-2.200,00	-2.200,00
6290000 OTROS SERVICIOS	-550,00	-3.234,00	-3.234,00	-3.234,00
8. Amortización del inmovilizado	-497,96	-497,96	-497,96	-497,96
6800000 AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO INTANGIBLE	-218,40	-218,40	-218,40	-218,40
6810000 AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO MATERIAL	-279,56	-279,56	-279,56	-279,56
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y o	0,00	0,00	0,00	0,00
10. Excesos de provisiones	0,00	0,00	0,00	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado	0,00	0,00	0,00	0,00
12. Otros resultados	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>A) RESULTADO DE EXPLOTACION (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12)</b>	<b>27.092,48</b>	<b>24.716,84</b>	<b>31.269,82</b>	<b>32.455,67</b>
13. Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00
14. Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00
15. Variación de valor razonable en instrumentos financiero	0,00	0,00	0,00	0,00
16. Diferencias de cambio	0,00	0,00	0,00	0,00
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos fina	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B) RESULTADO FINANCIERO (13+14+15+16+17)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)</b>	<b>27.092,48</b>	<b>24.716,84</b>	<b>31.269,82</b>	<b>32.455,67</b>
18. Impuestos sobre beneficios	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+18)</b>	<b>27.092,48</b>	<b>24.716,84</b>	<b>31.269,82</b>	<b>32.455,67</b>

*Fuente: Elaboración propia (programa Aplifisa)*

#### 17.4. Presupuesto de tesorería

Según Economipedia “El presupuesto de tesorería o presupuesto de caja es un documento que recoge las previsiones de entradas y salidas de dinero a corto y medio plazo y cuyo objetivo consiste en asegurar la buena salud financiera de liquidez de la compañía en el corto y medio plazo ...” (ECONOMIPEDIA, S.L., 2022)

La tesorería representa la diferencia entre cobros y pagos que realiza la inmobiliaria, es decir, los flujos de caja o Cash Flow. Gracias a la tesorería podremos ver el estado de la liquidez (capacidad de hacer frente a los pagos) de la empresa.

Tabla 8: Cash Flow (4 primeros años)

	2023	2024	2025	2026
<b>COBROS</b>				
Aportación capital	10.000,00	0,00	0,00	0,00
Saldo inicial	0,00	18.390,52	26.656,34	35.344,03
Cobros por alquileres	20.250,00	20.655,00	21.068,10	21.700,14
Cobros por ventas	52.500,00	53.550,00	55.156,50	56.811,20
Otros ingresos	2.220,00	2.231,10	2.242,26	2.253,47
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>84.970,00</b>	<b>94.826,62</b>	<b>105.123,20</b>	<b>116.108,84</b>
<b>PAGOS</b>				
Inmovilizado	1.434,00	0,00	0,00	0,00
Suministros	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos de personal	28.867,92	29.589,62	30.329,36	31.087,59
Arrendamiento	3.000,00	3.057,00	3.115,08	3.174,27
Servicios prof. (asesoría)	600,00	600,00	600,00	600,00
Publicidad	4.723,48	4.912,42	5.108,92	5.313,27
Otros gastos (seguro y mat. oficina)	500,00	500,00	500,00	500,00
Pago CRM	840,00	840,00	840,00	840,00
Cuota autonomo	600,00	3.528,00	3.528,00	3.528,00
Gastos de establecimiento (Licencias)	737,28	0,00	0,00	0,00
IVA	13.768,92	13.407,67	13.788,84	14.224,54
Retenciones salariales	9.107,88	9.335,58	9.568,97	9.808,19
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>66.579,48</b>	<b>68.170,28</b>	<b>69.779,16</b>	<b>71.475,87</b>
<b>SALDO TESORERIA</b>	<b>18.390,52</b>	<b>26.656,34</b>	<b>35.344,03</b>	<b>44.632,97</b>

Fuente: Elaboración propia

### 17.5. Balance Previsional

En el balance de situación previsional encontramos los elementos patrimoniales de la empresa tanto el activo (bienes y derechos) como el patrimonio neto y pasivo (obligaciones). A través del balance podremos ver la liquidez de los pasivos y la solidez del activo.

En el activo podemos ver los bienes y derechos de nuestra inmobiliaria, como podemos ver en la Tabla 9. A su vez el activo se divide en:

- Activo no corriente: hace referencia a los activos de larga duración y con menor liquidez. En nuestro caso en este bloque tenemos:
  - Inmovilizado intangible: Dentro de este grupo contamos con la propiedad industrial que hace referencia a la patentes y marcas de la inmobiliaria, aplicaciones informáticas que hace referencia al CRM informático contratado y la amortización acumulada correspondiente al CRM. Como podemos ver en la Tabla 9 el primer año realizamos el pago de la marca de la inmobiliaria y en los siguientes años no realizamos ningún pago dada la duración

de esta. Por otro lado, el pago del CRM contratado es anual y no estimamos un aumentado dada la gran variedad del producto con precios similares.

- Inmovilizado material: dentro de este grupo tenemos el mobiliario y los equipos informáticos junto a su respectiva amortización acumulada.
- Activo corriente: hace referencia a los activos de corta duración y con mayor liquidez (mayor rapidez al convertirse en dinero). En este caso nosotros contamos con el dinero del banco (cuenta 572) y las deudas de los clientes a c/p.

La suma del activo no corriente más el activo corriente da un total de 43.531,92€ el primer año. Como vemos en la Tabla 9 el activo incrementará con el paso de los años de manera progresiva.

