

T-BAYE

Nom de l'estudiant: Àlex Arnau Burgués

Nom del tutor/a: José Luís Martínez Fernández

13/06/2023

MEMÒRIA DEL TREBALL FINAL DE GRAU

Curso: 2022-23

Estudios: Administración de Empresa Y Gestión de la Innovación

RESUMEN EJECUTIVO

Este Trabajo de final de grado se presenta como una idea de negocio sobre el sector inmobiliario.

T-BAYE aparece como Inmobiliaria online para revolucionar los mercados mas tradicionales.

La finalidad de este trabajo es poner en valor su funcionamiento y analizar si sería viable iniciar este proyecto.

RESUM EXECUTIU

Aquest treball de final de grau es presenta com una idea de negoci sobre el sector immobiliari.

T-BAYE apareix com a Immobiliària online per revolucionar els mercats més tradicionals.

La finalitat d'aquest treball és posar-ne en valor el funcionament i analitzar si seria viable iniciar aquest projecte.

EXECUTIVE SUMMARY

This Final Degree Project is presented as a business idea about the real estate sector.

T-BAYE appears as an online real estate agency to revolutionise the more traditional markets.

The purpose of this work is to put in value its operation and to analyse if it would be viable to start this project.

INDICE:

1. Definición del negocio	5
1.1. Equipo emprendedor	5
1.2. Modelo de negocio	6
1.3. Innovación y sostenibilidad del negocio.....	10
2. Plan de Marketing	12
2.1. Competencia.....	13
2.2. Análisis de las cuestiones internas y externas.....	17
2.3. El producto/servicio.....	19
2.4. Política de precios y previsión de ventas.....	20
2.5. Canales de distribución.....	22
2.6. Plan de comunicación.....	23
3. Plan de operaciones	25
3.1. Proceso de producción del servicio.....	25
3.2. Definición de las actividades clave	27
3.3. Recursos clave	27
3.4. Plan de producción	28
4. Plan de organización y recursos humanos	29
4.1. Organigrama	29
4.2. Lugar de trabajo	30
4.3. Política retributiva	33
4.4. Plan de recursos human.....	33
5. Plan Jurídico- Fiscal	34
5.1. Forma jurídica	34
5.2. Proveedores de servicio de asesoramiento.....	34
5.3. Pactos de socios	34
5.4. Requerimientos normativos	35
5.5. Impacto normativo	35
5.6. Cambios normativos	36
5.7. Presupuesto de constitución de la empresa	37
6. Plan Económico-Financiero	37
6.1. Previsión de inversión y financiamiento	37
6.2. Previsión ingresos y gastos	38
6.3. Plan de tesorería	42
6.4. Análisis financiero	47
6.5. Viabilidad del negocio	49
CONCLUSIONES	50
7. Referencias	51
8. Anexos.....	52

1.DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Equipo emprendedor

1.1.1. Aptitudes personales:

- **Responsabilidad:** una de las mayores aptitudes que me pueda definir como persona, ya que, siempre hay entrega de mí parte por cualquier proyecto o actividad que requiera de cierta responsabilidad. La responsabilidad conlleva obligación y deber ante cualquier situación y asimismo asumir las consecuencias.
- **Capacidad de trabajo en equipo:** siempre he demostrado tener una gran capacidad de poder trabajar en equipo y de hacerlo consiguiendo eficiencia y eficacia del trabajo común.
- **Liderazgo:** una característica que me puede definir, ya que, a lo largo de mi joven trayectoria he podido demostrar que puedo tener la aptitud de ser líder de un equipo.
- **Proactivo:** demuestro tal y como es mi iniciativa y capacidad de poder actuar delante de los problemas con sus posibles soluciones.

1.1.2. Motivaciones:

- **Mejora personal:** como meta personal realizar con éxito un proyecto propio es una de las principales motivaciones que tengo para mi trayectoria profesional.
- **Conseguir una propuesta de valor:** una de las motivaciones que he tenido siempre ha sido conseguir algún propósito que obtenga un valor significativo y útil. En este caso podrá ser significativo para las personas que ayudara esta idea de negocio y para mi, como promotor.
- **El sector a trabajar: personalmente es** una motivación realizar un proyecto de esta altura en relación con este sector, ya que, he nacido en una familia donde se trabaja en el sector inmobiliario y sabe de primera mano muchas de las características del negocio.

1.1.3 Debilidades:

Ser una persona obstinada: puede ser una gran debilidad ya que una persona obstinada puede producir inconvenientes dentro de una empresa.

Como propuesta de mejora, ya se conoce y se valora esta debilidad, que desde hace mucho tiempo se viene solucionando para que no se puedan cometer errores en el futuro.

1.1.4. Relación del trabajo final de grado:

Empezar la creación de este proyecto tiene una gran importancia con el contexto de los aspectos cursados en el centro. Poder tener la oportunidad de realizar esta idea hace que se puedan aplicar casi todas las materias impartidas a lo largo de la enseñanza que ha tenido.

En el trabajo se pueden observar diferentes relaciones con las materias que he cursado. En la primera parte del trabajo se aprecia un trabajo de análisis y planificación de aspectos importantes para la creación de una empresa.

Por ejemplo, el plan de marketing permite la implementación práctica de casi el 100% de los contenidos abordados en las diferentes asignaturas sobre marketing y publicidad cursadas.

En el ámbito organizativo y de recursos humanos, se valora positivamente el beneficio de los contenidos estudiados en relación con la organización empresarial. Gracias a estos contenidos, se ha facilitado el proceso de gestión del tiempo y el trabajo.

Por último, en este trabajo final de grado se han desarrollado y ejecutado numerosas tablas y actividades contables que se pueden vincular con todas las asignaturas cursadas, con el fin de adquirir habilidades para gestionar cuentas, balances y ratios de una empresa, además de llevar a cabo su análisis correspondiente.

1.2 Modelo de negocio:

1.2.1. Idea de negocio:

El propósito empresarial es digitalizar el sector inmobiliario con procesos automatizados y digitales, que faciliten la gestión de la compra, venta o intermediación de alquileres de inmuebles.

T-BAYE (*to be announced you estate*) nace con la necesidad de minimizar y solucionar las gestiones que las personas realizan cuando tienen que vender o alquilar un inmueble.

Desde siempre se ha sabido que hay unos largos trámites hasta que una persona puede conseguir su propósito en el sector inmobiliario. Cuando una persona quiere vender, comprar o alquilar una casa, un piso, un apartamento o cualquier otro inmueble que esté a su disposición, existen una serie de inconvenientes y gestiones que desconoce para vender, comprar o alquilar una vivienda.

Por eso T-BAYE tiene como objetivo crear una inmobiliaria online, donde se apostará por mejorar y digitalizar todos los procesos que conllevan la compra-venta o intermediación de alquileres de una propiedad.

Ponemos solución a los procesos largos y complejos, agilizando estas gestiones desde nuestra plataforma digital, a la que tendrá acceso todo aquel que quiera realizar cualquier proceso con su inmueble o con su futura propiedad.

Desde T-BAYE se quieren introducir diferentes soluciones en el momento de gestionar todo el proceso de la compraventa o intermediación de un alquiler. La empresa dará la opción al cliente, tanto comprador como vendedor, de decidir sobre su gestión del inmueble. Este servicio va desde la autogestión de la propiedad hasta la intermediación, con los mejores asesores de la empresa para la promoción y seguimiento de la vivienda.

Otra resolución digitalizada, que ya está en uso en el mercado, será la capacidad de visualización de todos los inmuebles en nuestra plataforma digital.

El mercado que abastecerá la empresa será dedicado inicialmente a una única zona, pero con propósito de expandirse a diferentes territorios de Cataluña en el futuro. Para empezar, la empresa destinará sus recursos a la comarca del Garraf, zona que el

promotor del proyecto conoce de primera mano y donde espera desempeñar con éxitos todas las acciones que están en mente de T-BAYE.

Uno de los grandes retos que tiene este proyecto es conseguir un posicionamiento ambicioso en el sector inmobiliario y sobretodo digitalizar el proceso de compra-venta

1.2.2. Modelo de negocios canvas:

Tabla1: Modelo de negocios canvas

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS				
Compañía:T-BAYE				
Asociaciones Clave - Proveedores. - Clientes. - Constructoras. - Administrador de fincas. - Asesoría legal. - Programador del software.	Actividades Clave - Automatización continua de la web. - Relación con el cliente off/on-line. - Facilitar los procesos - Captación de propietarios. - Exclusividad en la venta.	Propuestas de Valor - Agilidad en el proceso. - Digitalización. - Especialización territorial. - Autodeterminación del servicio.	Relación con los clientes - Asesoría personal exclusiva. - Autodeterminación. - Facilidad de contacto. - Servicios automáticos.	Segmentos de clientes - Propietarios. - Clientes (compradores).
	Recursos Clave - Tecnológicos. - Intelectuales. - Humanos.		Canales - A través de la web o APP. - Canales de contacto. - Asesores profesionales. - Oficina de trabajo.	
Estructura de costes - Salarios de empleados - Costes de instalación y mantenimiento de la web. - Marketing. - Expansión. - Seguros y aspectos legales.			Fuentes de ingresos - Servicio Premium. - Anuncios. - Publicidad del inmueble. - Asesoría. - Prestación de servicios.	

Fuente: Elaboración propia

1.2.3. Cultura empresarial:

- **Misión:** Mejorar con procesos automatizados y digitales la compra-venta o intermediación de alquileres de las personas.
- **Visión:** Consolidarse en el mercado inmobiliario en la comarca del Garraf.
- **Valor del negocio:** la responsabilidad, el esfuerzo y la constancia.

1.2.4. Explicación del modelo de negocios canvas:

- **Asociaciones Claves:** conseguir buenas asociaciones es clave para el futuro del negocio. Tenemos en cuenta que hay conexiones que se deben dar como

es el caso de los proveedores, en estos nos referimos a los propietarios que estén interesados en vender su inmueble. Además, entendemos que otras asociaciones como constructoras, asesorías legales y demás pueden mejorar a prosperar la idea de negocio.

- **Actividades Clave:** Entendemos como actividades claves aquellas cuya elaboración puede permitir a la empresa ser competitiva en el mercado al cual nos dirigimos. Es por esta razón por la cual hemos entendido como elementos claves la creación de la web. En este caso el negocio se impulsará de manera online por lo que una buena web ayudará a T-BAYE a obtener un buen posicionamiento de calidad.

Por otro lado, la relación con stakeholders permitirá conseguir y mantener una cartera de clientes continua que beneficiará a la preservación del proyecto.

Otra de las actividades claves es facilitar la gestión de procesos. Conseguir rapidez y efectividad en las transacciones de compraventa o intermediación de alquileres dará sentido a la idea de negocio que se quiere desenvolver. Además, la realización, bien hecha, de esta actividad podría introducirnos en buen posicionamiento en el sector inmobiliario.

- **Propuesta de valor:** presentamos un proyecto que ayude a los usuarios a agilizar la manera de hacer todo el proceso de adquisición o liberación de un inmueble. Además de destacarse por la centralización de un territorio únicamente, que conocemos a la perfección. Por otro lado, siempre está como propuesta de valor la decisión del cliente en cómo quiere trabajar en su inmueble.
- **Relación con los clientes:** La relación que se quiere mantener con el cliente es de total transparencia y profesionalidad. Es por eso que el equipo de T-BAYE adaptará cualquier vía de relación que el mismo cliente esté dispuesto a seleccionar.

Una de las propuestas que se añade al proyecto es como el cliente quiere trabajar con nosotros. De esta manera el usuario se podrá encontrar con la mayor comodidad posible.

Nuestro cliente dispondrá de diversas opciones a su disposición para elegir la mejor alternativa que se adapte a sus necesidades. Por una parte, podrá optar por una asesoría privada con nuestro asesor, quien lo guiará durante todo el proceso de elaboración de la compraventa o intermediación de alquiler. Por otra parte, si lo prefiere, podrá gestionar el proceso por sí mismo utilizando T-BAYE como una plataforma de soporte que le brindará toda la información necesaria para llevar a cabo su gestión de forma autónoma.

- **Segmentos de clientes:** nos dirigimos principalmente a propietarios que quieran vender su inmueble. Por otro lado, es importante tener buena conexión con los clientes que estén dispuestos a la compra o alquiler de cualquier inmueble a su disposición.
- **Recursos Clave:** los recursos que requiere este modelo de negocio, principalmente están enfocados en la tecnología, ya que, ofrecemos el mercado online para poder hacer estos procesos. No obstante, no son inferiores otros

recursos como el humano o el intelectual, ya que sin ellos el proyecto no podría tener sentido.

- **Canales:** la conexión entre cliente y empresa podrá darse desde varias opciones que quiera escoger el mismo usuario. Por un lado, tendrá la mensajería on-line que se habilitará en la misma web/app. Por otro lado, los canales de contacto habituales como pueden ser vía mail, WhatsApp, teléfono, etc. En las mismas asesorías que quiera escoger el cliente, ya podrá tener un contacto más directo con nuestros trabajadores. Incluso se habilitarán las reuniones en nuestras oficinas de trabajo, si el cliente quisiera otro tipo de contacto.
- **Estructura de costes:** los costes de este negocio estarán compuestos principalmente al principio por la creación de la web, el marketing y por el salario de los empleados a disposición del usuario (mantenimiento web, asesores, RRSS, administración, etc.). Además de todos los costes que conlleva la habilitación de seguros y aspectos legales. En correspondencia con el crecimiento de la empresa también habrá una estructura de costes de expansión.
- **Fuentes de ingresos:** los ingresos de mayor adquisición para la empresa vendrán del porcentaje que se estipulara en cada proceso de compraventa, el servicio Premium, posibles anuncios que se puedan adjuntar en nuestra pagina web y asesorías fuera del contrato firmado por el cliente. Las asesorías privadas tendrán un coste donde como mínimo la empresa puedan cubrir el coste de los profesionales o reducir ese gasto.

