Matías Medina • Operador Inmobiliario

Desarrollo de proyectos inmobiliarios

Como Operador Inmobiliario y asesor en materia de Real Estate es de suma importancia hacer un análisis exhaustivo de las diferentes instancias por las que transitan los Desarrolladores Inmobiliarios para llegar a un producto exitoso.

Entendemos por producto al inmueble ya construido y listo para ocupar por su adquirente.

Estudio de mercado: mediante este mecanismo se realiza un relevamiento de toda la oferta inmobiliaria de la zona, teniendo en cuenta la composición de la población (núcleo familiar, poder adquisitivo, permanencia en la vivienda, servicios).

Se toma en cuenta todo tipo de información demográfica, censos, focus group en donde puede surgir información relevante para interpretar las necesidades de los individuos.

En una segunda etapa se definirá la parte arquitectónica la cual será clave que el estudio de Arquitectos resuelva y capte las

necesidades para canalizarlas en el proyecto. Lo principal es tener un equilibrio entre la futura rentabilidad y calidad constructiva, ya que si el fundamento es la rentabilidad pueden suceder "vicios" que aparejarán problemas legales y edilicios ante terceros.

Como en todos los mercados las marcas y el prestigio de las mismas pueden ser un llamador para los inversores, consumidores y empresas inmobiliarias que van a realizar la comercialización.

Tiene suma importancia la reputación de la empresa, trayectoria, tipos de proyectos construidos, profesionales intervinientes, grupo inversor que frecuentemente brindan capital y si tienen presencia Internacional o a nivel local.

Financieramente hablando el margen de ganancia promedio no suele ser superior al 20% - 30%.

En situaciones atípicas este porcentaje puede tener alguna pequeña variante ya que la obra para un edificio estándar suele extenderse dos años, aproximadamente.

En materia de financiación los Bancos intervienen otorgando créditos para la construcción hasta realizando las hipotecas a los futuros compradores financiándoles a largo plazo su compra.

Es un eslabón en la cadena necesario y que juega un papel de "filtro", exigiendo un mínimo de unidades pre-vendidas (forma de pago, integración del precio) antes de otorgar créditos.

El canje de servicios profesionales o incluso del terreno contra metros cuadrados futuros es habitual.

Esto implica evitar el desembolso inmediato de capital, a modo de ejemplo: firmar una preventa de una unidad para poder pagar honorarios profesionales de Arquitectos, Escribanos, dueño del terreno, servicio de sanitaria, carpintería, yeso, revestimiento entre otros.

Ingresando en la tercera etapa me gustaría mencionar una frase muy conocida en nuestra industria "LOCATION, LOCATION Y LOCATION", "UBICACIÓN, UBICACIÓN, UBICACIÓN".

En la práctica si bien el factor ubicación es muy importante y es uno de los principales atractivos a la hora de realizar una inversión inmobiliaria; en la actualidad en nuestro país hay zonas que por estar comprendidas bajo la Ley de Vivienda Promovida (Ley 18.795) cuentan con una serie de exoneraciones tributarias que son sumamente atractivas para los inversores y constructores a la hora de evaluar la realización de un proyecto (exoneración de IVA, exoneración de ITP 2% sobre el valor catastral del inmueble, exoneración del Impuesto a la renta de los alquileres por 10 años IRPF – IRAE, exoneración del Impuesto al Patrimonio por 10 años).

A este factor hay que sumarle la solidez macroeconómica, excelente calidad de vida, estabilidad política, jurídica y social de nuestro país.

El foco debe estar en los resultados cualitativos.

Si el desarrollador pretende permanecer en el mercado aspirará a que sus clientes queden conformes y contentos durante todo el proceso de obra; y que cuenten su experiencia en redes sociales y otros medios generando una imagen positiva.

Cuando la experiencia es negativa, el mercado también se entera y esta mala imagen puede demorar muchos años en ser revertida (poniendo en riesgo no solo un proyecto puntual sino el futuro de la empresa).

La herramienta del marketing en la etapa de preventa esta cuantificada.

Para poder concretar la venta de una unidad debe convocarse a por lo menos 10 prospectos por cada unidad que se pretenda vender, solo así se cumplirá la venta del 10% de los prospectos.

Para alcanzar el resultado anhelado se debe:

- Definir metas específicas y plazos.

-Contar con un equipo de ventas que pueda atender la demanda esperada de forma eficiente y con la formación necesaria para evacuar todo tipo de consulta.

- Contractualmente y administrativamente tener instrumentado todos los documentos previamente elaborados.

- Estrategias de comunicación publicitaria, redes, medios de comunicación según la escala del proyecto.

- Showroom donde se puede visualizar las prestaciones y la calidad constructiva buscando facilitar visualmente el potencial del producto.

- Incorporar cualquier sistema de CRM (Customer Relationship Management o Sistema de Gerenciamiento de Relaciones con el cliente) que permite realizar un seguimiento y un historial del cliente que será muy útil para el vinculo interpersonal.

El proceso de adquisición consta de diversas etapas las cuales mencionaremos:

- Etapa de las negociaciones: instancia de conversaciones para fijar las condiciones del posible negocio a concretar.

- Proceso de Due Diligence: estudio interdisciplinario, donde los asesores jurídicos coordinan un análisis con técnicos , arquitectos, escribanos, asesores contables, gestoría, agrimensores etc.

- Análisis de normativa aplicable, estado ambiental, estado tributario, estado físico del inmueble.

- Fase de desarrollo: ejecución de obra (contratos con profesionales, proveedores de servicios, contratistas de obra, canje a proveedores.

Financiamiento de proyecto:

- Con fondos propios.

- A través de endeudamiento tradicional.

- Permuta de terreno por canje de metros cuadrados.

- Fideicomisos Inmobiliarios: es aquel por el cual una persona llamada “fiduciante”, trasmite o se compromete a transmitir la propiedad fiduciaria de uno o más bienes a otra llamada “fiduciario”, quien se obliga a ejercerla y administrar los bienes en beneficio y a favor de una tercera persona llamada “beneficiario” y al finalizar el contrato, a distribuir los bienes entre los “fideicomisarios”.

- Etapa de entrega: revisión de la unidad con el Arquitecto, puesta a punto de pequeños retoques finales (pintura, limpieza, pequeños rayones típicos de detalles finales de obra). Firma de la escritura y acta de ocupación.

- Etapa de postentrega y administración: designación de la futura administración del edificio (habitualmente hay un período “ventana” de unos meses en el cual él desarrollador administra la copropiedad, hasta el momento que es designada la administración del edificio). Hay una coordinación y trabajo en equipo entre las partes para dejar el edificio en funcionamiento.

> Por último pero no menos importante es el FACTOR CONFIANZA, esté es la CLAVE para todo tipo de negocio inmobiliario.

Atrás de cada operación hay mucho sacrificio y trabajo para poder concretar la transacción. Hay personas que puede ser la única propiedad que adquieran en su vida. Entendiendo la RESPONSABILIDAD que esto implica y cumpliendo con todo lo pactado, hace que las relaciones humanas y comerciales perduren en el tiempo. ■

Matías Medina López

Operador Inmobiliario. Rematador Público – Tasador Mat 6478. Especialización Internacional en Avalúos. Técnico y Analista en Seguros. Procurador. Realtor. Director de Macari Negocios Inmobiliarios y Rurales