Tabla 9: Activo del Balance de situación (2023)

ACTIVO	2023	2024	2025	2026
<b>A) ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>2.113,32</b>	<b>1.278,08</b>	<b>780,12</b>	<b>316,20</b>
I. Inmovilizado intangible	958,88	403,20	184,80	-33,60
2030000 PROPIEDAD INDUSTRIAL	337,28	0,00	0,00	0,00
2060000 APLICACIONES INFORMÁTICAS	840,00	840,00	840,00	840,00
2806000 AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE APL. INF.	-218,40	-436,80	-655,20	-873,60
II. Inmovilizado material	1.154,44	874,88	595,32	349,80
2160000 MOBILIARIO	583,00	583,00	583,00	583,00
2170000 EQUIPOS PARA PROCESOS DE INFORMACIÓN	851,00	851,00	851,00	851,00
2816000 AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE MOBILIARIO	-58,30	-116,60	-174,90	-233,20
2817000 AMORTIZACIÓN ACUMULADA DE EQUIPOS PRO. DE APLI.	-221,26	-442,52	-663,78	-851,00
III. Inversiones inmobiliarias	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Activos por Impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B) ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>41.418,60</b>	<b>33.270,37</b>	<b>40.752,41</b>	<b>42.730,64</b>
I. Existencias	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	2.686,20	2.686,20	2.686,20	2.686,20
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios	2.686,20	2.686,20	2.686,20	2.686,20
4300000 CLIENTES (EUROS)	2.686,20	2.686,20	2.686,20	2.686,20
2. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Otros deudores	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	38.732,40	30.584,17	38.066,21	40.044,44
5720000 BANCOS E INSTITUCIONES DE CRÉDITO C/C VISTA, EURO	38.732,40	30.584,17	38.066,21	40.044,44
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>43.531,92</b>	<b>34.548,45</b>	<b>41.532,53</b>	<b>43.046,84</b>

Fuente: Elaboración propia (programa Aplifisa)

Por otro lado, contamos con el patrimonio neto, el cual está formado por fondos propios, subvenciones, donaciones y legados recibidos. En nuestro caso, como vemos en la Tabla 10, en 2023 contamos con 34.075,52€ en nuestros fondos propios de los cuales 10.000€ corresponde al capital inicial que el gerente aporta al inicio de la actividad para sopesar los costes, -3.016,96 correspondiente a las reservas voluntarias que consideramos

adecuadas para cubrir los gastos de constitución y 27.092,48€ correspondiente al resultado de explotación de la Tabla 8 (ingresos de explotación – gastos de explotación). En los siguientes años no será necesario la aportación de capital por parte del gerente ya que haremos uso del beneficio obtenido de la actividad del año anterior.

Respecto al Pasivo, consiste en las deudas y obligaciones que tiene la inmobiliaria. En este grupo distinguimos:

- Pasivo no corriente: Inmobiliaria Domus no cuenta con deudas a largo plazo (vencimiento > 1 año) dado que no tenemos ningún tipo de préstamo contratado y se espera no verse en la situación de recurrir a este en los siguientes 4 años.
- Pasivo corriente: Esto hace referencia a las obligaciones que tiene la inmobiliaria a corto plazo. Durante el primer año (2023) Inmobiliaria Domus cuenta con un Pasivo corriente de 9.456,40€ de los cuales:
  - 1.100€ corresponde a las deudas a corto plazo.
  - 8.356,40€ correspondiente a acreedores y otras cuentas a pagar donde 4.723,28€ corresponde a los acreedores por prestación de servicios (especialmente al coste publicitario que tendremos), 3.177,05€ corresponde a Hacienda pública acreedora por IVA (el IVA que hemos soportado en nuestras compras es inferior al IVA generado en nuestras ventas, por tanto es la cantidad que debemos pagar a Hacienda pública, esto se realiza gracias al modelo 303), 455,87€ corresponde a los organismos de la seguridad social acreedor (cantidad que debemos pagar a la seguridad social respecto a la cuota patronal y el % de retención por parte del trabajador o cuota obrera).

La suma del patrimonio neto y el pasivo del 2023 nos da un total de 43.531,92€ coincidiendo con nuestro activo. Durante los siguientes años ya no contaremos de capital social ni reservas y aumentará nuestro patrimonio neto en general ya que al aumentar nuestras ventas aumentarán nuestras obligaciones de pago.

Con el balance de situación podremos ver la situación de la inmobiliaria a 31 de diciembre de cada año y si esta tiene equilibrio financiero o solvencia. Es importante el concepto de fondo de maniobra ya que esto nos indica la capacidad de la empresa para hacer frente a los compromisos de pago a c/p.

$$FM = AC - PC$$

Tabla 10: Estimación del Fondo de Maniobra (4 años)

AÑO	AC	PC	FM
2023	41.418,60	9.456,40	<b>31.962,20</b>
2024	33.270,37	9.831,61	<b>23.438,76</b>
2025	40.752,41	10.262,71	<b>30.489,70</b>
2026	42.730,64	10.591,17	<b>32.139,47</b>

Fuente: Elaboración propia

En nuestro caso obtendríamos un Fondo de maniobra de 31.962,20€ en 2023, es decir, un resultado positivo que significa que nuestro AC es superior a nuestro PC siendo una situación ideal para la inmobiliaria ya que nos muestra que poseemos de una gran liquidez para hacer frente a nuestros pagos a c/p, gran autonomía y estabilidad. A pesar del bajón sufrido en 2024 como vemos en la Tabla 10 en los siguientes años experimentaremos un aumento del fondo de maniobra lo que se traduce en un aumento de liquidez favorable.