1.2.5. Validación del proyecto:

Para la validación del proyecto se ha creado una encuesta de la cual esta ha sido repartida a personas que podrían ser usuarios "normales", que quisieran comprar o vender su inmueble. Además, se ha compartido a gente del sector como promotores inmobiliarios o ex trabajadores del sector, para tener unos resultados lo más fiables posibles.

El total de personas que han podido responder a nuestras preguntas, han sido de un total de 56 personas.

El formulario consta de 8 preguntas de las cuales dos son sobre la edad y el tipo de género, para poder ubicar al target de persona que nos está respondiendo nuestra encuesta.

En la primera pregunta más técnica se formula la siguiente pregunta; *¿Estás a favor de las empresas online?* La respuesta es de un 94,6% (53 pers.) afirma estar a favor y un 5,4% (3 pers.) no

En la siguiente pregunta se cuestiona lo siguiente: *¿Conoces alguna empresa inmobiliaria o plataformas relacionadas con los inmuebles que sean de carácter online?* La respuesta es de un 58,9% (33 pers.) de personas que sí conocen alguna plataforma de inmobiliarias online y un 41,1% (23 pers.) no.

La siguiente hacía referencia a que empresa o plataforma conocían, para poder relacionar esta pregunta en el apartado de nuestra competencia.

En la cuarta pregunta se formula la siguiente pregunta: *¿Si estuvieras en la situación de compra-venta, de algún inmueble, estarías dispuesto a tramitar el proceso con la ayuda de una empresa inmobiliaria online? La respuesta es de un 66,1% (37 pers.) sí y un 33,9% (19 pers.) no.*

En la quinta pregunta se les formuló si; *¿Te gustaría tener la opción de cómo escoger la gestión de la compra-venta de tu inmueble? (Por ej.: Gestión autónoma o ayuda de asesores especializados.) La respuesta fue de un 94,6% (53 pers.) sí y un 5,4% (3 pers.) no.*

La última pregunta que tenían por responder era la siguiente: *¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio "premium" para tener ventajas sobre otros usuarios? La respuesta estuvo más dividida en esta pregunta ya que el resultado fue de un 57,1% (32 pers.) y un 41,1% (23 pers.) no.*

Dejamos toda la encuesta en versión gráfica en los anexos del trabajo.

Después de valorar todas las respuestas que conseguimos con la validación del proyecto, observamos que nuestro modelo canvas no tenía que ser modificado. Aún así la encuesta seguirá abierta por si a lo largo de la elaboración de este trabajo hubiera cambios se efectuarían al instante para medir correctamente nuestra validez en el sector inmobiliario.

1.3 Innovación y sostenibilidad del negocio:

1.3.1. Innovación en el negocio:

A día de hoy todo el mundo conoce los comercios online, por vía internet, sin infraestructuras. Aún más se conoce el mundo inmobiliario tradicional, donde hay una cantidad exagerada de organizaciones.

Combinar ambas acciones, el sector inmobiliario y el mercado online, tampoco es una idea de negocio diferente, pero nos encontramos en un punto donde aún estamos a tiempo de poder explotar con éxito la idea de conjuntar ambas secciones.

La creación de esta nueva empresa ofrece al mercado inmobiliario un proyecto 100% online y 100% en un único territorio, ya que, ese punto diferencial no se encuentra en ninguna otra empresa.

La diferenciación del proyecto se encuentra en la búsqueda, investigación e intento de unificar en una inmobiliaria online las máximas propiedades para la compra-venta de un único territorio.

Además, la empresa ofrece la posibilidad de gestionar como quiera el propietario la compra o la venta de su propiedad. Otro de los aspectos que ofrece el proyecto es la agilidad del proceso legal y sistemáticos de la posible adquisición o importación del inmueble.

1.3.2. Nuevas tendencias del negocio:

Este proyecto surge de la idea de solucionar algunos problemas que pueden llegar a tener las personas cuando empiezan a tramitar el movimiento por una propiedad. Se ha

analizado la necesidad de agilizar el proceso legal y a su vez la misma rapidez de que esto sea online.

Que sea una inmobiliaria online no permite a las personas el sentimiento de ociosidad por tener que ir personalmente a una inmobiliaria tradicional a explicar lo que desean. Con tan solo una puesta en contacto con nosotros, vía llamada telefónica, email o cualquier otra posibilidad de contacto a distancia con la empresa, agilizará el proceso de concretar lo que desee ese usuario/a.

1.3.3. Impacto socioambiental:

Desde la creación de este proyecto se plantea que pueda obtener un gran impacto social para las personas que necesiten agilizar y tener a sus manos el proceso de la compra de un inmueble o al contrario de su venta. Esta manera de impacto también repercute en que las personas que sean usuarias para la venta de sus inmuebles puedan conseguir una mayor cantidad de dinero para ellos mismos, ya que tienen la opción de como hacer los trámites generales de su venta. Esto podrá generar que muchas más personas puedan interesarse en el proyecto y en su mejora adquisitiva por el valor del inmueble.

Por otro lado, el crear una web, una empresa online, ayuda al impacto medioambiental, ya que, dejamos de lado las infraestructuras y acciones que conllevan a contaminar teniendo un local físico. También al digitalizar todos los nuevos procesos nos abstendremos de la utilización de papel y accesorios como impresoras, toners, etc.

Crear una inmobiliaria online reducirá, en medida de la capacidad de la empresa, nuestro impacto ambiental.

1.3.4. Objetivos sostenibles del proyecto:

El hecho de que la empresa trate de una inmobiliaria online, da la oportunidad de ofrecer un trabajo decente a administrativos, recursos humanos, abogados, agentes de propiedad inmobiliaria, contables, etc. De manera que se genera un crecimiento económico para las personas que trabajan en esta organización. Estas bases se podrían relacionar con los **ODS 8** (1, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, s.f.)¹ ya que trata de impulsar una manera de trabajar online sostenible, con respeto a cada profesional, que además requieran de protección social y derechos en el trabajo.

Otro de los objetivos de desarrollo sostenible en el que se puede centrar la empresa es en el **ODS 9** (1, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, s.f.), ya que, se considera un proyecto que fomenta la innovación digitalizando el sector inmobiliario. Por otra parte, puede ser un trabajo sostenible ya que, al carecer de espacio local, como pueden ser las agencias inmobiliarias tradicionales, puede conseguir una mejora ambiental y sostenible

¹ (1, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, s.f.); <https://sdgs.un.org/es/goals>

2. PLAN DE MARKETING

Tabla 1: Perspectiva 4C's



Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Perspectiva 4P's



Fuente: Elaboración propia

2.1. Competencia

2.1.1 Competencia nacional e internacional:

Sabemos de primera mano que en nuestro sector tendremos mucha competencia, ya que, la mayoría de inmobiliarias son de carácter tradicional y algunas de carácter online.

Para tener una guía de lo que sería nuestra competencia a nivel global y de manera generalizada, tenemos una lista de inmobiliarias de las que, por números de usuarios, podemos nombrar como las inmobiliarias más grandes.

A nivel nacional:

Housfy, Grocasa, Housell, Fotocasa, Pisos.com, Yaencontre, Tucasa.com, Thinkspain, Globaliza, Trovimap, Inmobiliaria.com, Kasaz, Ara finques, Hogaria.net,

A nivel internacional:

Dinmo, Nethome, Templo consulting, Jowner, Casa sapo, Hippo, Green acres, Lardoclear, Protugalcasa, Hemnet, Hbse, Bostad

blocked, Realtor, Zillow, Trulia, Ziprealty, Homeagain, Zoopla, Kyero, Nestoria.co.uk, Propertyfinder, Casa.it,

2.1.2. Competencia propia

Nuestra empresa va a empezar desde un territorio exclusivo y este va a estar enfocado en la comarca del Garraf, Cataluña.

Es por eso por lo que hemos realizado un estudio de nuestra competencia real, apartando las micro inmobiliarias, pero teniendo un ojo en ellas, ya que, sabemos bien que también son competencia para nosotros.

Tabla 3: Análisis de la competencia

Empresas	Formato	Territorio	Gestión
Housfy	Online	Internacional	Autogestión/ API
Fotocasa	Online	Nacional	Autogestión/ API
Houcell	Online	Internacional	Autogestión/ API
Finques Garraf	Offline/Online	Vilanova i La Geltrú	API
Properties Garraf	Offline/Online	Cubelles	API
Duran Carasso	Offline/Online	Sitges	API
Vivendex Sitges	Offline/Online	Sitges	API
Finques La Clau	Offline/Online	Sitges	API
Finques Parellades	Offline/Online	Sitges	API
Engel & Völkers	Offline/Online	Vilanova i La Geltrú	API
Finques Pujol	Offline/Online	Vilanova i La Geltrú	API
Finques Ribes Roig Inmobiliaria	Offline/Online	Sant Pere de Ribes	API
Finques La Masia	Offline/Online	Olivella	API

Fuente: Elaboración propia

2.1.3. Similitudes y diferencias con la competencia:

Las similitudes identificadas son:

- Podemos observar que hay un 23 % que son inmobiliarias de carácter online
- Todas las inmobiliarias nuevas y tradicionales tienen página web.
- El 100% de empresas tienen asistencia de asesores para sus clientes.

Las diferencias encontradas son:

- T-BAYE da la oportunidad de auto-gestionar la manera que el usuario quiera procesar su inmueble.
- Las empresas que son de carácter tradicional, no dejan al usuario intervenir en la gestión de su propiedad.
- T-BAYE será la primera inmobiliaria en cubrir exclusivamente todo el territorio del Garraf.

2.1.4. Matriz de competencia

Se mostrará una tabla donde se podrá observar la matriz de competencia. Esta tabla se interpreta mediante dos conceptos y cuatro elementos que determinarán la dirección de la matriz.

Se mide el primer concepto mediante el precio, haciendo referencia al coste que puede llegar a pagar un usuario.

Por otro lado, el concepto mediante el servicio, contextualizando en que inmobiliaria se tiene más autogestión por el cliente.

Los elementos que se han tenido en cuenta como referencia de medida son:

- Control sobre la gestión (CG)
- Distintas tarifas (DT)
- Comisión (C)
- Participación del vendedor (PV)

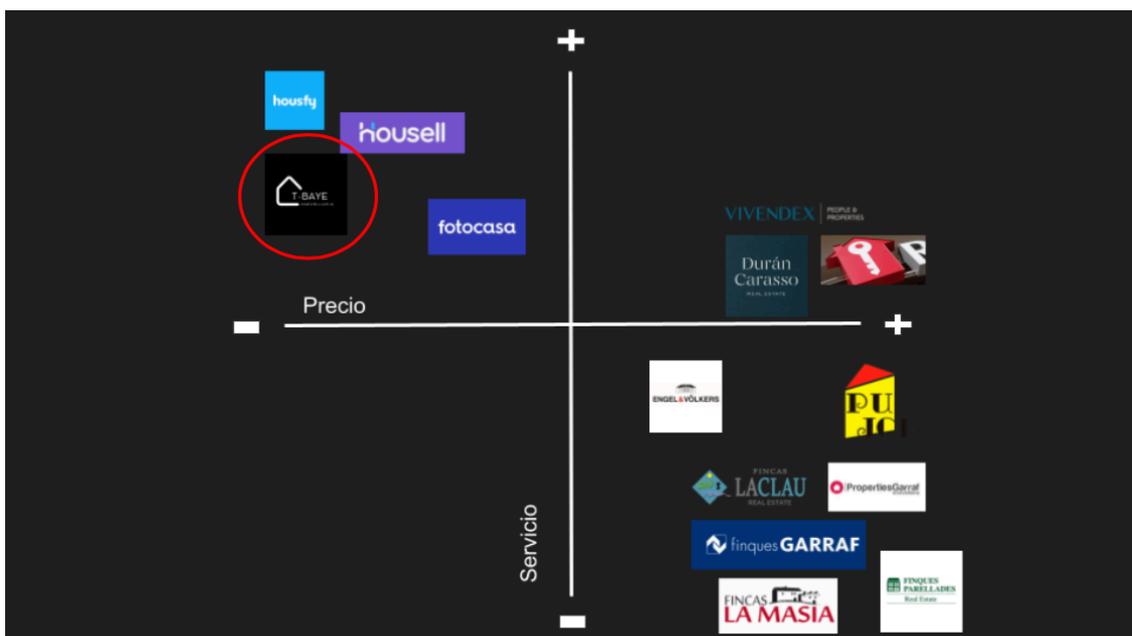
Seguidamente se puede observar la matriz de competencia y la tabla de ponderación, donde el tipo de medida se realiza a través de los números; (0 = Malo y 10 = excelente)

Tabla 4: Tabla de ponderaciones

Empresas	CG	TF	C	PV
T-BAYE	9	8	3	8
Housfy	9	8	2	7
Fotocasa	6	4	6	5
Houcell	7	8	2	6
Finques Garraf	4	1	9	2
Properties Garraf	4	1	9	2
Duran Carasso	5	1	9	2
Vivendex Sitges	6	1	9	2
Finques La Clau	4	1	9	2
Finques Parellades	3	1	9	2
Engel & Völkers	4	2	8	3
Finques Pujol	4	1	9	2
Finques Ribes Roig Inmobiliaria	5	1	9	2
Finques La Masia	4	1	9	2

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1: Mapa de posicionamiento



Fuente: Eaboración propia

2.1.5 Dimensión del mercado

Para dimensionar el mercado y la cuota que queremos abarcar con nuestra propuesta de negocio, se ha utilizado el modelo de TAM-SAM-SOM:

TAM: nuestro TAM será el total de viviendas vendidas en Cataluña, que asciende en 2021 en un total de 89.175 transacciones, según el INE (2, s.f.).

