

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Plan de Negocios ValCord Inmobiliaria

Por:

Nicolás Valencia Cordovez

Trabajo de Titulación para obtener el Título de Licenciado en

Administración de Empresas.

Julio de 2012

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Administración para el Desarrollo

HOJA DE APROBACION DE TRABAJO FINAL DE TITULACION

ValCord Inmobiliaria

Nicolás Valencia Cordovez

Pablo Carrera Narváez, MBA
Director Trabajo Final de Titulación



.....

Magdalena Barreiro, Ph.D
Decana del Colegio de Administración
Para el Desarrollo



.....

Quito, Julio del 2012

© Derechos de Autor

Nicolás Andrés Valencia Cordovez

2012

Resumen

ValCord Inmobiliaria es una empresa enfocada en satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de la venta y consecución de inmuebles con el mayor profesionalismo y compromiso. La empresa otorgará cuatro servicios: consecución de terrenos para desarrollo de proyectos inmobiliarios, venta de proyectos inmobiliarios, venta y arriendo de inmuebles de los clientes de los promotores y Gestión de proyectos de vivienda popular. La empresa implementará una estrategia de Responsabilidad Social de tal manera que lideremos la captación de fondos y materiales de construcción que los promotores inmobiliarios estén dispuestos a contribuir a la ONG, TECHO. Estableceremos una estrategia de promoción y precios que nos permita ganar participación de mercado brindando excelentes resultados de tal manera que nuestros clientes nos refieran propiedades y clientes que quieran adquirir una propiedad. El proyecto tiene un VAN de 63.297 USD., calculado a una tasa del 15%. El TIR es de 770% ya que la inversión se paga en 3 meses. La clave del negocio es generar buenos resultados y expandirnos obteniendo nuevas alianzas con Inmobiliarias, Corredoras y Promotores Inmobiliarios.

La idea principal del negocio es tener un proceso de mejora continua a través del compromiso de nuestros colaboradores y aliados para generar la mayor satisfacción en nuestros clientes.

Abstract

ValCord is a Real Estate company created to satisfy the customers necessities when they try to rent, buy or sell a property. Our company is going to offer four services: a service that help the Real Estate builders to find lands to create Real Estate projects, the service to sell Real Estate projects, the service to sell used properties and the service to create Real Estate Projects. Our company will have a Social Responsibility strategy trying to fulfill the goals with the NGO TECHO. In addition we are going to establish a low price strategy to gain target market and motivate our clients with good results to achieve referred customers. The Net Present Value is 63.297 USD and the Internal Rate of Return is 770%. The key of our business is to generate good results to grow and obtain new joint Ventures with Real Estate builders and Real Estate Agents.

We are going to be focused on our customer's satisfaction through our collaborators commitment and achieve a continuous improvement process.

Tabla de Contenido

Derechos de Autor.....	iii
Resumen.....	IV
Abstract.....	V
Tabla de Contenido.....	VI
1. Proposición de la Empresa.....	1
1.1 Filosofía Empresarial.....	1
1.2 Análisis Sectorial.....	3
1.3 Productos y Servicios.....	6
1.4 Matriz de las cuatro acciones.....	9
1.5 Modelo Empresa Cliente.....	13
2. Oportunidad de Mercado y Estrategia.....	15
2.1 Análisis de Oportunidades y Amenazas.....	15
2.2 Factores claves para el éxito y Ventaja Competitiva.....	18
2.3 Marketing Estratégico.....	19
3. Estructura Operacional	33
3.1 Actividades Previas al inicio de la operación.....	33
3.2 Organigrama y Política de RRHH.....	36
3.3 Perfiles del Cargo y Conocimientos.....	38
4. Marketing Operativo.....	42
5. Economía y Rentabilidad.....	46
5.1 Estructura de Inversiones y Participación Accionaria.....	46
5.2 Estados Financieros.....	47
5.2.1 Balance General.....	47
5.2.2 Estado de Resultados.....	48
5.2.3 TIR Y VAN.....	48
6. Bibliografía.....	49

Plan de Negocios ValCord Inmobiliaria

1. Proposición de la empresa y concepto

1.1 Filosofía Empresarial

Misión 1

Nuestra misión es brindar una asesoría integral en la comercialización de propiedades de una forma rápida y efectiva para satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes de tal manera que logren adquirir la vivienda que siempre soñaron. Aportar al desarrollo de nuestro país y del sector inmobiliario a través de la consecución de terrenos para desarrollar proyectos, maximizando las utilidades de nuestros accionistas. Nuestros asesores inmobiliarios son nuestros principales socios de tal manera que distribuimos equitativamente las ganancias. Adicionalmente nos preocupamos por la sociedad a través de nuestra gestión en el apoyo a ONGS dedicadas a construir casas a personas que viven en extrema pobreza. Nuestra empresa cumplirá con todas sus obligaciones tributarias para el desarrollo del país.

Misión 2

Seremos el principal aliado a la hora de adquirir su propiedad, involucrándonos como si se tratara de nuestro inmueble para juntos hacer realidad nuestro sueño.