Tabla 11: Patrimonio neto y Pasivo del balance de situación (2023)

PASIVO	2023	2024	2025	2026
<b>A) PATRIMONIO NETO</b>	<b>34.075,52</b>	<b>24.716,84</b>	<b>31.269,82</b>	<b>32.455,67</b>
A-1) Fondos propios	34.075,52	24.716,84	31.269,82	32.455,67
I. Capital	10.000,00	0,00	0,00	0,00
1. Capital escriturado	10.000,00	0,00	0,00	0,00
1000000 CAPITAL SOCIAL	10.000,00	0,00	0,00	0,00
2. (Capital no exigido)	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Prima de emisión	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Reservas	-3.016,96	0,00	0,00	0,00
1130001 GASTOS CONSTITUCION	-3.016,96	0,00	0,00	0,00
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias)	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00	0,00	0,00	0,00
VII. Resultado del ejercicio	27.092,48	24.716,84	31.269,82	32.455,67
VIII. (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00	0,00	0,00
A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>B) PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
I. Provisiones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Deudas con entidades de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Otras deudas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>C) PASIVO CORRIENTE</b>	<b>9.456,40</b>	<b>9.831,61</b>	<b>10.262,71</b>	<b>10.591,17</b>
I. Provisiones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a corto plazo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
1. Deudas con entidades de crédito	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Acreedores por arrendamiento financiero	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Otras deudas a corto plazo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
5550000 PARTIDAS PENDIENTES DE APLICACIÓN	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	8.356,40	8.731,61	9.162,71	9.491,17
1. Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Otros acreedores	8.356,40	8.731,61	9.162,71	9.491,17
4100000 ACREEDORES POR PRESTACIONES DE SERVICIOS (EUR)	4.723,48	4.912,42	5.108,92	5.313,27
4750000 HACIENDA PÚBLICA, ACREEDORA POR I.V.A.	3.177,05	3.351,92	3.447,21	3.556,14
4760000 ORGANISMOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL, ACREEDORES	455,87	467,27	606,58	621,76
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)</b>	<b>43.531,92</b>	<b>34.548,45</b>	<b>41.532,53</b>	<b>43.046,84</b>

Fuente: Elaboración propia (programa Aplifisa)

### 17.5.1. Análisis de ratios

En este apartado analizaremos las ratios más relevantes, a partir de dichos resultados obtendremos conclusiones sobre el rumbo que llevará a cabo la inmobiliaria.

#### 17.5.1.1. Solvencia, Riesgo y Rentabilidad

Es muy importante conocer diferentes parámetros que nos informan del estado actual de la empresa, entre ellos destacamos:

##### 1. Solvencia

Entre los índices financieros que se utilizan para medir la solvencia de la empresa destacamos:

- **Ratio de liquidez:** mide la capacidad de hacer frente a las obligaciones de pago de la inmobiliaria y determinar el estado financiero y económico.

$$\text{Ratio de liquidez} = \frac{\text{Activo}}{\text{Pasivo}}$$

Tabla 12: Estimación ratio de liquidez (4 años)

AÑO	ACTIVO	PASIVO	RATIO LIQUEZ
2023	43.531,92	9.456,40	<b>4,60</b>
2024	34.548,45	9.831,61	<b>3,51</b>
2025	41.532,53	10.262,71	<b>4,05</b>
2026	43.046,84	10.591,17	<b>4,06</b>

Fuente: Elaboración propia

El valor ideal del ratio de liquidez sería 1,5, sin embargo, como vemos en la Tabla 12 en 2023 obtenemos un ratio de 4,6 lo que significa que tenemos suficiente capacidad de hacernos cargo de las obligaciones de pago a c/p, pero al mismo tiempo corremos el riesgo de tener demasiado activo corriente y perder valor del mismo o lo que es lo mismo infrutilizar adecuadamente de los recursos con los que contamos. Con el paso del tiempo estos valores se estabilizan, aunque no llegan al valor ideal establecido denotando que el dinero no está siendo invertido de manera eficiente.

- **Ratio de disponibilidad:** con este ratio podremos calcular la capacidad de hacernos cargo de las deudas a c/p.

$$\text{Ratio de disponibilidad} = \frac{\text{Activo disponible}}{\text{Pasivo circulante}}$$

Tabla 13: Estimación ratio disponibilidad (4 años)

AÑO	ACTIVO DISPONIBLE	PASIVO CIRCULANTE	RATIO DISPONIBILIDAD
2023	41.418,60	9.456,40	4,38
2024	33.270,37	9.831,61	3,38
2025	40.752,41	10.262,71	3,97
2026	42.730,64	10.591,17	4,03

Fuente: Elaboración propia

En este caso vemos durante los 4 primeros años tenemos un ratio de disponibilidad muy elevado traduciéndose en una mayor estabilidad y del mismo modo nos indica que estamos desaprovechando las diferentes alternativas de inversión ya que tenemos un alto nivel de tesorería.