SAM: Nuestro SAM será el total de viviendas vendidas en la comarca del Garraf que en 2021 asciende a 2.859, según Boletín estadístico online del ministerio de fomento (3, Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana., s.f.)². Nos centraremos en esta cifra, aunque, somos conscientes de que este número podría ser mayor si incluimos el volumen de alquileres.

SOM: El total que nuestra empresa podría abarcar, realmente, sería un total de 36 viviendas. Esta cantidad inicial del proyecto sería el 1,26% del SAM,

Se puede justificar nuestro TAM-SAM-SOM a partir de la cantidad de viviendas vendidas, ya que está directamente relacionado con la actividad que deseamos ofrecer y facilita una valoración realista de nuestras transacciones totales.

La elección de un total de 36 transacciones ha sido cuidadosamente calculada en función de nuestro TAM y nuestro SAM, los cuales están vinculados a las viviendas vendidas en Cataluña, la comarca del Garraf y al potencial que creemos que T-BAYE podría ofrecer al mercado con nuestro SOM.

² Epdata; <https://www.epdata.es/evolucion-compraventa-viviendas-comunidad-ine/e51a3936-db6e-43b1-b249-fa35f62ab041/cataluna/297>

(3, Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana., s.f.); <https://www.fomento.gob.es/>

2.2 Análisis de las cuestiones internas y externas

2.2.1. Debilidades:

T-BAYE tendrá que enfocarse en minimizar una de sus debilidades más importantes, que es la falta de experiencia en el sector. Al ser una empresa nueva, no cuenta con una gran trayectoria en el mercado, por lo que es esencial centrar los esfuerzos en adquirir experiencia rápidamente y así mejorar su competitividad en el sector.

Otra de las debilidades que pueden llegar a darse es el capital que se pueda llegar a invertir para poder procesar todas las nóminas y gastos que tenga el proyecto.

No tener clientes al inicio o disponer de pocos usuarios será una debilidad interna, ya que, el proyecto necesitará de esta parte para poder avanzar en el sector a buen ritmo.

2.2.2. Fortalezas:

T-BAYE va a ofrecer unas tarifas con unos precios lo más asequibles posibles para el usuario y con una variedad de ofertas que una inmobiliaria tradicional no puede ofrecer.

Por otro lado, la opción de que el usuario pueda escoger cómo llevar la gestión de su inmueble es cada vez más importante en este sector y va a ser una actividad disponible en T-BAYE.

Mediante un proceso en línea y sin cobrar comisiones ni gastos adicionales al cliente, se logrará una mayor agilidad en los procesos de compra-venta o alquiler de propiedades.

2.2.3. Amenazas:

Vamos a tener una gran competencia sobre todo con las grandes inmobiliarias online, ya que, van a ser modelos que se asemejan mucho a nuestro producto y estas ya disponen de reputación y grandes movimientos a nivel publicitario y económico.

El boca a boca en los pueblos puede ser una amenaza con futuros clientes que sigan optando por las inmobiliarias tradicionales que un familiar, amigo o compañero pueda haber recomendado a este usuario esperado.

Al ser una empresa nueva en el sector vamos a tener la amenaza de conseguir y sobre todo mantener una reputación de buena calidad y óptima para prestar el servicio que queremos ofrecer.

2.2.4. Oportunidades:

Tenemos la oportunidad de ser la primera inmobiliaria online que se ubique únicamente en la comarca del Garraf y sacar ventaja de ello delante de otras agencias del sector.

Otra de las oportunidades que tenemos es la reputación a nivel de mejora de la gestión para nuestros usuarios en la compra venta y alquiler del inmueble. Esta puede ser una oportunidad de conseguir diferenciación y futura clientela.

Competir con las inmobiliarias tradicionales y hacer ver que podemos mejorar sus procesos y metodologías que utilizan con los clientes para sus procedimientos.

Tabla 5: Matriz DAFO



Fuente: Elaboración propia

2.2.5. Acciones para minimizar daños (Debilidades y Amenazas):

Desde T-BAYE entendemos que para poder minimizar las debilidades y amenazas que tendrá nuestro negocio, tendremos que utilizar una serie de herramientas para poder conseguir esta reducción.

La acción principal será la elaboración de un buen plan de marketing donde este empezará en las redes sociales, ya que, su utilización es de manera gratuita y también el marketing de pago como pueden ser acciones publicitarias. Una buena publicidad, a gran escala, empezará a movilizar a posibles usuarios que se quieran incorporar a T-BAYE y que puedan confiar en nuestros servicios.

Una buena publicidad relacionada con un buen trabajo de gestión del inmueble, ofrece otra publicidad gratuita como es la del boca boca.

Obtener financiación en las etapas iniciales para nuevas empresas o startups resulta fundamental con el fin de asegurar una inversión inicial sólida que permita gestionar tanto los aspectos administrativos como los relacionados con la publicidad.

2.3 El producto/servicio

2.3.1. Portafolio de productos o servicios.

Producto/Servicio:

T-BAYE ofrece, dentro de su página web, una serie de productos y servicios a disposición del usuario.

Habrà la siguiente estructura en nuestra página web:

- Intermediación en la compra-venta de inmuebles.
 - Gestor de visitas.
 - Gestión de células de habitabilidad.
 - Asesoramiento de profesionales.
- Asesoramiento para la búsqueda de hipotecas.
- Intermediación en alquileres.
- Financiación

En la página de servicios disponibles, el cliente podrá especificar el tipo de gestión que desea para su propiedad, ya que, ofrecemos una gestión autónoma o por otro lado una asesoría más intensiva por parte de nuestros profesionales.

Como servicio adicional, va a introducirse el servicio Premium, donde no añadirá ningún anuncio y pondrá en mejor valoración al posible vendedor o comprador, además de otras ventajas que pueda tener sobre los clientes que no obtengan este servicio.

Calidad:

T-BAYE va a ser una red inmobiliaria online que va a ofrecer los productos y servicios comentados anteriormente. En estos servicios la empresa se compromete en encontrar compradores en un plazo de 30-45 días. Garantizando a nuestros usuarios, con pruebas gráficas, que se está trabajando en su vivienda.

Si el usuario quiere tener una gestión más individual, T-BAYE estará siempre a su disposición de ofrecer ayuda a nuestro cliente, guiándolo y ubicándolo en todo momento.

La forma en que trabajemos con nuestros usuarios es de suma importancia, ya que, sabemos de primera mano que nuestra competencia ya trata con buenos servicios a sus usuarios. Es por eso que la empresa pondrá todo su empeño en conseguir un servicio de calidad para el cliente.

El precio en comparación con la competencia es un muy buen precio para los usuarios, ya que, si nos centramos en las inmobiliarias tradicionales, el costo será mayor para el cliente en comparación al nuestro. Esto llega a suceder por las comisiones por venta que se llevan estas empresas, cosa que en T-BAYE no sucederá.

2.4 Política de precios y previsión de ventas

2.4.1. Estrategia de precios

A la hora de determinar los precios hemos tenido en cuenta los costes internos de cada uno de los servicios y a su vez el análisis de la competencia, con el objetivo de que nuestros precios se sitúan ligeramente por debajo de la competencia.

Desde T-BAYE ofrecemos varios tipos de servicios por los que se diferenciarán los precios para cada uno de ellos. Si nos enfocamos en la intermediación de la compra-venta de inmuebles el precio cambiará dependiendo de la gestión que quiera recibir el cliente.

Como se ha mencionado en apartados anteriores, el cliente tiene opción a una gestión autónoma, donde en ese caso tendrá un precio menor al que si el cliente escoge la gestión intensiva, donde se aplican las asesorías de profesionales para mejorar la compra-venta del inmueble.

Además, se le añadirá al precio, en el caso de que el cliente los escoja, otros servicios como pueden ser la gestión de visitas o la cédula de habitabilidad.

En las intermediaciones de alquiler la gestión va a ser parecida a la de la compra-venta de un inmueble, pero el precio será menor debido al movimiento inferior de precios y asesoramientos.

Por lo que respecta la parte de asesoramientos para la búsqueda de hipotecas se estipulara en comisiones la parte proporcional del precio

El servicio Premium tendrá un coste mensual por parte de los usuarios y dará ventajas en el mercado respecto otros que no quieran utilizar el servicio.

2.4.2. Definición de precios:

T-BAYE ha fijado sus precios, después de valorar diferentes fuentes de ingresos de la competencia, como pueden ser los precios que piden plataformas como Housfy o Housell.

Nos encontramos que también usan diferentes tipos de pagos, ya sean con exclusividad o sin.

Los precios que registran estas compañías en comparación a la nuestra tienen mayor importe que el que va a ofrecer T-BAYE.

Por ejemplo, podemos observar que Housell ofrece un paquete de servicios por 8.300€ si la propia compañía se encarga de la gestión completa del inmueble. Por otro lado, también tienen un paquete con un valor de 1.400€ que permite al usuario utilizar únicamente su plataforma.

Otra de nuestra potente competencia es la plataforma de Housfy, estos adoptan diferentes precios para sus clientes dependiendo de los meses que quieran tener la exclusividad de venta. Los precios oscilan entre los 3.000€ hasta los 7.000€ entre tres y seis meses.

Comparado con el valor de estas empresas, su reputación y lo que nuestra empresa puede ofrecer, se han fijado los precios que pueden tener como referencia nuestros clientes.

2.4.3. Precios

Precio:

- Intermediación en la compraventa de inmuebles:
 - Gestor de visitas: entre 400€ - 1000€ (dependiendo del tiempo usado)
 - Gestión de células de habitabilidad: Desde 90€
 - Asesoramiento de profesionales: entre 4.000 - 8.000€ (precio de referencia por valor de venta entre 150.000€ y 300.000€)
- Asesoramiento para la búsqueda de hipotecas:
- Intermediación en alquileres: 50€/mes + seguro de impago alquiler
- Financiación: Comisión con las entidades financieras entre un 0,5% - 1%

Otros servicios adicionales podrían ser:

- Plan documentación: se entrega en un mismo pack toda la documentación, para que puedas elegir los trámites que necesites. El precio oscila entre 200€ - 400€
- Plan adicional: en el caso de que el usuario quiera añadir algunos extras a su anuncio, como planos, videos, etc. El precio rondará entre los 50€.

Servicio Premium: 10€ mensuales

2.4.4. Previsión de ventas:

La previsión que tenemos, según el estudio de mercado y competencia es que T-BAYE podrá abastecer un total de 36 viviendas, De acuerdo con el análisis previo realizado sobre nuestra dimensión de mercado. Todas ellas no utilizarán el mismo patrón de tarifas o planes, por lo que, a continuación, se introducirá una separación a través de porcentajes, de acuerdo con lo establecido como comportamiento habitual de los clientes.

Estos son los diferentes “packs” que nuestros clientes podrían escoger:

- Pack 1 40% (15) de los usuarios utilizarán gestor de visitas + “Plan de documentación”. Dependiendo del tipo de asesoramiento en la gestión del inmueble se vería añadido o no algún precio de asesoramiento profesional.
- Pack 2 25% (9) Escogen la intermediación de alquileres + el gestor de visitas (un mes) + “Plan de documentación”.
- Pack 3 25% (9) Utilizarán la intermediación de compra-venta de inmueble con gestor de visitas + asesoramiento profesional + financiación.
- Pack 4 10% (4) Escogen la intermediación de compra-venta de inmueble con gestor de vistas + asesoramiento profesional + “Plan de documentación” + Servicio Premium. Dependiendo de la gestión entraría o no el porcentaje después de venta.

2.5 Canales de distribución

2.5.1. Canales de distribución

A través de nuestra plataforma y T-BAYE, como empresa, tendrá diferentes canales de distribución que ayudarán a nuestros usuarios a poder comprar, vender o alquilar sus inmuebles.

Tendremos colgados en nuestra web todos los inmuebles que operen con nosotros siendo éste un canal minoritario para los clientes o posibles compradores.

Asimismo, se incorporarán los inmuebles en ciertas distribuidoras, para poder abarcar todo el mercado de clientes. Estas distribuidoras pueden ser empresas como Idealista, fotocasa, Habitaclia, etc.

A través de estos intermediarios y si el usuario quisiera, también tendría la opción de contratar a un comercial que lo pondría T-BAYE a su disposición. Dependiendo del pack que se escoja puede tener mayor o menor exclusividad con nuestra empresa.

El papel de tener una buena distribución, es clave para poder conseguir transmitir a nuestros futuros clientes y a los actuales una mayor confianza en nosotros y asegurarse que sus gestiones se están realizando con éxito.

Es por eso que para T-BAYE el canal de distribución va a ser imprescindible.

2.5.2. Intermediarios

El papel de tener una buena distribución es clave para poder conseguir transmitir a nuestros futuros clientes y también a los actuales que pueden confiar en nosotros y asegurarse que sus gestiones se están realizando con éxito.

La contratación de administradores de propiedad sería un acuerdo clave para nuestra empresa. Estos profesionales especializados en la gestión integral de propiedades inmobiliarias nos permitirían optimizar la eficiencia operativa, garantizar una atención experta a los propietarios y mantener un nivel óptimo de calidad en los servicios que ofrecemos. Su experiencia en la selección de inquilinos, mantenimiento de propiedades y gestión financiera nos ayudaría a maximizar el valor de nuestras propiedades y a fortalecer nuestra posición en el mercado inmobiliario.

Además de los administradores de fincas, existen otros canales disponibles para la empresa, como los órganos empresariales y los gestores, entre otros. Estas conexiones con intermediarios ofrecerán a la empresa una alternativa adicional para difundir su concepto de negocio.