Visión 2012, 2015

Nos convertiremos en la primera opción de los promotores inmobiliarios de Quito, a la hora de conseguir un terreno para el desarrollo de nuevos proyectos, venta de proyectos y las propiedades de sus clientes.

Comercializaremos inmuebles dirigidos a un segmento de mercado medio alto y alto ubicado en el Centro Norte de Quito y el Valle de Tumbaco.

Además seremos el principal Gestor Inmobiliario de proyectos de vivienda popular.

Valores

Rapidez: Gestionaremos inmediatamente la venta de su propiedad.

Calidad: Lo que hacemos lo hacemos bien.

Compromiso: Nos involucraremos en la compra y búsqueda de su propiedad como si fuera nuestra.

Transparencia: La información de las negociaciones será comunicada oportunamente.

Responsabilidad: Los resultados dependen de nuestra gestión.

Comunicación: Realizaremos una retroalimentación continua en el proceso de venta.

1.2 Análisis Sectorial

La Industria Inmobiliaria en Quito es fragmentada debido a la gran cantidad de competidores que existen en el mercado. Nuestra competencia se extiende desde las inmobiliarias líderes en el mercado como Proinmobiliaria y La Coruña hasta las amas de casa que deciden incursionar a medio tiempo en la venta de propiedades en mandato. A esto se suman los Promotores Inmobiliarios que comercializan sus propiedades a través de una fuerza de ventas propia de la empresa. "De acuerdo al Ministro de Vivienda Walter Solís en Ecuador hay un boom inmobiliario, producto de las políticas aplicadas por el actual régimen en este tema." **(1) (Ekos Negocios 2011 p.p 57)**

El gobierno ha jugado un papel importante ya que ha inyectado a la economía para el desarrollo del sector 600 millones de dólares distribuidos de la siguiente forma. "A través del Banco Ecuatoriano de la Vivienda ha destinado 200 millones en préstamos para el desarrollo de proyectos inmobiliarios, 200 millones a través del Banco Pacifico para realizar préstamos hipotecarios para la compra de vivienda terminada y 200 millones por medio del MIDUVI para la entrega de bonos por 5000 USD para la compra de viviendas hasta por 60.000 USD." **(2). (Ekos Negocios 2011 p.p. 52)**

Sin duda alguna el gobierno ha desempeñado y continúa desempañando un rol protagónico que dinamiza al sector. Adicionalmente si tratamos acerca del rol del Biess en este sector de la economía llegaremos a conclusiones aún más alentadoras.

“Desde octubre de 2010 al 16 de mayo de 2011 el Biess ha otorgado 398,57 millones de dólares en un total de 11.503 operaciones hipotecarias.”

(3) (Ekos Negocios 2011 pp. 53).

ValCord Inmobiliaria ha escogido un nicho de mercado que muy pocas inmobiliarias han podido detectar. La mayoría de ellas venden proyectos inmobiliarios pero no ofrecen un servicio de consecución de terrenos para el desarrollo de nuevos proyectos. Nosotros queremos convertirnos en el principal aliado de los Promotores Inmobiliarios para brindarles un servicio que satisfaga sus necesidades y como consecuencia logre culminar con éxito cada uno de sus proyectos.

En una Industria de tanta importancia como es la Inmobiliaria, que adicionalmente pasa por uno de los mejores momentos desde el 2005 nuestra empresa quiere consolidarse rápidamente aprovechando las oportunidades del mercado debido a los argumentos presentados anteriormente.

En el negocio, la cantidad de competidores es directamente proporcional a la cantidad de clientes. Si hacemos un breve análisis, en el ciclo de vida de las personas en todo momento las familias requieren por lo menos arrendar una vivienda. Adicionalmente es un negocio que nunca dejara de existir, es por eso que independientemente de los cambios que se puedan presentar en la industria o la economía, siempre existirá la oportunidad de emprender un negocio inmobiliario.

El negocio de la comercialización de inmuebles es un negocio muy dinámico y diverso. La mayoría de las inmobiliarias se dedican a la venta de propiedades en mandato, es decir, propiedades de medio uso que son

revendidas por sus actuales propietarios. La comisión promedio que cobra una inmobiliaria o corredora en la ciudad de Quito es el 3% del valor de la propiedad. En los valles el honorario asciende al 4% del valor del inmueble.

En promedio para arrendar una propiedad se requiere de 2 semanas a un mes y medio dependiendo del valor del arriendo, ubicación, antigüedad del inmueble etc. Para vender una propiedad el tiempo varia de 3 meses a un año dependiendo el estado, precio, ubicación, etc.

Algunos expertos predicen una estabilidad de 2 años en relación al gran momento que vive actualmente la industria. Al menos mientras el Biess siga financiando independientemente de la nueva Ley de Hipotecas que será aprobada muy pronto, las ventas continuaran a la alza.

Un factor relevante que ValCord Inmobiliaria tomara en cuenta desde el primer mes de operación es la importancia de brindar resultados inmediatos aprovechando cada cliente ya sea que se encuentre buscando una propiedad o necesite comercializarla a través de nuestra empresa.