## 2. Riesgo

Entre los índices financieros que se utilizan para medir el riesgo de la empresa destacamos:

- **Ratio de endeudamiento:** este ratio mide el apalancamiento financiero de una empresa, es decir, conocer la dependencia de la financiación ajena y conocer la propia financiación.

$$\text{Ratio de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{PN}}$$

Es importante tener en cuenta que se puede tener un mayor rendimiento del dinero financiado en función de lo que pagan y los intereses que acarrea, sin embargo, hay que tener cuidado ya que un abuso de esta puede provocar inestabilidad. En nuestro caso no es necesario su análisis dado que únicamente recurrimos a financiación propia.

## 3. Rentabilidad

Entre los índices financieros que se utilizan para medir la rentabilidad de la empresa destacamos:

- **Rentabilidad económica (ROI):** Este ratio mide la capacidad de los activos para generar beneficios.

$$\text{ROI} = (\text{BAII} / \text{Activo total}) * 100$$

Tabla 14: Estimación rentabilidad económica (4 años)

AÑO	BAII	ACTIVO	ROI
2023	27.092,48	43.531,92	<b>62,24</b>
2024	24.716,84	34.548,45	<b>71,54</b>
2025	31.269,82	41.532,53	<b>75,29</b>
2026	32.455,67	43.046,84	<b>75,40</b>

Fuente: Elaboración propia

En este caso vemos que comenzamos con un ROI del 62,24% el primer año, por lo que vemos tenemos una eficiencia alta en la utilización de los activos totales de la empresa y a medida que vamos desarrollando la actividad se va incrementando.

- **Rentabilidad financiera (ROE):** este ratio mide los beneficios de la empresa a través de los recursos propios o las inversiones realizadas.

$$\text{ROE} = \text{B}^\circ \text{ neto total} / \text{Patrimonio}$$

Tabla 15: Estimación rentabilidad financiera (4 años)

AÑO	B° NETO	PN	ROE
2023	27.092,48	34.075,52	<b>0,80</b>
2024	24.716,84	24.716,84	<b>1,00</b>
2025	31.269,82	31.269,82	<b>1,00</b>
2026	32.455,67	32.455,67	<b>1,00</b>

Fuente: Elaboración propia

Tenemos un ROE muy alto lo que nos indica que tenemos una gran rentabilidad y capacidad para generar beneficios al gerente a partir de los recursos propios con los que se cuenta.

- **VAN:** El valor actual neto es un indicador financiero que determina la rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión, es decir, este indicador mide en valores absolutos el incremento de valor que se produce con el paso de los años descontando la inversión inicial. La fórmula es:

$$VAN = -A + \frac{Q1}{(1+k)^1} + \frac{Q2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+k)^n}$$

*A = Desembolso inicial*

*Q = Flujos de dinero en cada periodo*

$n =$  Periodos de tiempo

$k =$  Coste total de la financiación (propia o externa)

Para poder determinar el VAN y el coste de financiación se ha empleado el método CAPM. La financiación se puede ser propia o externa, por ello, para el cálculo del coste de financiación es necesario la suma de ambas con la formula:

$$k_0 = \frac{k_e * S + k_i * D}{S + D}$$

Donde  $K_i$  es el coste de financiación ajena,  $S$  y  $D$  hace referencia al volumen que la empresa utiliza la financiación propia y ajena y  $K_e$  hace referencia al coste de la financiación propia se calcula con la formula:

$$k_e = R_F + \beta * (R_M - R_F)$$

$R_f$ : Tasa libre de riesgo

$Beta$ : Beta del activo

$R_m$ : Retorno del mercado

Para hallar el coste de financiación propia en cuanto a la rentabilidad del activo sin riesgo ( $R_f$ ) se ha decidido emplear el bono del estado a 10 años con un 0,47%, para hallar beta se ha utilizado los cálculos del economista Damodaran dándonos un 1,236 y hemos utilizado el IBEX 35 para hallar la rentabilidad del mercado con un resultado de 15,03%.

Inmobiliaria Domus prescinde de la financiación ajena y realiza un desembolso inicial aportado por el gerente ( $A=10.000$ ). El periodo utilizado para el cálculo del VAN es de 4 años a partir de los flujos de dinero calculados teniendo en cuenta los cobros procedentes de ventas y los pagos operativos de los 4 primeros años previstos. En el 4º año obtendríamos un valor residual de 43.469,80€ (valor de la empresa en caso de liquidación de esta). Junto al cálculo del coste medio ponderado calculado (18,47%) obtenemos el valor actual neto de 23.289,00 €. El resultado obtenido es  $>0$  por lo que nos indica que la inversión realizada es rentable y viable.

○ **TIR:** La tasa interna de retorno nos indica la rentabilidad que tiene el proyecto de inversión, es decir, nos muestra el porcentaje de

beneficio o pérdida de este. Es necesario el cálculo del VAN para poder hallar la tasa interna de retorno, la fórmula es:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Como podemos ver en la fórmula es necesario igualar el VAN a cero para poder hallar el TIR. En nuestro caso obtenemos un TIR de 59%, este resultado es  $> k$  por lo que nos indica que el proyecto de inversión es aceptado.

### 17.5.2. Análisis de la viabilidad económico-financiera

La información obtenida a través de los ratios nos dan una buena perspectiva en cuanto a la viabilidad del proyecto.

En cuanto a la solvencia de la inmobiliaria podemos ver que tenemos un alto grado de liquidez y disponibilidad, sin embargo, encontramos cierto nivel de tesorería mal aprovechada que debemos paliar y ver diferentes alternativas de inversión. En esta situación es necesario tener en cuenta que hay que realizar una mejor utilización de los recursos que disponemos invirtiendo en propiedades, ampliando la zona de actuación y realizando una mayor contratación de personal.