2.5.3. Presupuesto de distribución

Nos encontramos que el coste que nos va a suponer esta distribución, por un lado, va a entrar en el coste de mantenimiento de nuestra propia web que puede ascender el coste entre unos 200€ a 400€ al mes.

Por otro lado, utilizar la ayuda de otras distribuidoras como Habitaclia, Idealista, entre otras, puede resultar beneficioso para la empresa. Algunas de estas plataformas permiten colgar nuestros inmuebles sin coste alguno, mientras que otras requieren de

presupuestos que pueden variar dependiendo de la cantidad de viviendas que se vayan a tramitar, con precios que oscilan entre los 400€ y los 1.400€.

2.6 Plan de comunicación

2.6.1. Proceso de comunicación (Pre, Durante, Post)

Tabla 6: Proceso de comunicación

Pre-venta/compra	Durante	Post-Venta/compra
1 mes	2-3 meses	1 mes
<ul style="list-style-type: none"> • Contacto con el cliente. • Estudio sobre la gestión que va a querer seguir. • Envío de las características de su venta o de su compra. • Distribución de su compra o venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de su inmueble. • Campaña de distribución. • Contacto con posibles compradores o posibles vendedores. • Gestión de documentación. • Preparación de la compra o venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compra o venta finalizada. • Tramitar las últimas gestiones del inmueble. • Entrega de un formulario de calidad.

Fuente: Elaboración propia

2.6.2. Medios y acciones:

Los medios que utilizaremos para darnos a conocer van a ser los siguientes:

- Utilizaremos los modelos de google ads para dar a conocer nuestra empresa y que la gente que entre pueda ver nuestros servicios y los inmuebles disponibles.
- Las redes sociales como Instagram o Facebook donde pueden dar también a conocer nuestra empresa y con su repercusión la visualización de los inmuebles.
- Se hará uso de las plataformas de distribución anteriormente comentadas como, Idealista, Habitaclía, Fotocasa, etc. Estas serán las plataformas que más repercusión tengan, ya que, ya tienen una gran reputación en el sector inmobiliario.
- Se crearán acciones publicitarias mediante videos, para llamar la atención en plataformas como YouTube, Instagram, Twitch o si fuera preciso en TV.

- Dentro de nuestra web no se dejarán de colgar asiduamente datos, blogs y artículos de calidad, para que el cliente mantenga las ganas de entrar en nuestra página web.

2.6.3. Canales de comunicación bidireccionales:

Al finalizar la gestión con nuestros clientes tendremos unos formularios que nos redirigirá en sí estamos trabajando correctamente o no y donde podemos mejorar. De esta manera nos mantendremos siempre atentos a las recomendaciones de nuestros usuarios y tendremos margen de mejora.

Además, el tener redes sociales nos ayudará a que la gente pueda opinar de nuestro trabajo.

2.6.4. Presupuesto del plan de comunicación:

Tabla 7: presupuesto de comunicación

Canal de comunicación	Presupuesto
Google ads (2€ por click)	1.000€
Redes sociales	1.000€
Plataforma distribuidoras	1.200€
Artículo de calidad	300€
Youtube (0,20 por visualización)	2.000€
Anuncio TV (la sexta)	5.700€
Twitch	800€
TOTAL	12.000€

Fuente: elaboración propia

3. Plan de operaciones

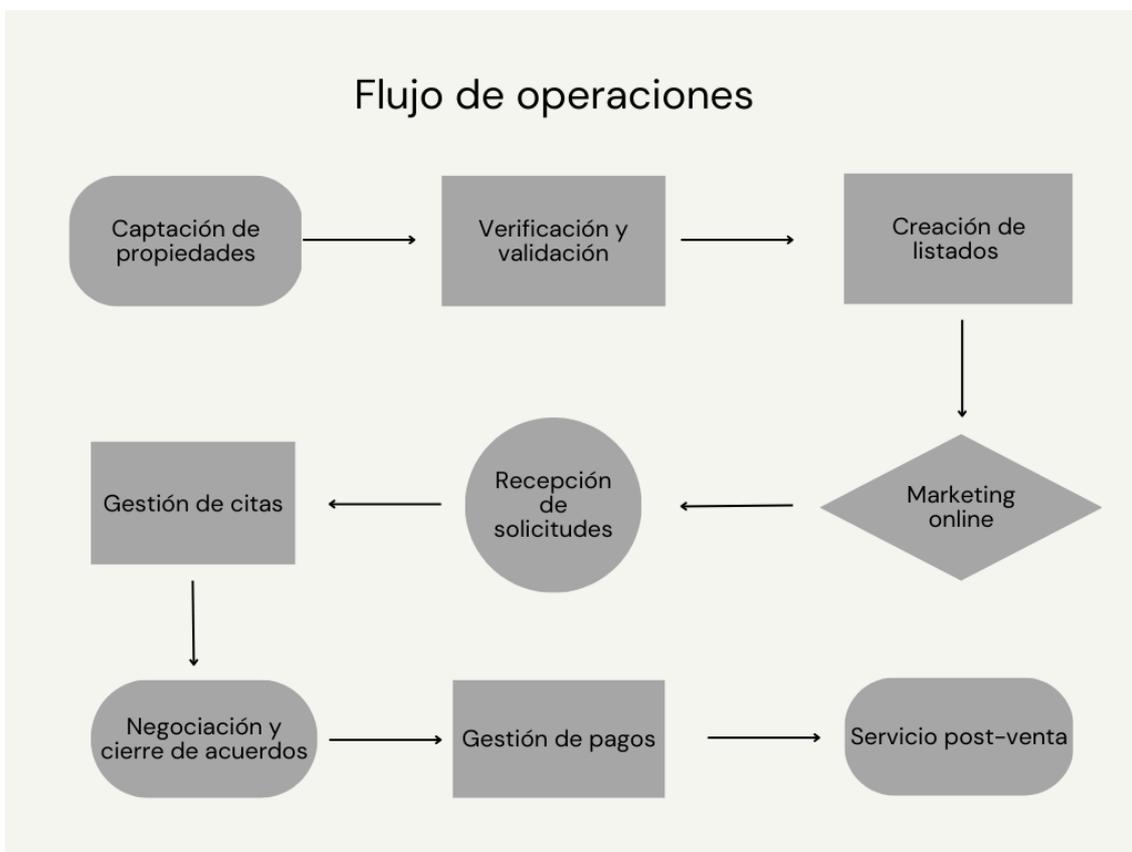
3.1 Proceso de producción del servicio

3.1.1. Flujo de operaciones

El proceso de producción resume los aspectos organizativos que pertenecen a la gestión de compra-venta o intermediación de alquileres en una inmobiliaria online. Este proceso seguirá los siguientes pasos:

1. **Captación de clientes:** T-BAYE trabajará con propietarios y nuestros agentes inmobiliarios para reunir la cantidad máxima de inmuebles que podamos abastecer.
2. **Verificación y validación:** Se ejecutará una verificación y validación para asegurarse que las propiedades sean precisas y actuales.
3. **Creación de listados:** crearemos listados detallados de las propiedades con descripciones, precios, ubicaciones e imágenes.
4. **Marketing online:** se utilizan diversas herramientas como la publicidad en Google, redes sociales y plataformas distribuidoras, para promocionar el listado de propiedades.
5. **Recepción de solicitudes:** Recibiremos las solicitudes de aquellas personas que estén interesados/as en querer información de la propiedad o hacer una visita.
6. **Gestión de citas:** Se organizan citas para los interesados, para poder ir a ver los inmuebles y se les proporcionará asistencia durante la visita.
7. **Negociación y cierre de acuerdos:** T-BAYE ayudará tanto al propietario como al comprador o inquilino para el cierre de negociación por el inmueble.
8. **Gestión de pagos:** formalización de escrituras ante el notario y elevación a público de los acuerdos para la correcta instrumentalización de los acuerdos en la compra-venta de un inmueble. Además, la empresa se encargará de recibir y procesar los pagos correspondientes a las transacciones.
9. **Servicio post-venta:** la empresa proporciona un servicio de atención al cliente después de cada transacción para ayudar con cualquier problema o duda que tenga el cliente.

Tabla 8: Flujo de operaciones



Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Objetivos y temporalización del proceso de operaciones

Este tipo de temporalización del proceso de operaciones refleja la duración de días en relación a los procesos que se tendrán que seguir para la gestión de un inmueble, este proceso se realizará con cada cliente que capturemos.

Tabla 9: Objetivos y temporalización del proceso de operaciones

Nombre	Duración en días	Objetivo
Captación de clientes:	365	Captación de propietarios y posibles compradores o inquilinos.
Verificación y validación:	7	Asegurar el tipo de propiedad captada.
Creación de listados:	7	Crear listas detalladas de los inmuebles.
Marketing online:	90	Gestionar la promoción de los inmuebles.
Recepción de solicitudes:	1	Recepción de solicitudes.
Gestión de citas:	1	Proporcionar citas de visitas a todos nuestros clientes.
Negociación y cierre de acuerdos:	25	Ayuda en el cierre de transacción con propietario y comprador o inquilino.
Gestión de pagos:	15	Recibir y procesar los pagos correspondientes.
Servicio post-venta:	15	Servicio de ayuda con problemas o dudas que tenga el cliente.

Fuente: elaboración propia

3.2 Definición de las actividades clave

3.2.1 Actividades clave

Las actividades claves de T-BAYE son las siguientes:

- Desarrollo y mantenimiento de la página web
- Ejecutar con facilidad los procesos en relación a la gestión del inmueble.
- Continua captación de clientes.
- Conseguir exclusividad en la venta.

Dichas actividades se realizarán por la propia empresa

3.2.2 Plan de contingencia

Un buen plan de contingencia nos permitirá reducir posibles errores de nuestras actividades clave. Es por eso que hemos escogido las siguientes alternativas:

Desarrollo y mantenimiento de la página web: En caso preventivo a algún error por parte de nuestro sistema, hemos contratado los servicios de Midrocket. Esta empresa nos ofrece mantenimiento de nuestra página web de manera inmediata.

Facilidad en los procesos de gestión: Mantendremos contacto con la empresa Asesorate Online ED S.L.U. para el seguimiento de nuestros procesos de gestión, donde se espera trabajar con gran agilidad.

Continua captación de clientes: Un método que utilizaremos para la captación de propiedades particulares será a través de la página web de Lystos Capta, aunque en esta actividad será de total importancia nuestro comercial.

Conseguir exclusividad en la venta: Si la exclusividad no se consigue la empresa tendrá que apostar por otro tipo de ventaja sobre nuestros competidores y sobre nuestro cliente.

Otra ventaja para conseguir una exclusividad distinta sería atraer con ofertas en el proceso de la gestión de su inmueble.

3.3 Recursos clave

- Programador del software, web y el mantenimiento que comportará.
- Equipos informáticos
- Equipo de trabajo como asesores, comerciales, administrativos, para gestionar el flujo de operaciones.

3.4 Presupuestos de producción

Tabla 10: Presupuesto de producción

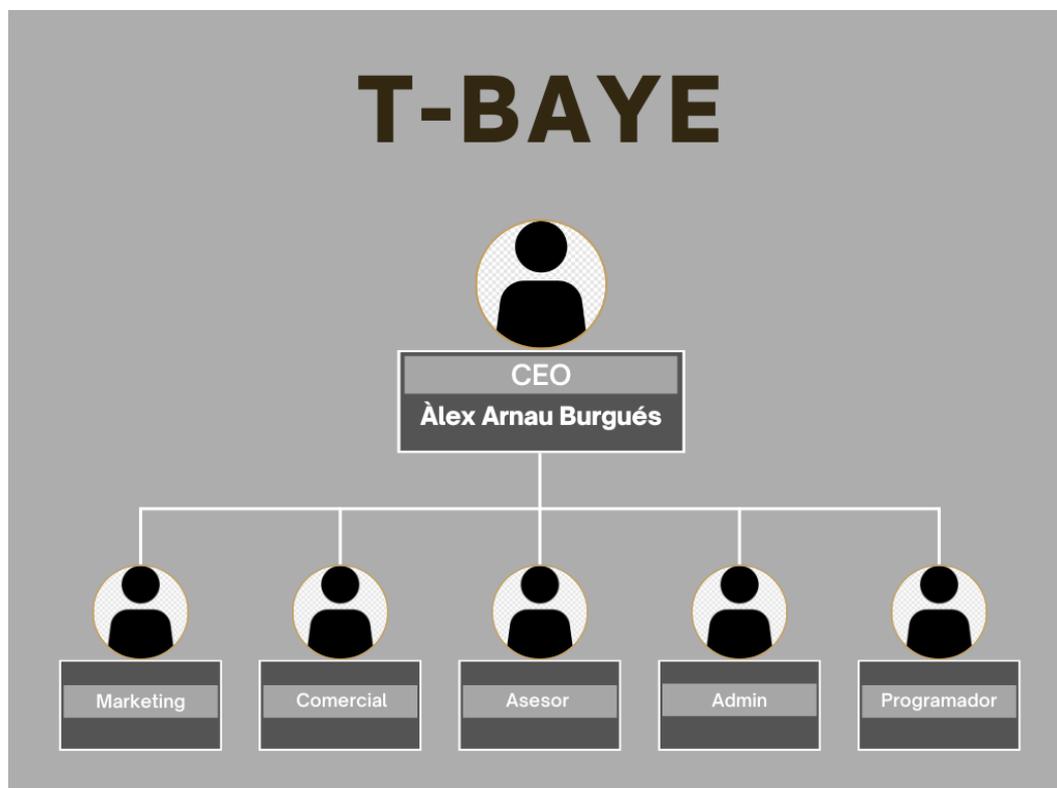
GASTOS	COSTE ANUAL
GASTOS FIJOS	
Alquiler oficina	8.400€
Equipos informáticos x (5)	5.000€
Asesor profesional (1)	6.000€
Community Manager (1) incluye S.S.	25.668€
Administrativos (1) incluye S.S.	25.668€
Comercial (1) incluye S.S.	18.252€
CEO incluye S.S.	24.285€
Programador (1)	16.800€
Creación de la web	12.500€
Dominio y Hosting	100€
TOTAL GASTOS FIJOS	142.673€
GASTOS VARIABLES	
Imprevistos (1,5 % sobre el total del coste fijo)	2.718€
Comercial (5 % sobre el total anual de ventas) *Se excluye la intermediación de alquiler	10.173€
Comercial S.S (contingencias comunes).	2.897€
Costes de publicidad online (Plataformas, google ads, etc.)	12.000€
TOTAL GASTOS VARIABLES	29.351€
TOTAL	172.024€

Fuente: elaboración propia

4. Plan de organización y recursos

4.1 Organigrama

Ilustración 2: organigrama



Fuente: elaboración propia

En la ilustración podemos encontrar, de manera esquematizada, el organigrama representativo de T-BAYE.

