

## 100% ONLINE | TUTORADO | 3 MESES

Desde su concepción los nuevos proyectos inmobiliarios se planifican sobre hipótesis comerciales y con ellas se elaboran planes de negocios. Esos planes cambian depende quien los elabore por su visión y expertise, lo que en un entorno estable puede ser una ventaja en uno cambiante o turbulento afecta todo el proceso de toma de decisiones.

Particularmente sensible es la gestión comercial que, en contextos turbulentos, lidera todo el proceso por su máxima capacidad de adoptar cambios rápidos sin perder de vista el objetivo del desarrollador ni la experiencia total del cliente.

Cada proyecto inmobiliario es único y puntual, siempre es posible tener el mejor resultado. Este curso práctico de especialización, guiado por herramientas, lo prepara para ello.

### DIRECTOR DEL CURSO



Arq. Carlos Savransky

MBA (IAE) | Director y Gerenciador de Gaudium Desarrollos Inmobiliarios | Ex Gerente Desarrollos Inmobiliarios Grupo Monarca | Autor del libro "Gestión Comercial de Nuevos Desarrollos Inmobiliarios" Editorial BRE

### OBJETIVOS

- Comprender los ejes estratégicos y el proceso de toma de decisiones.
- Configurar desarrollos y productos "a medida".
- Llevar a delante el análisis económico y financiero del nuevo proyecto.
- Analizar el financiamiento y el flujo de fondos desde la estrategia comercial.
- Gestionar ventas con efectividad.
- Gerenciar y gestionar obras con visión comercial.

### DIRIGIDO A

Emprendedores inmobiliarios. Arquitectos con orientación y vocación comercial. Inversores. Profesionales y emprendedores interesado y orientados al desarrollo de negocios inmobiliarios que buscan un marco profesionalizado para lograr un buen control de gestión y obtener mejores resultados.

### MODALIDAD TUTORADO



Contas con una tutora durante todo el curso. Cronograma de temas, foros de debate y encuentros en vivo. Una vez aprobado el curso podrás obtener tu certificado institucional.

### EL CURSO INCLUYE

- Materiales de lectura con toda la información del curso.
- Actividades teórico - prácticas y una autoevaluación final para corroborar el aprendizaje.
- Encuentros en línea con el especialista donde se podrán resolver dudas, realizar todas las preguntas sobre el contexto de estudio e intercambiar conocimientos de manera grupal.
- **Herramientas prácticas y descargables** para utilizar en los proyectos futuros.

## EJES TEMÁTICOS

### MÓDULO 1 | Los ejes estratégicos y el proceso de toma de decisiones

Puntos de partida para iniciar un nuevo desarrollo Inmobiliario. El ¿quién?, el ¿por qué?, el ¿dónde?, el ¿cuándo? el ¿para qué? El proceso de toma de decisiones y la expectativa de resultados. Articulación entre proyectos de negocios, sistema de financiamiento, producto inmobiliario y requerimientos comerciales. Impacto de las variables económicas y de entorno (Inflación, dólar, alza de tarifas, tiempos de gestión, etc.).

### MÓDULO 2 | Configuración de desarrollos y productos "a medida"

¿Cómo configurar el "producto Inmobiliario" a "medida" de cada desarrollador? ¿Qué factores se deben tener en cuenta? ¿Cuáles son las decisiones estratégicas y quien las asume? ¿Quiénes son los competidores? ¿En qué se compite? ¿Qué información tengo de la competencia y del mercado? ¿Cómo la obtengo? ¿Qué se necesita saber? ¿Quién la obtiene?

### MÓDULO 3 | Análisis económico y financiero del nuevo proyecto

Análisis económico de los nuevos proyectos inmobiliarios. Desarrollo de un caso de Proyecto sobre un terreno real, con números actualizados y datos de mercado reales. Los resultados económicos y financieros cambian dependiendo del momento en que se vende y del precio de venta. El caso se desarrolla sobre planilla Excel que se entrega como material de clase.

### MÓDULO 4 | Financiamiento y flujo de fondos desde la estrategia comercial

Todos los proyectos necesitan vender. El momento de la venta está vinculado a la estrategia de financiamiento. Y esto impacta en el resultado del negocio y su flujo de fondos ¿Cuál es el alcance de la gestión comercial? ¿Marketing y gestión comercial son lo mismo? ¿Qué resultados le "pediremos" a Marketing y como los mido? ¿Cómo se planifica y presupuesta? ¿Quién es responsable de la gestión comercial? ¿Convie-

ne integrar la gestión comercial o delegarla en una inmobiliaria? ¿Cómo se gerencia? ¿Qué pasa cuando no se alcanzan los resultados?

### MÓDULO 5 | Dirección de ventas: el mainstream de información

¿Cuál es el alcance de la tarea de ventas? ¿Hace falta capacitar vendedores? ¿Quién cierra operaciones? ¿Qué documentos se deben firmar y quien lo hace? ¿Quién cobra? ¿Cómo se gestiona la "información de ventas"? ¿Qué hacemos con la información?

### MÓDULO 6 | Gerenciamiento y gestión de obras con visión comercial

¿Hay gestión comercial después de la venta? ¿Cuándo? ¿Para qué? ¿En qué momento? ¿Quién es responsable? ¿Dónde se juntan gestión comercial y gerenciamiento de obras? ¿Cómo se tratan las "contingencias"? ¿Cómo se mide el impacto económico y financiero?