Dado que no recurrimos a financiación ajena no es necesario la realización del análisis de endeudamiento.

Otro aspecto para tener en cuenta es el fondo de maniobra ya que tenemos una cantidad de 31.962,20€, claramente positivo que nos indica que tenemos un excedente del activo corriente que nos ayudara en el caso que sea necesario hacer frente a obligaciones o deudas a c/p. Esto nos da una seguridad en cuanto al estado financiero de la inmobiliaria y no solo a nosotros sino también a nuestros proveedores.

Los resultados obtenidos con ROE, ROI, VAN y TIR nos dan perspectivas esperanzadoras dado los resultados óptimos que prevemos conseguir.

Gracias a la información analizada en los anteriores apartados podemos ver que el proyecto en marcha es viable.

## 18. Plan de contingencias

En este apartado analizaremos posibles escenarios que se puedan producir que puedan afectar a los resultados de la empresa una vez comenzada la actividad y las medidas que realizaremos para poder paliarlas.

○ Primer escenario: Hemos previsto unos ingresos totales de 72.750,00€ correspondientes a 15 ventas y 25 alquileres. En el hipotético caso de que no consigamos las ventas y alquileres previstos a la mitad quedándonos con 7 ventas y 12 alquileres con un total de 34.220,00€, según los gastos previstos que tendríamos el 1º año obtendríamos un resultado de explotación negativo. Por ello, dado que no recurrimos en un principio a financiación externa la mejor solución para poder paliar esta situación y remontar sería recurrir a financiación externa. La mejor opción de financiación externa sería pedir un préstamo ICO dado que ofrecen condiciones preferentes con tipos de intereses bajos. Este préstamo nos permitirá poder hacer frente a los gastos del primer año mientras nos preparamos para aumentar ventas (ampliación de territorio de actuación, ampliación de cartera de inmuebles, estudio de nuevos servicios que podríamos ofrecer, entre otros) y alcanzar los objetivos previstos de manera que tengaa la necesidad de pedir una mayor financiación externa.

○ Segundo escenario: En la situación de que se produzca un “boom inmobiliario” (aumento del precio de los inmuebles de forma desorbitada) o que la población no quiera vender sus inmuebles nos afectaría negativamente en los ingresos por ventas desde otra perspectiva. Esta situación no se produciría únicamente en nuestra inmobiliaria, sino que afectaría al mercado inmobiliario de manera general disminuyendo las ventas. En esta situación una solución posible sería una disminución del porcentaje de beneficio de la inmobiliaria para que sea más atractivo y accesible para los compradores, aplicación de servicios gratuitos para los compradores como la tasación de vivienda o algunos servicios de diseño de interiores previstos, entre otros. Otra posible solución sería centrarnos en alquileres dado que Valladolid está sufriendo un aumento de la población motivado por la gran cantidad de oferta de trabajo o ampliar nuestros servicios adicionales centrándonos en alquileres vacacionales, ofreciendo servicios de gestión tanto para propietarios alquilando sus viviendas en temporadas vacacionales (haciéndonos cargo de los contratos, servicio de limpieza, etc.) como para las personas que buscan inmuebles para pasar las vacaciones (informando condiciones, preparando actividades, etc).

## 19. Propuestas de mejora y de trabajo futuras

A pesar de las perspectivas esperanzadoras que sacamos gracias al análisis del proyecto también podemos ver que existen ciertos aspectos que necesitan mejora, estos son:

- Necesitamos un mayor impacto publicitario. Dado que la inmobiliaria es una iniciativa de una sola persona y se aporta un capital elevado se ha intentado ahorrar lo máximo posible en caso de que no se alcancen las ventas y alquileres previstos, sin embargo, esto puede afectar negativamente a la inmobiliaria ya que necesitamos un mayor impacto entre la población para posicionarnos.
- Financiación ajena. Dado que se dispone de una cantidad de dinero alta hemos visto innecesario la financiación, pero por otro lado hemos visto que esta necesidad de no depender de un tercero no siempre es buena idea dado los prestamos a bajo coste que puede haber actualmente. Esta opción nos permitiría poder ampliar los objetivos (como por ejemplo la compra de inmuebles para reformarlos y venderlos a un mayor importe generando beneficios directos) y conseguir mayores ganancias.
- Dado que disponemos unas altas expectativas de crecimiento, podríamos considerar la contratación de personal para que mientras los empleados nuevos trabajen en el territorio de Valladolid los de mayor antigüedad puedan abrirse camino en otras ciudades expandiéndonos y dándonos a conocer.
- Inversión en un local propio. Podríamos considerar la inversión en locales dado el bajo coste actual y los contactos con constructoras que tenemos ya que nos saldría a un coste no muy elevado y viable.

## 20. Conclusiones con justificación y discusión de estas

Actualmente nos encontramos en una situación en el que la actividad inmobiliaria está en auge, es decir, sigue un crecimiento estable desde 2021 y no hay indicios de burbujas inmobiliarias. Podemos ver que aumenta principalmente las operaciones de compraventa, sobretodo de viviendas residenciales, fomentado en gran parte por el ahorro de las familias tras la crisis sanitaria y la necesidad de buscar espacios propios y amplios, por ese motivo, inmobiliaria Domus ve oportuno ofrecer otra perspectiva al cliente y contar con la cartera de constructoras ya que ve que puede obtener ingresos extra gracias a la visión que ofreceremos a los clientes por las viviendas de 2º mano reformadas dado que obtendrían una vivienda según sus gustos y a un importe menor que las viviendas de nueva construcción.