Desde un principio la empresa necesitará la ayuda de 3 trabajadores en plantilla para poder soportar toda la carga de trabajo desde un inicio. Los 2 restantes se contratarán como servicio de profesionales.

Estos cinco puestos de trabajo se repartirán en diferentes departamentos.

En el departamento de Marketing, se seleccionará a una persona que tenga habilidades para poder promocionar con firmeza a la empresa y a nuestros servicios.

Por otra parte, necesitaremos de un comercial para conseguir a nuevos propietarios y a su vez que sea capaz de cerrar acuerdos entre vendedores e inquilinos/ compradores.

El departamento de administración estará cubierto por un trabajador/a, para la realización de las tareas administrativas.

Una pieza clave que necesitará la empresa tener bien cubierta es la del asesor, para poder ofrecer con eficacia y sencillez los servicios de gestión documentaria de los inmuebles. La empresa trabajará con un asesor Freelancer que pueda dar solución a todos los servicios necesarios de documentación.

El área del programador va a ser de las más importantes ya que el proyecto se sustenta de la rapidez que ofrecemos a nuestros clientes vía online. Esta se cubrirá con un puesto de trabajo específico.

Ambas áreas, tanto la del programador como la del asesor se justificarán como servicios profesionales independientes, ya que, la empresa los tendrá contratados con paquetes de horas.

El organigrama se refleja con una dependencia jerárquica directa del CEO sobre los demás trabajadores. Esto solo se refleja a la hora de tomar decisiones controvertidas o otras problemáticas que puedan surgir. Aun así, se tendrá en cuenta las aportaciones de todos los trabajadores, ya que, desde T-BAYE se quiere tener en cuenta las opiniones de los expertos en cada área.

4.2 Lugar de trabajo

4.2.1 Funciones

Las funciones que deberán de realizar los trabajadores de T-BAYE son las siguientes:

CEO:

- Definir y supervisar la estrategia de la empresa.
- Identificar nuevas oportunidades.
- Establecer colaboraciones estratégicas.
- Coordinar, dirigir y supervisar los diferentes departamentos de la empresa.

Departamento de Marketing:

Las funciones a realizar por el departamento de marketing serán:

- Realizar estudios de mercado para identificar competencia, necesidades, etc.
- Gestionar las campañas publicitarias a través de las plataformas disponibles de la empresa.
- Desarrollar el contenido de marca.
- Coordinar y participar en ferias, eventos comerciales del sector.
- Definir y supervisar las estrategias de marketing.

Comercial:

Las funciones a desarrollar por parte del comercial serán las siguientes:

- Identificar a posibles clientes potenciales.
- Concretar reuniones para las visitas.
- Negociar y cerrar acuerdos con ambas partes del proceso.
- Mantenerse informado de la competencia y el mercado.
- Analizar posibles necesidades de los clientes.
- Trabajar directamente con el departamento de marketing.

Asesor:

Las funciones a realizar por el asesor serán:

- Gestión de la documentación de las transacciones.
- Asesoramiento a los clientes en la compra o alquiler.
- Realizar visitas y mostrar propiedades a los clientes.
- Coordinar el proceso de compra, venta y alquiler.
- Mantenerse informado de las leyes y regularizaciones de la propiedad.

Departamento administrativo:

Las funciones a realizar por el departamento administrativo serán las siguientes:

- Gestión administrativa con las personas interesadas con T-BAYE
- Conciliación bancaria.
- Gestión financiera.
- Gestión de costes.

Programador:

Las funciones a realizar por el programador serán:

- Desarrollo y mantenimiento de la web.
- Investigación en softwares y procesos para la mejora de la web.
- Ayuda informática para los demás departamentos.

4.2.2 Competencias:

A continuación, se describirán las competencias que tendrán que asumir los trabajadores en cada uno de los diferentes departamentos.

Tabla 11: competencias

Departamentos	Competencias
CEO	<ul style="list-style-type: none">• Visión estratégica.• Conocimiento en el área de negocio.• Inteligencia emocional.• Resiliencia.• Habilidades directivas.• Proactividad.
Departamento de Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Habilidades digitales.• Servicios creativos.• Buena comunicación.• Conocimiento del área de Marketing.• Habilidad para trabajar en equipo.
Comercial	<ul style="list-style-type: none">• Habilidad de comunicación.• Conocimiento del sector.• Orientación al cliente.• Habilidad de negociación.• Habilidad para trabajar en equipo.
Asesor	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento del sector.• Habilidad de comunicación.• Habilidad para presentar propiedades.

	<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento legal.• Habilidad para trabajar en equipo.
Departamento Administrativo	<ul style="list-style-type: none">• Control de información.• Coordinar y gestionar proyectos.• Habilidad de comunicación.• Organizativo/a.• Proactividad.• Adaptabilidad.• Habilidad para trabajar en equipo.
Programador	<ul style="list-style-type: none">• Habilidad de programación.• Proactividad.• Adaptabilidad.• Habilidad para mantener la seguridad.• Habilidad para trabajar en equipo

Fuente: elaboración propia

4.2.3 Tiempo de dedicación

A continuación, establecemos el tiempo de dedicación que tendrán que realizar todos los trabajadores que hemos comentado anteriormente.

CEO: Un total de 8 horas diarias, aunque no se descarta aumento de horas al ser su proyecto.

Departamento de Marketing: Un total de 8 horas al día, de lunes a viernes.

Comercial: Realizará 8 horas al día de lunes a viernes.

Departamento administrativo: Realizará 8 horas al día de lunes a viernes.

Asesor: Realizará las consultas necesarias, estipuladas en diez mensualmente.

Programador: Realizará 20 horas semanales.

Plan de formación:

Una vez seleccionados los trabajadores que se introducirán en nuestra empresa, tendrán que realizar un curso de agente inmobiliario para formalizar el conocimiento de todos nuestros empleados. Este curso se realizará de manera 100% online y tendrá un coste para la empresa de 285€ por empleado.

Este curso tiene el reconocimiento de la asociación nacional de agentes inmobiliarios (API).

Esta formación será un conocimiento adicional al que cada empleado tendrá que tener de su especialidad estudiada.

4.3 Política retributiva

Las políticas retributivas que se han reflejado en T-BAYE conllevan criterios específicos para casi cada uno de los departamentos fijos de la empresa.

Los departamentos de marketing y administración tendrán el mismo salario y cada año obtendrán un aumento salarial, correspondiente a su nivel de trabajo.

En el área comercial su salario se refleja en dos partes, la primera el salario fijo que será menor que el de los demás departamentos. Por otro lado, el comercial será el único que tenga opción a una retribución variable según las ventas. Esta retribución variable se desglosa del 5% sobre la venta anual que consiga la empresa. El otro 95% va reflejado a gastos directos.

El CEO tendrá marcada una retribución salarial, pero dependiendo del nivel de fluidez de la empresa tendrá acceso al total de su salario.

Una política retributiva generalizada se refleja en las pagas extras, estas conllevarán la misma retribución para cada empleado.

4.4 Plan de recursos humanos

A continuación, presentamos el plan de recursos humanos de la organización.

Tabla 12: Plan de recursos humanos

	CEO	D. Marketing	Asesor	Comercial	D. Admon.	Programador
COSTES FIJOS						
SMI/ Mensual (12)	2.000€	1.500€	-	1.000€	1.300€	-
S.S. Cargo de empresa	0	354€	-	236€	307€	-
Curso de formación	285€	285€	285€	285€	285€	285€
TOTAL Mensual	2.285€	2.139€	-	1.521€	1.892€	-
TOTAL C. FIJO	27.420€	25.668€	285€	18.252€	25.668€	285€
COSTES VARIABLES						
Comercial (5 % sobre el total anual de ventas)	-	-	-	10.173€	-	-
S.S Cargo de empresa	-	-	-	2.897€	-	-
TOTAL ANUAL	27.420€	25.668€	285€	31.322€	25.668€	285€

Fuente: elaboración propia

5. PLAN JURIDICO-FISCAL

5.1 Forma jurídica:

T-BAYE es una sociedad limitada (SL) ^(4, s.f.), ³después de realizar un análisis correspondiente con las formas jurídicas pertinentes a la actividad de la empresa. Además, esta es la forma jurídica adecuada por algunos de los siguientes motivos:

- En caso de que la empresa incurra en deudas o pérdidas, los socios tienen una responsabilidad limitada, lo que significa que sólo están obligados a abonar el capital que hayan aportado en el momento de la creación de la empresa. Además, dicha deuda no se extiende a su patrimonio personal, lo que protege sus bienes personales de las posibles obligaciones de la empresa.
- Genera una mayor credibilidad delante de posibles inversores o nuevos socios en comparación con otro tipo de formas jurídicas o de manera autónoma.
- Mínimo de socios para su creación de 1 persona.
- El capital mínimo exigido para la constitución de una sociedad limitada es de 3.000 por socio. Un importe asequible para empezar con la creación de empresa.

5.2 Proveedores de servicio de asesoramiento:

Los proveedores que se han identificado como posibles candidatos para el asesoramiento jurídico, fiscal y contable-laboral son los tres siguientes:

- MAJO ASSESSORS MERCANTILS SL.
- ASSESSORIA FARRERAS SL.
- BUFET ENRIC LLINÀS SLP

5.3 Pacto de socios:

Cuando T-BAYE se encuentre en la situación de introducir nuevos socios en la empresa, las reuniones que se establecen entre la parte del nuevo socio y el ya existente se realizarán para llegar a acuerdos que puedan satisfacer a todas las partes negociadoras. Los aspectos a discutir principalmente van a ser los siguientes:

- Reparto de beneficios: puede ser en dividendos o reinversión. En los primeros años encajaría en reinvertir beneficios para crecer como empresa.
- Responsabilidad del socio y derechos: llegar a un entendimiento con las funciones, responsabilidades y derechos. Además de dejar claro cuando se requiere de una decisión conjunta y cuales se pueden tomar por mayoría.
- Salida del socio: dejar por escrito las bases necesarias para que un socio pueda deshacerse de la parte correspondiente de la empresa.
- Confidencialidad y propiedad intelectual: establecer las condiciones para la protección de información confidencial y la propiedad intelectual de la empresa.

Además de considerar estos aspectos, se implementará, como medida frente a posibles desacuerdos y dificultades en la toma de decisiones entre los socios, la aplicación de la

³ (4, s.f.) Xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF

regla de ejecución del 51%. Esta regla confiere al socio de mayor antigüedad el poder de decisión final.

Con estas bases se negociará la entrada para un nuevo socio que pueda aportar mejoras a T-BAYE.

5.4 Requerimientos normativos clave:

Los requerimientos normativos claves que necesitaremos antes de empezar con la actividad empresarial serían:

- Registro de la empresa: constituir la sociedad limitada legalmente y cumpliendo con todas regularizaciones fiscales y comerciales correspondientes.
- Licencia para inmobiliaria de actividades e instalaciones: necesaria para ejercer el derecho de compraventa de inmuebles.
- Protección de datos: necesario para cumplir con las leyes de protección de datos personales, garantizando la seguridad y privacidad de nuestros clientes.
- Derechos de autor: a la hora de registrar imágenes o descripciones de propiedades.
- Seguridad en las transacciones: contar con medidas de seguridad para nuestros clientes a la hora de realizar transacciones con encriptación de datos y autenticación de usuario.

5.5 Impacto normativo:

El impacto normativo de la ESG (Environmental, Social and Governance) representa uno de los aspectos principales de cambio en el sector inmobiliario. En el contexto de la Unión Europea, esta nueva norma promueve la gestión integrada de los aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo desde la etapa de construcción hasta la gestión del inmueble.

Dicha norma abarca desde la reducción de emisiones hasta la promoción de la diversidad e inclusión dentro de las empresas.

Si dirigimos nuestra atención al impacto a nivel estatal, es evidente que en la actualidad se está presentando incertidumbre en torno a la nueva ley de vivienda que ha sido aprobada por el gobierno actual. Dicha normativa ha provocado una amplia variedad de opiniones dentro del sector inmobiliario y en el mercado de alquiler de inmuebles.

T-BAYE debe estar debidamente informada acerca de la ley de regulación de alquiler aprobada en Cataluña, la cual es aplicable a poblaciones con más de 20.000 habitantes y busca establecer una regulación monetaria en los alquileres. Esta normativa tiene como objetivo reducir los precios de los alquileres, lo que impacta directamente en las inmobiliarias al generar una menor oferta en el mercado.

Como resultado, los inversores muestran una menor disposición hacia las zonas afectadas por esta normativa, lo que afecta la gestión de las inmobiliarias en todas las transacciones de alquiler.

5.6 Cambios normativos

Con el paso de los últimos meses se ha ido incrementando el interés hacia la ley de vivienda a nivel estatal, donde conlleva una regularización de algunos parámetros en el derecho a la vivienda y la regularización del mercado del alquiler. Esta nueva ley está generando un debate, con el sector inmobiliario, que valora esta nueva regularización con muchos matices a solucionar si no se quiere fracasar en el intento.

Según los Colegios Oficiales de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria ^(5, s.f.),⁴ lamenta que se apruebe una ley sin la consideración de profesionales expertos en el sector inmobiliario.

Esta nueva ley aprobada deja con ciertas dudas al sector inmobiliario, ya que, hay un seguido de aspectos que se deberían de discutir.

En primer lugar, esta nueva ley deja una inseguridad jurídica general por el desamparo del incumplimiento de contratos en cuanto al plazo de cumplimiento.

Que la responsabilidad no recaiga en las administraciones públicas y vaya directamente a los propietarios privados provocará una bajada de inmuebles destinados al alquiler, que como nueva empresa tendremos que estar atentos al mercado.

En segundo lugar, podría llegar a suceder como fue en el caso de Cataluña, con la ley de regularización de los alquileres. A medio plazo los precios aumentaron y disminuyó la oferta de inmuebles.

En tercer lugar, los pagos de gestión inmobiliaria se ejecutarán a cargo del propietario del inmueble y no del inquilino como se llevaba haciendo siempre. Esta acción puede provocar que el propietario quiera equilibrar su gasto con el aumento del alquiler, generando un peligro al mercado del alquiler.

La mencionada acción expone al inquilino a situaciones de vulnerabilidad, debido a que la empresa inmobiliaria no le otorgará importancia alguna en cuanto a su impacto en la transacción del inmueble, lo cual favorecerá exclusivamente los intereses del propietario. Por otro lado, el objetivo es lograr una mediación entre ambas partes a través de la intervención de la mencionada empresa inmobiliaria, con el fin de garantizar la defensa de los intereses de ambas partes.

Estas pueden ser algunas de las acciones más relevantes de la nueva ley de vivienda aprobada que deberemos saber gestionar correctamente en T-BAYE para generar las transacciones que queremos realizar en el mercado de alquiler.

⁴ 5. <https://blogprofesional.fotocasa.es/que-opina-sobre-la-nueva-ley-de-vivienda-el-sector-inmobiliario/>

5.7 Presupuesto de constitución de la empresa:

A continuación, se muestra el presupuesto de constitución de T-BAYE.

Tabla 13: presupuesto de constitución

RECURSOS	PRECIO
Certificado negativo de denominación social	17€
Capital Social	3.000€
Notaría	180€
Registro mercantil	90€
LOPD*	75€
TOTAL	3.362€

Fuente: elaboración propia

6. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO

6.1 Previsión de inversión y financiamiento:

La inversión que va a realizar T-BAYE estará destinada hacia la obtención de patentes, licencias y marca y todo el equipo necesario para habilitar la oficina donde se ejecutará el trabajo de la empresa.

Estas son las siguientes inversiones:

Tabla 14: previsión inversión y financiamiento

	IMPORTE
Patentes, licencias y marcas	265€
Aplicaciones informáticas	12.500€
Mobiliario	1.000€
Equipos para procesar información	5.000€
Gastos de constitución	429€
Finanzas a largo plazo	1.400€
TOTAL	20.594€

Fuente: elaboración propia

Las fuentes de financiamiento desde un principio van a ser propias, ya que se destinarán 3.000€ en la constitución y creación de la empresa. Además, se añadirá como “otras aportaciones de socios” 47.000€ para hacer frente a las primeras inversiones de la empresa y para dejar una previsión de fondos, ya que, se entiende que los primeros meses no se facturará por transacciones de inmuebles.

La responsabilidad de realizar esta inversión recae en el CEO de la empresa.

Como segunda opción de financiamiento, en el caso de necesitar más liquidez, se acudiría a otros posibles accionistas como puede ser:

- ENISA (6, s.f.).⁵

En el caso de escoger ENISA como financiación, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Se pedirá una línea de financiación para jóvenes emprendedores.
- Se pedirá la máxima cuantía de financiación (75.000€).
- El tipo de interés se aplica entre 2 y 3,5% + Euribor, en el primer tramo y entre el 3 y el 6% en el segundo tramo.
- Comisión de apertura de 0,5%.
- No se exigen garantías.

6.2 Previsión ingresos y gastos:

Ilustración 3: Pérdidas y Ganancias

RESULTADOS

Pérdidas y Ganancias	31/12/24	31/12/25	31/12/26
Ventas	210.215	245.361	281.048
Variación de existencias	0	0	0
Trabajos realizados por la empresa para su activo (I+D)	0	0	0
Aprovisionamientos	(10.173)	(11.847)	(13.584)
Gastos de personal	(80.362)	(81.963)	(83.595)
Otros gastos de explotación	(52.213)	(51.049)	(52.044)
Amortización del inmovilizado	(4.471)	(5.455)	(5.455)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0	0	0
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	62.996	95.046	126.370
Gastos financieros	0	0	0
B) RESULTADO FINANCIERO	0	0	0
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	62.996	95.046	126.370
Impuesto sobre beneficios	(9.449)	(14.257)	(37.911)
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	53.547	80.789	88.459

Fuente: elaboración propia

En esta ilustración podemos analizar el resultado de las pérdidas y ganancias de los próximos tres ejercicios. En él podemos aclarar ciertos aspectos como es la cantidad de ventas que se generarán. El total de ingresos viene cuantificado por la previsión de ventas que se ha realizado sobre los 4 packs y su precio de venta, tal y como se puede comprobar en el modelo de operaciones del Excel del plan económico - financiero.

⁵ <https://www.enisa.es/es/financia-tu-empresa/lineas-de-financiacion/d/jovenes-emprendedores>

El total de ingresos viene cuantificado por la previsión de ventas que se ha realizado sobre los 4 packs que la empresa entiende que serán los más utilizados y su precio de venta, tal y como se puede comprobar en el modelo de operaciones del Excel del plan económico - financiero.

Por otro lado, encontramos diferentes tipos de gastos, que justifican todas las partidas que se han ido realizando para iniciar el proyecto de T-BAYE.

Los gastos de aprovisionamientos corresponden a las comisiones que se efectuarán sobre el total de las ventas de los packs 1,3 y 4, excluyendo el pack 2, que hace referencia a la intermediación de alquileres. Estas comisiones se deben a la retribución salarial variable de nuestro comercial, tal y como se puede comprobar en el presupuesto de producción.

La partida de otros gastos de explotación corresponde al total de los servicios exteriores. Indicar que en el primer ejercicio se incorporan los gastos de constitución de la empresa.

La amortización del inmovilizado corresponde a los elementos del inmovilizado tanto intangible como material.

El resultado de explotación aparece con unos importes positivos en los tres ejercicios presentados. Estos resultados se valoran de forma favorable, ya que, los costes del proyecto no superan los ingresos que generaría el modelo de negocio.

En correspondencia con el resultado del ejercicio, analizamos unos valores positivos y favorables ya que siguen siendo beneficios aun con el impuesto del 15%, los dos primeros ejercicios y del 30% en el tercer ejercicio, según el Excel del plan económico - financiero. Si bien creemos que nos podremos beneficiar de un tipo de gravamen reducido del 23%, según la AEAT (7, s.f.).⁶

⁶ <https://sede.agenciatributaria.gob.es>

A continuación, podremos encontrar los tipos de escenarios, pesimista, moderado y favorable, según la previsión de ingresos y gastos.

Escenario 1: Pesimista/desfavorable:

Ilustración 4: escenario pesimista

RESULTADOS			
Pérdidas y Ganancias	31/12/24	31/12/25	31/12/26
Ventas	168.172	196.289	224.839
Variación de existencias	0	0	0
Trabajos realizados por la empresa para su activo (I+D)	0	0	0
Aprovisionamientos	(8.139)	(9.478)	(10.867)
Gastos de personal	(80.362)	(81.963)	(83.595)
Otros gastos de explotación	(52.213)	(51.049)	(52.044)
Amortización del inmovilizado	(4.471)	(5.455)	(5.455)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0	0	0
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	22.988	48.343	72.877
Gastos financieros	0	0	0
B) RESULTADO FINANCIERO	0	0	0
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	22.988	48.343	72.877
Impuesto sobre beneficios	(3.448)	(7.251)	(21.863)
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	19.539	41.092	51.014

Fuente: elaboración propia

Para realizar un escenario pesimista se ha considerado que la mejor vía para reflejar dicho escenario sería una disminución del 20% del valor de precio de los paquetes, dejando por igual las transacciones y costes.

Con esta deducción nos encontramos con una rebaja en la partida de las ventas que influye directamente en el transcurso de la cuenta de pérdidas y ganancias. Nos encontramos que el resultado de explotación disminuye con consideración, pero aun así sigue siendo con valor favorable.

En relación al resultado del ejercicio, podemos observar en la ilustración un valor positivo. En este caso no alcanzaría el primer año para cubrir la inversión de capital que se realizaría por parte de los socios.

Con el paso de los siguientes años se incrementarán proporcionalmente los resultados, obteniendo beneficio neto absoluto a partir del tercer año y acabando de saldar las inversiones en el segundo.

Escenario 2: Esperado/moderado:

Ilustración 5: escenario moderado

RESULTADOS

Pérdidas y Ganancias	31/12/24	31/12/25	31/12/26
Ventas	210.215	245.361	281.048
Variación de existencias	0	0	0
Trabajos realizados por la empresa para su activo (I+D)	0	0	0
Aprovisionamientos	(10.173)	(11.847)	(13.584)
Gastos de personal	(80.362)	(81.963)	(83.595)
Otros gastos de explotación	(52.213)	(51.049)	(52.044)
Amortización del inmovilizado	(4.471)	(5.455)	(5.455)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0	0	0
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	62.996	95.046	126.370
Gastos financieros	0	0	0
B) RESULTADO FINANCIERO	0	0	0
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	62.996	95.046	126.370
Impuesto sobre beneficios	(9.449)	(14.257)	(37.911)
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	53.547	80.789	88.459

Fuente: elaboración propia

En el escenario moderado, se ha optado por mantener el resultado que representa el trabajo realizado, debido a que las transacciones, precios y costos han sido cuidadosamente planificados en base a valores realistas.

Escenario 3: Optimista/favorable:

Ilustración 6: Escenario optimista

RESULTADOS

Pérdidas y Ganancias	31/12/24	31/12/25	31/12/26
Ventas	220.726	257.630	295.101
Variación de existencias	0	0	0
Trabajos realizados por la empresa para su activo (I+D)	0	0	0
Aprovisionamientos	(10.682)	(12.439)	(14.263)
Gastos de personal	(80.362)	(81.963)	(83.595)
Otros gastos de explotación	(52.213)	(51.049)	(52.044)
Amortización del inmovilizado	(4.471)	(5.455)	(5.455)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	0	0	0
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	72.998	106.722	139.744
Gastos financieros	0	0	0
B) RESULTADO FINANCIERO	0	0	0
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)	72.998	106.722	139.744
Impuesto sobre beneficios	(10.950)	(16.008)	(41.923)
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	62.049	90.714	97.820

Fuente: elaboración propia

Una vez valorados los modelos pesimistas y moderados, nos encontramos con el optimista/favorable donde se incrementa el 5% del valor del precio de los paquetes que ofrece T-BAYE. Como consecuencia de este aumento, es posible observar un incremento significativo en las ventas, lo cual se refleja en resultados más favorables en las partidas correspondientes a la explotación y, por consiguiente, en el resultado del ejercicio.

En el primer ejercicio la empresa conseguiría saldar la inversión ofrecida por los socios y además obtener un significado beneficio que se destinaría a inversión.

6.3 Plan de tesorería:

A continuación, se muestra el plan de tesorería de T-BAYE.

EJERCICIO 1:

Ilustración 7: Plan de tesorería 1

	ene-24	feb-24	mar-24	abr-24	may-24	jun-24	jul-24	ago-24	sept-24	oct-24	nov-24	dic-24
Capital	50.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	3.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportaciones de Socios	47.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	0	0	7.000	29.585	29.585	22.575	22.575	22.585	22.575	15.575	15.575	22.585
IVA Ventas	0	0	1.470	6.213	6.213	4.741	4.741	4.743	4.741	3.271	3.271	4.743
IVA a cobrar	0	0	0	4.734	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADAS DE CAPITAL	50.000	0	8.470	40.532	35.798	27.316	27.316	27.328	27.316	18.846	18.846	27.328
Gastos de constitución	429											
Inversiones	12.157	4.386	3.781	3.781	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones inmateriales	4.102	3.781	3.781	3.781	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones materiales	6.655	605	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fianzas a largo Plazo	1.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras	0	0	350	1.442	1.442	1.091	1.091	1.092	1.091	741	741	1.092
IVA Compras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios exteriores	5.953	7.253	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918	4.918
Gastos de personal	4.584	6.697	7.735	8.772	5.659	5.659	8.772	5.659	5.659	8.772	5.659	5.659
Salario NET	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584	4.584
IRPF	0	1.038	2.076	3.113	0	0	3.113	0	0	3.113	0	0
SST	0	179	179	179	179	179	179	179	179	179	179	179
SSE	0	897	897	897	897	897	897	897	897	897	897	897
IVA a pagar	0	0	0	0	0	0	13.950	0	0	11.664	0	0
Pag a cuenta IS	0	0	0	3.213	0	0	0	0	0	4.819	0	1.606
IS Empresas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SALIDAS DE CAPITAL	23.122	18.336	16.784	22.126	12.019	11.668	28.731	11.669	11.668	30.915	11.318	13.275
SALDO PERIODO	26.878	-18.336	-8.314	18.406	23.779	15.647	-1.415	15.659	15.647	-12.069	7.527	14.053
SALDO INICIAL	0	26.878	8.542	228	18.634	42.413	58.061	56.645	72.304	87.952	75.883	83.410
SALDO FINAL	26.878	8.542	228	18.634	42.413	58.061	56.645	72.304	87.952	75.883	83.410	97.463

Fuente: elaboración propia

En el ejercicio inicial, nos enfrentamos a la necesidad de incorporar capital para poner en marcha y mantener la empresa durante los dos primeros meses, incluso sin generar ventas.