El valor actual de las viviendas de 2º mano está en crecimiento lo que puede provocar que la población se eche para atrás a la hora de comprar viviendas de 2º mano dado que el importe es mayor que años atrás, sin embargo, del mismo modo que se está produciendo un aumento de los precios de las viviendas de 2º mano se esta produciendo un aumento de las viviendas de nueva construcción dado que la guerra producida en Ucrania ha provocado en parte que se haya incrementado el valor de los materiales haciendo mas atractivos la compra de las vivienda de 2º mano. Según la situación actual en la que nos encontramos hemos previsto una facturación total no muy elevada que ha sido preciso para decantarnos como empresario individual autónomo y no como persona jurídica.

Por otro lado, el sector de las inmobiliarias en Valladolid esta en auge (en cuanto a la búsqueda de alquileres por parte de la población) dado que se esta produciendo una recuperación de las fábricas de producción de Valladolid y el inicio de nuevas empresas provocando un incremento de la población por los nuevos puestos de trabajo. Por ese motivo, la inmobiliaria tendrá que adaptarse a la nueva demanda que sufren los habitantes de Valladolid tanto en la prestación de servicios (con la mejora de la página web y redes sociales) como en las facilidades que pueda aportar a los clientes potenciales para que estos obtén por la contratación de nuestros servicios. Será necesario que realicemos un estudio de mercado previo para poder prever más cambios que se puedan producir y soluciones que nos hagan competitivos.

Nosotros queremos diferenciarnos a nivel de precios ofreciendo un servicio con un precio algo menor a la media y a nivel de innovación de servicios complementarios con la cartera de construcción y diversos servicios de diseño de interiores.

## 21. Bibliografía

- Amazon. (2022). *Amazon.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Amazon Spain Services, S.L.: <https://cutt.ly/3LkAqa2>
- Amper Villas. (4 de Enero de 2022). *ampervillas.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Ampervillas, S.L.: <https://cutt.ly/PLkOb6A>
- APLICACIONES INMOVILLA, S.L.U. (2022). *inmovilla.com*. Recuperado el Mayo de 2022, de APLICACIONES INMOVILLA, S.L.U: <https://inmovilla.com/precios/>
- BCN Advisors. (2022). *bcn-advisors.com*. Recuperado el Abril de 2022, de BLUE OLIVE CONSULTING, S.L: <https://cutt.ly/WLkONz3>
- Billomat. (2022). *billomat.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Billomat: <https://www.billomat.com/es/diccionario/p/proveedor/>
- Binary Subject, S.A. (2022). *360imprimir.es*. Recuperado el Mayo de 2022, de Binary Subject, S.A.: <https://www.360imprimir.es/flyers>

BIZNEO SOLUTIONS, S.L. (Diciembre de 2020). *bizneo.com*. Recuperado el Mayo de 2022, de BIZNEO SOLUTIONS, S.L.: <https://cutt.ly/pLkAcvN>

Boletín Oficial del Estado. (13 de 11 de 2015). *boe.es*. Recuperado el Mayo de 2022, de Boletín Oficial del Estado: <https://cutt.ly/LLkAncM>

Boletín Oficial del Estado. (6 de Mayo de 2022). *boe.es*. Recuperado el Mayo de 2022, de Boletín Oficial del Estado: <https://cutt.ly/jLkAEmr>

Brother. (2022). *brother.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Brother Iberia, S.L.U.: <https://cutt.ly/KLkPMCF>

Ceupe. (2022). *ceupe.com*. Obtenido de ESTUDIOS EUROPEOS DE POSTGRADO Y EMPRESA, S.L.: <https://cutt.ly/ZLkOXxP>

Comifort. (2022). *comifort.com*. Recuperado el Abril de 2022, de EXIM BUSINESS GLOBAL, S.L.: <https://cutt.ly/SLkPDss>

CONSEJERIA DE ECONOMIA, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD. (2020). *comunidad.madrid*. Recuperado el Mayo de 2022, de CONSEJERIA DE ECONOMIA, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD: <https://cutt.ly/ILkAj5x>

Da Silva, D. (15 de Abril de 2020). *zendesk.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Zendesk, Inc.: <https://cutt.ly/NLImPTw>

Datosmacro. (2022). *datosmacro.expansion.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Alldatanow. S.L.: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana>

Deplace. (2022). *deplace.es*. Recuperado el Abril de 2022, de DeplaceSpain, S.L.: <https://cutt.ly/HLkPlnA>

ECONOMIPEDIA, S.L. (2022). *economipedia.com*. Recuperado el 2022 de Mayo , de ECONOMIPEDIA, S.L.: <https://cutt.ly/ALkA8i5>

Educaweb. (1998). *educaweb.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Educaonline, S.L.: <https://cutt.ly/SLkIH9a>

EGA Futura LLC. (1994). *egafutura.com*. Recuperado el Mayo de 2022, de EGA Futura LLC: <https://cutt.ly/TLkAYGO>

Escalona, Á. B. (6 de Febrero de 2022). *elnortedecastilla.es*. Recuperado el Abril de 2022, de El Norte de Castilla S.A.: <https://cutt.ly/KLkOYf2>

Euribor Diario. (30 de Abril de 2022). *euribordiarario.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Euribor Diario: <https://www.euribordiarario.es/historico.html>