Se ha llevado a cabo previamente un análisis con el objetivo de garantizar que el proyecto cuente con un capital adecuado que evite cualquier situación de déficit durante cualquier mes en el cual no se realicen transacciones de compra, venta o intermediación de alquileres.

La entrada de capital provendrá de las ventas realizadas durante los meses del primer año. T-BAYE no anticipa incumplimientos, ya que las transacciones de compra, venta o intermediación de alquiler se concluyen una vez que se han efectuado los pagos correspondientes.

En cuanto a los gastos, las compras están relacionadas con los costos necesarios para llevar a cabo las transacciones inmobiliarias. Los gastos de servicios externos abarcan todos aquellos necesarios para realizar el trabajo de la mejor manera posible, como alquileres, reparaciones, marketing y publicidad, así como servicios profesionales, como los de un asesor, entre otros.

La entrada de capital se da a través de estos costos mencionados, además de los impuestos correspondientes.

En cuanto al saldo inicial y final, podemos observar que la empresa nunca se encuentra en una posición de endeudamiento y siempre obtiene valores positivos. En los primeros meses, el saldo final es inferior a la inicial debido a la ausencia de ventas.

EJERCICIO 2

Ilustración 8: Plan de tesorería 2

	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25	ago-25	sept-25	oct-25	nov-25	dic-25
Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportaciones de Socios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	23.027	15.887	30.177	23.037	23.027	15.887	30.177	7.140	30.177	15.887	23.037	7.905
IVA Ventas	4.836	3.336	6.337	4.838	4.836	3.336	6.337	1.499	6.337	3.336	4.838	1.660
IVA a cobrar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ENTRADAS DE CAPITAL	27.862	19.223	36.514	27.874	27.862	19.223	36.514	8.639	36.514	19.223	27.874	9.565
Gastos de constitución												
Inversiones	0											
Inversiones inmateriales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fianzas a largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras	1.113	756	1.471	1.114	1.113	756	1.471	357	1.471	756	1.114	357
IVA Compras	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios exteriores	5.016	6.316	5.016									
Gastos de personal	8.875	5.792	5.792	8.906	5.792	5.792	8.906	5.792	5.792	8.906	5.792	5.792
Salario NET	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687	4.687
IRPF	3.113	0	0	3.113	0	0	3.113	0	0	3.113	0	0
SST	179	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184
SSE	897	922	922	922	922	922	922	922	922	922	922	922
IVA a pagar	8.724	0	0	11.897	0	0	10.398	0	0	11.562	0	0
Pag a cuenta IS	0	0	0	4.847	0	0	0	0	0	7.271	0	2.424
IS Empresas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SALIDAS DE CAPITAL	23.728	12.865	12.279	31.780	11.922	11.565	25.790	11.166	12.279	33.511	11.922	13.590
SALDO PERIODO	4.134	6.358	24.234	-3.906	15.940	7.658	10.723	-2.527	24.234	-14.288	15.952	-4.025
SALDO INICIAL	97.463	101.596	107.954	132.188	128.283	144.223	151.880	162.604	160.077	184.312	170.023	185.975
SALDO FINAL	101.596	107.954	132.188	128.283	144.223	151.880	162.604	160.077	184.312	170.023	185.975	181.951

Fuente: elaboración propia

Con respecto al año siguiente, se observan algunas diferencias en comparación con el año inicial. En este caso, el año comienza en enero con los ingresos generados por las ventas. Esta situación tiene un impacto en la partida de compras, donde también se incurren en costos durante los dos primeros meses, algo que no ocurría en el ejercicio inicial.

Es importante destacar que tanto las ventas como los costos experimentan un aumento, debido al incremento en el número de transacciones que se realizarán a lo largo del segundo año.

En relación al saldo inicial y final, se observa que la empresa cuenta con un mayor capital disponible y en ningún momento se encuentra en situación de endeudamiento durante el transcurso de los meses. Además, es destacable que la empresa logra, casi en su totalidad, que el saldo final de cada mes sea mayor que el saldo inicial correspondiente a dicho mes.

EJERCICIO 3:

Ilustración 9: Plan de tesorería 3

	ene-26	feb-26	mar-26	abr-26	may-26	jun-26	jul-26	ago-26	sept-26	oct-26	nov-26	dic-26
Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportaciones de Socios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	23.487	23.497	23.487	31.561	30.780	30.780	23.487	7.283	23.497	23.487	23.497	16.204
IVA Ventas	4.932	4.934	4.932	6.628	6.464	6.464	4.932	1.529	4.934	4.932	4.934	3.403
IVA a cobrar	0											
ENTRADAS DE CAPITAL	28.419	28.432	28.419	38.188	37.244	37.244	28.419	8.812	28.432	28.419	28.432	19.607
Gastos de constitución												
Inversiones	0											
Inversiones inmateriales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversiones materiales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fianzas a largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Compras	1.135	1.136	1.135	1.500	1.500	1.500	1.135	364	1.136	1.135	1.136	771
IVA Compras	0											
Servicios exteriores	5.117	6.417	5.117									
Gastos de personal	9.011	5.928	5.928	9.042	5.928	5.928	9.042	5.928	5.928	9.042	5.928	5.928
Salario NET	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791	4.791
IRPF	3.113	0	0	3.113	0	0	3.113	0	0	3.113	0	0
SST	184	189	189	189	189	189	189	189	189	189	189	189
SSE	922	948	948	948	948	948	948	948	948	948	948	948
IVA a pagar	7.222	0	0	12.135	0	0	16.891	0	0	8.732	0	0
Pag a cuenta IS	0	0	0	5.308	0	0	0	0	0	7.961	0	2.654
IS Empresas	0											
SALIDAS DE CAPITAL	22.485	13.481	12.181	33.101	12.545	12.545	32.185	11.409	12.181	31.987	12.181	14.470
SALDO PERIODO	5.934	14.951	16.239	5.087	24.699	24.699	-3.766	-2.597	16.251	-3.568	16.251	5.137
SALDO INICIAL	181.951	187.885	202.836	219.075	224.162	248.861	273.560	269.794	267.197	283.447	279.880	296.130
SALDO FINAL	187.885	202.836	219.075	224.162	248.861	273.560	269.794	267.197	283.447	279.880	296.130	301.267

Fuente: elaboración propia

En el año 2026, la principal y única diferencia con respecto al segundo año radica en el número de transacciones, que experimenta un aumento del 14% en comparación con el año 2025, alcanzando un total de 48 movimientos en ventas.

Este incremento, al igual que en el paso del segundo al primer año, genera un aumento en los gastos y a su vez contribuye a un aumento en las ventas.

En el tercer año, se observa que la dinámica sigue siendo consistente con los dos años anteriores, donde la empresa nunca incurre en deuda en ningún momento.

6.3.1 Plan de tesorería para los tres escenarios (Pesimista, Esperado, Optimista)

A continuación, se muestra el plan de tesorería con los escenarios pesimistas y favorables. En el caso moderado, se ajusta al modelo que corresponde al trabajo, el cual ha sido analizado más detalladamente en el apartado anterior.

ESCENARIO PESIMISTA/DESFAVORABLE:

Ilustración 10: Escenario pesimista

TESORERIA	31/12/24	31/12/25	31/12/26
INGRESOS			
Capital	50.000 €		
Ventas	168.172 €	196.289 €	224.839 €
ENTRADAS DE CAPITAL	218.172 €	196.289 €	224.839 €
GASTOS			
Gastos de constitución	429 €		
Inversiones	24.106 €	0 €	0 €
Aprovisionamiento (compras)	8.139 €	9.478 €	13.584 €
Servicios exteriores	52.213 €	51.049 €	52.044 €
Gastos de personal	80.362 €	80.362 €	80.362 €
Impuestos	3.448 €	7.492 €	22.833 €
SALIDAS DE CAPITAL	168.697 €	148.381 €	168.823 €
SALDO FINAL	49.475 €	47.908 €	56.016 €

Fuente: elaboración propia

Se presenta una tabla representativa de carácter general que muestra la situación de tesorería de T-BAYE durante los primeros tres años en un escenario pesimista, donde se contempla una disminución del 20% en el precio de venta.

Con la disminución de las ventas, se observa que en el tercer mes, a pesar de iniciar el proceso de ventas, la empresa experimentaría resultados negativos y acumularía deudas, lo que requeriría una inyección de capital para mantenerse a flote durante el cuarto mes. Por lo tanto, la aportación de capital de 50.000€ contemplada en el modelo moderado no sería suficiente en un escenario pesimista para evitar incurrir en déficit mensual.

No se ha contemplado el efecto del IVA en la tesorería al ser su importe neutro, ya que en casi su totalidad los importes cobrados y compensados por transacción de inmueble se tendrá que ingresar.

Sin embargo, a pesar de la disminución en el valor de las transacciones, T-BAYE finaliza el año con una situación de tesorería positiva, gracias a los resultados favorables obtenidos.

ESCENARIO OPTIMISTA/FAVORABLE:

Ilustración 11: Escenario optimista

TESORERIA	31/12/24	31/12/25	31/12/26
INGRESOS			
Capital	50.000 €		
Ventas	220.726 €	257.630 €	295.101 €
ENTRADAS DE CAPITAL	270.726 €	257.630 €	295.101 €
GASTOS			
Gastos de constitución	429 €		
Inversiones	24.106 €	0 €	0 €
Aprovisionamiento (compras)	10.682 €	12.439 €	14.263 €
Servicios exteriores	52.213 €	51.049 €	52.044 €
Gastos de personal	80.362 €	80.362 €	80.362 €
Impuestos	10.950 €	16.249 €	42.893 €
SALIDAS DE CAPITAL	178.742 €	160.099 €	189.562 €
SALDO FINAL	91.984 €	97.531 €	105.539 €

Fuente: elaboración propia

A continuación, se presenta la tabla que representa el escenario optimista para la empresa, donde se contempla un incremento del 5% en el precio de venta en comparación con el escenario moderado.

En este caso, la empresa no tiene la necesidad de preocuparse por la aportación de capital, ya que, a diferencia del escenario pesimista, no se registran meses deficitarios. Esto resulta en una estabilidad económica que se mantiene a lo largo del primer año.

No se ha contemplado el efecto del IVA en la tesorería al ser su importe neutro, ya que en casi su totalidad los importes cobrados y compensados por transacción de inmueble se tendrá que ingresar.

6.4 Análisis financiero

Balance de situación:

Ilustración 12: Balance de situación

ACTIVO	31/12/24	31/12/25	31/12/26
A) ACTIVO NO CORRIENTE	15.883	10.713	4.784
Inmovilizado intangible	9.385	5.130	875
Inmovilizado material	4.908	3.708	2.508
Fianzas y Depósitos	1.400	1.400	1.400
Impuesto de sociedades	189	474	0
B) ACTIVO CORRIENTE	100.024	184.562	303.931
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	2.561	2.612	2.664
Iva a cobrar	2.561	2.612	2.664
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	97.463	181.951	301.267
TOTAL ACTIVO (A + B)	115.906	195.275	308.715

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/24	31/12/25	31/12/26
A) PATRIMONIO NETO	103.547	184.335	272.794
A-1) Fondos propios	103.547	184.335	272.794
Capital Social	3.000	3.000	3.000
Reservas	0	53.547	134.335
Otras aportaciones de socios	47.000	47.000	47.000
Resultado del ejercicio	53.547	80.789	88.459
A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0	0	0
Leasings	0	0	0
C) PASIVO CORRIENTE	12.360	10.940	35.921
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	12.360	10.940	35.921
IVA a pagar	11.284	9.834	13.270
IRPF	0	0	0
Seguridad Social	1.075	1.106	1.137
Impuesto de sociedades	0	0	21.514
TOTAL DE PATRIMONIO NETO Y PASIVO	115.906	195.275	308.715

Fuente: elaboración propia

En esta ilustración vemos reflejado el balance de situación donde se comparan los tres primeros años de la empresa.

Podemos observar como aspecto principal que el activo corriente de T-BAYE es mayor al pasivo corriente, donde refleja que la empresa no tendrá problemas de liquidez a corto plazo (ratio de liquidez alto) y se encuentra con una solidez de la estructura patrimonial.

No se registran prácticamente deudores comerciales, dado que el importe de la venta se cobra una vez que se ha finalizado la transacción de compra-venta o intermediación de alquiler del inmueble.

Las únicas cuentas del pasivo son a corto plazo (pasivo corriente), ya que la empresa no necesita endeudarse a largo plazo para su funcionamiento. Se analiza un patrimonio neto fuerte, ya que la empresa dispone de gran estabilidad en este sentido.

Los beneficios se incrementan año tras año gracias al aumento de las ventas, así como el ajuste de los costes comerciales. Es el motor de la empresa tener un beneficio de explotación fuerte.

6.4.1 Ratios e indicadores:

EBITDA:

Ilustración 13: Ebitda

EBITDA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BAI	62.996	95.046	126.370
Intereses	0	0	0
BAII	62.996	95.046	126.370
Amortizaciones	4.471	5.455	5.455
EBITDA	67.467	100.501	131.825

Fuente: elaboración propia

Considerando únicamente nuestra actividad productiva podemos concluir que se desarrolla un EBITDA estimado en referencia a la viabilidad y progreso de la empresa. Además, los resultados que podemos observar dan margen para soportar las deducciones sobre impuestos.