Fotocasa. (22 de Marzo de 2021). *fotocasa.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Adevinta Spain, S.L.: <https://cutt.ly/yLkOJrV>

Fotocasa. (15 de Febrero de 2022). *prensa.fotocasa.es*. Obtenido de <https://cutt.ly/eLkI6PS>

Fundación Aucal. (2022). *formulario.aucal.edu*. Recuperado el Abril de 2022, de AUCAL BUSINESS SCHOOL, S.L.: <https://cutt.ly/XLkINsz>

- García Gil, B. (24 de Febrero de 2020). *millennialsconsulting.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Millennials Consulting S.L.: <https://millennialsconsulting.es/produccion-en-cadena/>
- García, P. (9 de Agosto de 2021). *emprendepyme.net*. Recuperado el Mayo de 2022, de Substrate AI SA: <https://cutt.ly/rLkAFbM>
- Gesvalt. (29 de Octubre de 2019). *gesvalt.es*. Recuperado el Abril de 2022, de GESVALT SOCIEDAD DE TASACIÓN S.A.: <https://cutt.ly/ULkI4mZ>
- Gil, S. (01 de Marzo de 2021). *helpmycash.com*. Recuperado el Abril de 2022, de HelpMyCash, S.L.U.: <https://cutt.ly/7LIhgQC>
- Giner, G. J. (12 de Septiembre de 2019). *escueladenegociosydireccion.com*. Recuperado el Abril de 2022, de ENYD BUSINESS SCHOOL S.L.: <https://cutt.ly/KLkO25Y>
- Google Spain, S.L. (2022). *Google.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Google Spain, S.L.: <https://cutt.ly/ILkPUFG>
- Huawei. (2022). *consumer.huawei.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Huawei Device Co., Ltd.: <https://cutt.ly/JLkAiu4>
- Idealista. (2022). *idealista.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Idealista, S.A.U.: <https://cutt.ly/ALkPwZk>
- Ikea. (2022). *ikea.com*. Recuperado el 2022 de Abril , de Ikea iberica, S.A.: <https://cutt.ly/ILkPL3E>
- Ikea. (2022). *Ikea.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Ikea Iberica, S.A.: <https://www.ikea.com/es/es/p/kallax-estanteria-2-accesorios-negro-marron-s99027227/>
- Ikea. (2022). *Ikea.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Ikea Iberica, S.A.: <https://cutt.ly/wLkPH31>
- imprentaonline.net. (Abril de 2022). *imprentaonline.net*. Obtenido de imprentaonline.net: <https://www.imprentaonline.net/carteles-inmobiliaria>
- Infocomputer. (2022). *Info-computer.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Iberica Infocomputer, S.L.: <https://cutt.ly/rLkP8it>
- INMUEBLES, P. (01 de Abril de 2022). *fotocasa.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Adeventa Spain, S.L.: <https://cutt.ly/rLkPWQ0>
- Instituto Nacional de Estadística. (2022). *ine.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Instituto Nacional de Estadística: <https://cutt.ly/6LkOdES>
- Migallón, L. (2021). *get.witei.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Witei Solutions, S.L.: <https://cutt.ly/5LkI3eo>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022). *ipyme.org*. Recuperado el Mayo de 2022, de Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <https://cutt.ly/8LkALlc>

- OCU Ediciones, S.A. (30 de Marzo de 2022). *ocu.org*. Recuperado el Abril de 2022, de OCU Ediciones, S.A.: <https://cutt.ly/tLkOx2y>
- RealAdvisor. (2022). *realadvisor.es*. Recuperado el Abril de 2022, de AI PARTNERS, S.A.: <https://realadvisor.es/es/precios-viviendas/municipio-valladolid>
- Realia Business, S.A. (2020). *realia.es*. Obtenido de Realia Business, S.A.: <https://cutt.ly/RLkL8oa>
- Riera, M. (20 de Abril de 2022). *helpmycash.com*. Recuperado el Abril de 2022, de HelpMyCash, S.L.U.: <https://cutt.ly/4LkOkC0>
- San Juan, L., & Alves, P. (Febrero de 2021). *bde.es*. Recuperado el Abril de 2022, de Banco de España: <https://cutt.ly/wLkIDYT>
- Seanest. (10 de Febrero de 2021). *seanest.com*. Obtenido de Seanest: <https://cutt.ly/mLlhKpw>
- Servihabitat. (2022). *Servihabitat.com*. Recuperado el Abril de 2022, de Servihabitat: <https://cutt.ly/zLkO5bK>
- SumUp Limited. (2020). *sumup.es*. Recuperado el Mayo de 2022, de SumUp Limited: <https://cutt.ly/bLkAOpr>
- Surge Centro de Estudios. (2022). *surge.es*. Recuperado el Abril de 2022, de SURGE CENTRO DE ESTUDIOS, S.L.: <https://cutt.ly/2LkICpt>
- TITANIA COMPAÑIA EDITORIAL, S.L. (30 de MARZO de 2022). *elconfidencial.com*. Recuperado el MAYO de 2022, de TITANIA COMPAÑIA EDITORIAL, S.L.: <https://cutt.ly/PLkA2on>
- Twitter, Inc. (2022). *twitter.com*. Obtenido de Twitter, Inc.: <https://twitter.com/?lang=es>
- ULAB IDEAS MEETING POINT SLU. (20 de noviembre de 2020). *ulab.es*. Recuperado el Mayo de 2022, de ULAB IDEAS MEETING POINT SLU: <https://ulab.es/plan-financiero/>

## 22. Anexos

En este apartado se incluye toda la información de interés que complementa la información comentada.