Rentabilidad financiera (ROE):

Ilustración 14: ROE

Rentabilidad financiera			
	Ejercicio 1	Ejercicio 2	Ejercicio 3
Beneficio neto (BN)	53.547,00 €	82.150,00 €	90.722,00 €
Patrimonio neto (PN)	103.547,00 €	185.697,00 €	276.419,00 €
BN/PN	52%	44%	33%

Fuente: elaboración propia

La rentabilidad financiera de la empresa, siguiendo el modelo conservador, es de un 55% para los accionistas. Un resultado que es favorable para cualquier persona que quisiera intervenir como accionista minoritario en T-BAYE.

Ratio de endeudamiento:

Ilustración 15: Ratio de endeudamiento

RATIO ENDEUDAMIENTO			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Pasivo	12.360	10.940	35.921
Fondos Propios	103.547	184.335	272.794
RATIO ENDEUDAMIENTO	11,94%	5,93%	13,17%

Fuente: elaboración propia

La ratio de financiamiento de T-BAYE nos indica que la sociedad no depende en gran medida de los fondos prestados, con lo que refleja un estado financiero estable. Al estar por debajo del 0,5 del índice indicativo para comprender cómo se sitúa a nivel financiero la empresa, se puede analizar que la mayoría de los activos son de la propiedad.

Por otro lado, tener una ratio de endeudamiento bajo significa que no se están aprovechando de la mejor manera los recursos propios. La empresa deberá analizar el mercado y compararse con sus competidores para mejorar la posesión de dichos recursos.

Fondo de maniobra:

Ilustración 16: Fondo de maniobra

FONDO DE MANIOBRA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo corriente	100.024	184.562	303.931
Pasivo corriente	12.360	10.940	35.921
FONDO DE MANIOBRA	87.664	173.623	268.011

Fuente: Elaboración propia

El fondo de maniobra de la empresa se encuentra en situación positiva por lo que la organización puede hacer frente a los pagos y deudas que puedan existir a corto plazo.

NOF'S:

Ilustración 17: Nof's

NOF'S			
	Ejercicio 1	Ejercicio 2	Ejercicio 3
Existencias			
Cuentas a cobrar	2.561,00 €	2.612,00 €	2.664,00 €
Proveedores			
Cuentas a pagar	12.360,00 €	10.909,00 €	36.417,00 €
TOTAL	-9.799,00 €	-8.297,00 €	-33.753,00 €

Fuente: elaboración propia

Las Necesidades Operativas de Fondo (NOF), representan una medida financiera empleada para evaluar los recursos económicos requeridos por una empresa con el fin de financiar sus actividades operativas diarias y asegurar un nivel óptimo de capital de trabajo.

Al considerar las (NOF'S) durante los tres primeros períodos contables y al comparar estos resultados con los tres resultados del fondo de maniobra, se observa que la empresa está adecuadamente preparada para cubrir todos los gastos de producción y otras obligaciones económicas.

6.5 Viabilidad del negocio:

Como hemos podido observar en los resultados del ejercicio y balance de situación, de los próximos tres años, el proyecto tendría una viabilidad emprendedora. Desde el primer ejercicio con un escenario moderado, de 36 transacciones, nos encontramos con un resultado favorable pese a los gastos que se tendrían que asumir para llevar a cabo el proyecto.

Hay que remarcar que en el primer ejercicio recuperamos el capital aportado por los socios, ya que alcanzaría para la aportación inicial de 50.000€ y conseguir un importe de beneficios.

Si analizamos el segundo año, con su incremento de ventas, ya estaríamos hablando de un escenario totalmente favorable, con beneficios absolutos.

Analizando el tercer año, todo deja intuir que el proyecto puede funcionar, ya que los costes no son muy elevados y podría consolidarse en el mercado inmobiliario con un incremento, no muy considerable, de nuestras ventas.

El aumento de ventas se ha incrementado un 14% por año, pasando de 36 ventas el primer año a 42 el segundo y 48 el tercer año. Asumiendo unas cantidades que pueden ser enfocadas en un escenario moderado, sin precipitaciones, ni tampoco infravaloración de la idea de negocio.

Uno de los aspectos que puede aclarar mejor la viabilidad del proyecto son los costes, ya que, al ser un negocio online, se reduce en mayor cantidad el número de costes que requieren de una manera más tradicional.

Es posible destacar que los activos corrientes superan a los pasivos corrientes, lo cual genera una situación de estabilidad en la deuda a corto plazo, debido a la existencia de suficiente liquidez para hacer frente a las obligaciones financieras.

CONCLUSIONES:

Identificar una necesidad en el mercado inmobiliario y reconocer la posibilidad de mejorar los procesos existentes, así como adoptar un enfoque distinto para las transacciones de compraventa de inmuebles y los procesos de alquiler, fue lo que me motivó a realizar este trabajo.

Desde un principio, me propuse desarrollar un business plan para la creación de una plataforma de servicios inmobiliarios online que brindase a las personas una mayor agilidad al interactuar con la empresa y tomar decisiones pertinentes, facilitando así la ejecución de los procesos involucrados.

Al emprender el proyecto de T-BAYE, reconocía que mis conocimientos iniciales sobre el sector, la industria y el mercado eran limitados. No obstante, a través de un exhaustivo estudio del sector y la realización de pruebas de viabilidad, tanto a través de encuestas como del modelo Canva, logré actualizar y ampliar significativamente mi comprensión del sector inmobiliario. Desde entonces, mi nivel de conocimiento ha ido aumentando progresivamente.

Durante todo este proceso he tenido la gran suerte de aplicar muchas de las teorías y prácticas estudiadas durante mi formación en administración de empresas, lo cual me llena de gratitud y orgullo por el trabajo realizado.

T-BAYE representa el punto de partida de un Plan de Negocios centrado en una plataforma inmobiliaria online. Para poder desarrollar exitosamente la idea que se ha plasmado en este documento, se requerirá de una investigación continua y más exhaustiva.

7. Referencias:

1. (s.f.). Obtenido de Departamento de Asuntos Económicos y Sociales:
<https://sdgs.un.org/es/goals>
 1. (2022). *Instituto de Estadística de Catalunya*. Obtenido de Idescat: <https://www.idescat.cat/>
 2. (s.f.). *epdata*. Obtenido de <https://www.epdata.es/evolucion-compraventa-viviendas-comunidad-ine/e51a3936-db6e-43b1-b249-fa35f62ab041/cataluna/297>.
 3. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana.:
<https://www.fomento.gob.es/>
 3. (s.f.). *Agencia tributaria*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>
 4. (s.f.). *Xarxa Empren*. Obtenido de https://xarxaempren.gencat.cat/web/.content/03crea-el-teu-negoci/passes_crear_empresa/Guia_formes_juridiques_catDEF_tcm124_53839.pdf
 5. (s.f.). Obtenido de Foto Casa: <https://blogprofesional.fotocasa.es/que-opina-sobre-la-nueva-ley-de-vivienda-el-sector-inmobiliario/>
 6. (s.f.). Obtenido de ENISA: <https://www.enisa.es/es/financia-tu-empresa/lineas-de-financiacion/d/jovenes-emprendedores>
 7. (s.f.). Obtenido de A.E.A.T: <https://sede.agenciatributaria.gob.es>
- Unidas, N. (s.f.). *Departamento de Asuntos Económicos y Sociales*. Obtenido de <https://sdgs.un.org/es/goals>

8. ANEXOS

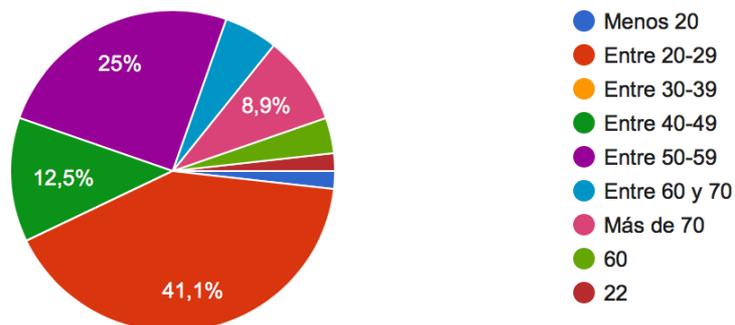
Anexo 1: Formulario validación.

Encuesta de validación proyecto:

Edad

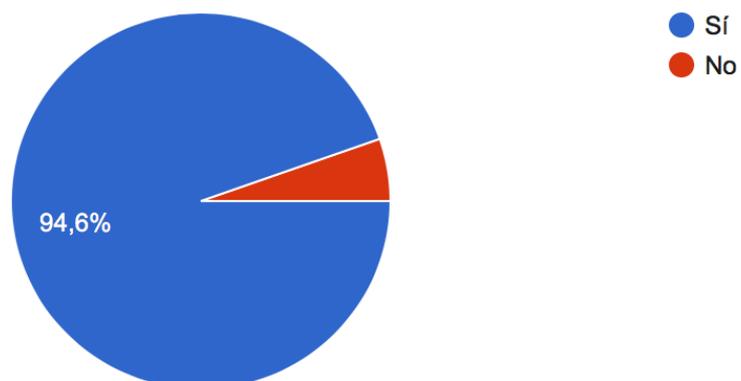
56 respuestas

 Copiar



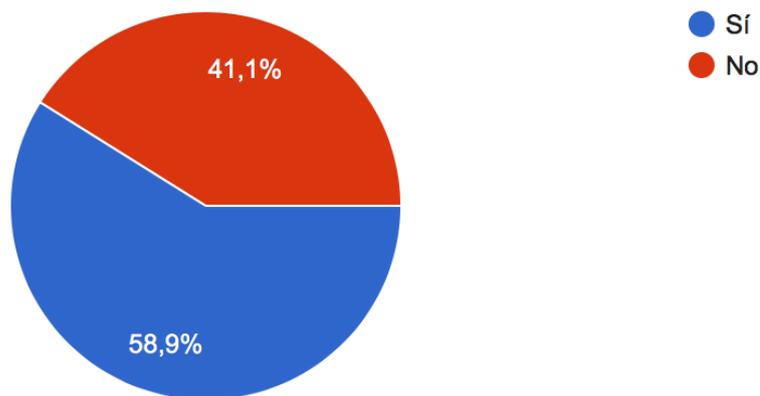
¿Estás a favor de las empresas online?

56 respuestas



¿Conoces alguna empresa inmobiliaria o plataformas relacionadas con los inmuebles que sean de carácter online?

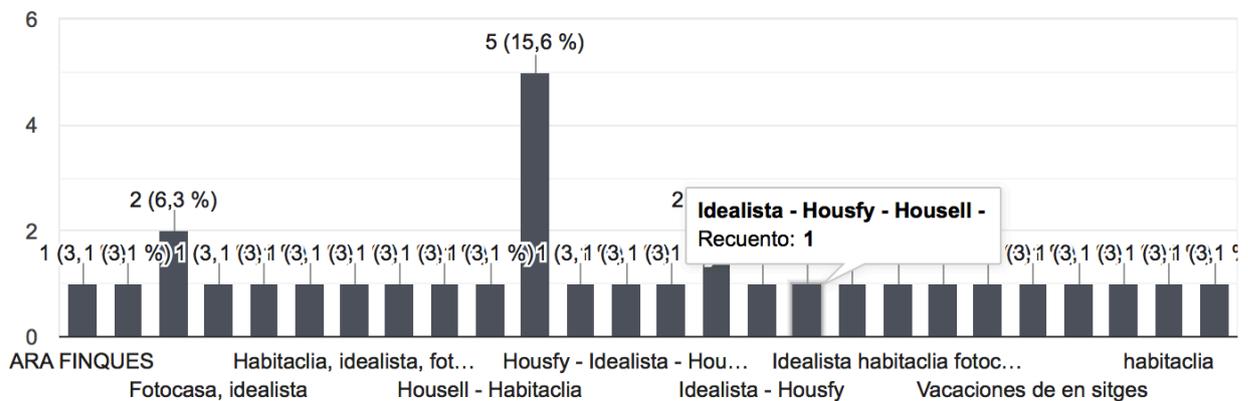
56 respuestas



Si has contestado "sí", en la pregunta anterior, escribe la empresa inmobiliaria online.

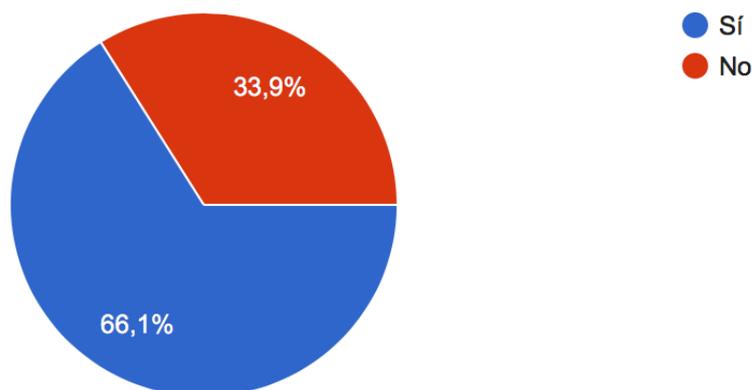


32 respuestas



¿Si estuvieras en la situación de compra-venta, de algún inmueble, estarías dispuesto a tramitar el proceso con la ayuda de una empresa inmobiliaria online?

56 respuestas



¿Te gustaría tener la opción de como escoger la gestión de la compra-venta de tu inmueble?

(Por ej.: Gestión autónoma o ayuda de asesores especializados.)

¿Estarías dispuesto a pagar por un servicio "premium" para tener ventajas sobre otros usuarios?

56 respuestas