### Anexo 1: Costes salariales

Tabla 1: Tabla salarial

Salario base (para jornadas completas) Anual (14 pagas)		Euros	
		2021 Definitiva	2022 Inicial
GRUPO I. DIRECCIÓN			
N1	DIRECTOR/A GERENTE.	19.057,32	19.057,32
N1	DIRECTOR/A ADMINISTRATIVO/A.	19.057,32	19.057,32
N2	DIRECTOR/A COMERCIAL.	14.640,20	14.640,20
N2	DIRECTOR/A DE OFICINA.	14.640,20	14.640,20
GRUPO II. TÉCNICO/A			
N1	TÉCNICO/A DE GESTIÓN DE ACTIVOS CON TITULACIÓN DE GRADO SUPERIOR.	21.989,25	21.989,25
N2	TÉCNICO/A DE GESTIÓN DE ACTIVOS CON TITULACIÓN DE GRADO MEDIO.	20.522,77	20.522,77
N3	TÉCNICO/A EN TASACIÓN DE ACTIVOS.	16.858,41	16.858,41
N3	TÉCNICO/A EN SOSTENIBILIDAD, CERTIFICACIÓN Y EFICIENCIA ENERGÉTICA.	16.858,41	16.858,41
GRUPO III. COMERCIAL*			
N1	GESTOR/A DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.	14.588,65	14.588,65
N2	COMERCIAL CAPTADORES/AS VISITADORES/AS.	14.434,00	14.434,00
N2	COMERCIAL FINANCIERO.	14.434,00	14.434,00
GRUPO IV. ADMINISTRACIÓN			
N1	COORDINADOR/A.	16.858,41	16.858,41
N1	SECRETARIO/A.	16.858,41	16.858,41
N1	OFICIAL ADMINISTRATIVO.	16.858,41	16.858,41
N2.1	ADMINISTRACIÓN 1.	15.400,35	15.400,35
N2.2	ADMINISTRACIÓN 2.	14.434,00	14.434,00
GRUPO V. AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES			
N1	OFICIAL DE SERVICIOS.	14.659,50	14.659,50
N2	AUXILIAR DE SERVICIOS.	14.434,00	14.434,00

\* Salario garantizado mínimo.

Fuente: (Boletín Oficial del Estado, 2022)

Tabla 2: Coste salariales de los empleados

BASE	14.434,00
RECARGO CTOS 7 O MENOS DÍAS	NO 0,00

	TIPO	EMPRESA
CONTINGENCIAS COMUNES	23,60%	3.406,42
CUOTA IT (0,65%)	0,65%	93,82
CUOTA IMS (1,00%)	1,00%	144,34
DESEMPLEO	5,50%	793,87
FORMACION PROFESIONAL	0,60%	86,60
FOGASA	0,20%	28,87
TOTAL		4.553,93

	TIPO	TRABAJADOR
CONTINGENCIAS COMUNES	4,70%	678,40
DESEMPLEO	1,55%	223,73
FORMACION PROFESIONAL	0,10%	14,43
TOTAL		916,56

	TIPO	TRABAJADOR
IRPF	2,00%	288,68

TOTAL GASTO EMPRESA MENSUAL	18.987,93
-----------------------------	-----------

SALARIO NETO TRABAJADOR	13.228,76
-------------------------	-----------

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2: Inversión

Tabla 1: Previsión de gastos iniciales

	TOTAL
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
Cuota autónomo	60,00
Seguro de responsabilidad civil	25,00
Gestoría	50,00
Licencia inicio actividad	400,00
<b>TOTAL</b>	<b>535,00</b>
<b>GASTOS DE PRIMER ESTABLECIMIENTO</b>	
Estudio de viabilidad	
Gastos técnicos	
Formación del personal	
Publicidad	1.481,96
Otros gastos establecimientos	
<b>TOTAL</b>	<b>1.481,96</b>
<b>GASTOS CORRIENTES A FINANCIAR AL PRINCIPIO</b>	
Material de oficina	50,00
Gastos de personal pagados	
Compra de existencias pagadas inicialmente	
Suministros pagados (luz, agua e internet)	200,00
Alquileres (local, vehiculos, etc)	750,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.000,00</b>
<b>TOTAL GASTOS PAGADOS</b>	<b>3.016,96</b>

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 3: Cuenta de pérdidas y ganancias

Tabla 1: Estimación de ingresos (primeros 4 años)

	1º AÑO (2023)	2º AÑO (2024)	3º AÑO (2025)	4º AÑO (2026)
<b>COMPRAVENTA</b>	52.500,00	53.550,00	55.156,50	56.811,20
<b>ALQUILER</b>	20.250,00	20.655,00	21.068,10	21.700,14
<b>INGRESOS EXTRA</b>	2.220,00	2.231,10	2.242,26	2.253,47
<b>TOTAL</b>	<b>74.970,00</b>	<b>76.436,10</b>	<b>78.466,86</b>	<b>80.764,80</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Amortización inmovilizado (Estimación Directa Simplificada)

AMORTIZACIÓN INMOVILIZADO	VALOR	COEFICIENTE LINEAL MÁXIMO (%)	AMORTIZACIÓN ANUAL
Mobiliario	583	10%	58,3
Equipos para procesos de información	851	26%	221,26
Aplicaciones informáticas	840	26%	218,4

Fuente: Elaboración propia