Una gran diferencia en el manejo de los Recursos Humanos que realizara nuestra compañía en comparación de todas las firmas inmobiliarias que actualmente existen en Quito es que compartiremos del 40 al 50% de las ganancias con nuestras corredoras aliadas. La ventaja principal es que ValCord Inmobiliaria invierte en publicidad, nuestros colaboradores tienen que solo invertir su tiempo. De esta manera nuestros colaboradores se motivaran a captar más propiedades y darle un manejo más efectivo al cliente para obtener mejores resultados.

1.3 Productos y servicios

ValCord Inmobiliaria ofrecerá servicios inmobiliarios principalmente a Promotores Inmobiliarios ya que nuestro enfoque es aprovechar las oportunidades que existen entorno a ellos. Estos servicios se basan principalmente en 1. Consecución de Terrenos para el desarrollo de proyectos 2. Venta de inmuebles en los proyectos que construya cada Promotor, 3. Venta de propiedades de sus clientes Y 4. Gestión Inmobiliaria en la creación de proyectos de Vivienda Popular.

1. Consecución de terrenos para el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

Este servicio se enfoca en conseguir terrenos con precios competitivos, en zonas atractivas acorde a las condiciones de negociación de cada constructor. Al inicio ValCord Inmobiliaria ofrecerá este servicio a 3 Promotores hasta tener un inventario de terrenos que nos permita incrementar nuestra gama de clientes.

Este es un servicio que juega un papel importante tanto para nuestros clientes que requieren vender su terreno como para los constructores que tienen la necesidad de adquirir un terreno para desarrollar un nuevo proyecto inmobiliario. Debido a los altos precios de los terrenos esta línea de servicio tiene una gran importancia para ValCord inmobiliaria. Si bien la venta de este tipo de inmuebles se demora un poco más debido a los altos precios nuestra empresa tiene como objetivo adquirir la experiencia necesaria para lograr las negociaciones con éxito. Es necesario mejorar las técnicas de negociación ya que los Promotores Inmobiliarios son empresarios con gran habilidad para negociar.

2. Venta de inmuebles en los proyectos que construya cada Promotor.

Inicialmente ofreceremos el servicio de venta de inmuebles a Promotores que tienen ya estructurada su fuerza de ventas, pero que están abiertos a incrementar sus ventas otorgando la comercialización bajo la modalidad de mandato a distintas inmobiliarias.

En el mediano plazo captaremos Proyectos Inmobiliarios cuyos promotores no tengan fuerza de ventas y estén decididos a invertir en publicidad.

Este servicio se convertirá en estrella para nuestra inmobiliaria. Si bien existe una gran competencia en este mercado la principal ventaja es que en Quito y sus valles cada vez existen más constructores que deciden desarrollar proyectos pequeños y medianos que no tienen estructurada una fuerza formal de ventas.

La principal ventaja de este servicio es que el constructor invierte en la publicidad por lo que el flujo de clientes es alto. Con esta publicidad es posible asesorar a los clientes que por algún motivo no compraron en el proyecto original. De esta manera se puede optimizar la publicidad y cerrar más ventas.

3. Venta de Propiedades en Mandato cuyos propietarios son los clientes de los Promotores.

Este servicio tiene como objeto mejorar el flujo de efectivo de las constructoras y o mejorar el cierre de ventas debido a la necesidad de muchos clientes a la hora de cambiar sus inmuebles.

Esta línea de servicio constituye en una forma innovadora de captar inmuebles debido a que la mayoría de constructores tienen por lo menos el 10% de clientes que han decidido cambiar su inmueble actual por razones de ubicación, seguridad, estatus, etc. También existen clientes que adquieren las propiedades como inversión y que al final de cada proyecto

deciden vender o arrendar su inmueble. Este servicio otorgara a nuestra empresa liquidez para cubrir gastos de publicidad.

4. Gestión Inmobiliaria en el desarrollo de proyectos de vivienda popular.

ValCord Inmobiliaria posee una amplia base de datos de clientes cuyo interés es adquirir viviendas de 50.000 USD, las mismas que se desarrollaran en el Valle de Tumbaco. La asesoría comprende de la calificación crediticia de cada cliente, consecución del terreno y venta de las casas. Esta es la oportunidad para que los constructores que quieran participar en este tipo de proyectos incursionen en un segmento de mercado que permite reducir el verdadero déficit habitacional que existe en la ciudad de Quito.

Los clientes de clase media baja no reciben una asesoría formal por parte de la empresa privada. Si bien hoy en día en la ciudad de Guayaquil se están desarrollando proyectos de vivienda popular, en Quito no se puede apreciar un gran interés por parte de la mayoría de promotores. Uno de los principales motivos por los cuales en Quito no termina de existir un verdadero interés en este segmento de mercado es por el flujo de efectivo que proporcionan los clientes de clase media alta para financiar el proyecto. El principal reto de ValCord inmobiliaria es conseguir el Promotor Inmobiliario que decida invertir en este segmento para realizar la gestión inmobiliaria con éxito.

1.3.1 Matriz de las 4 acciones

1.3.1.1 Servicio de consecución de terrenos para el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

Actualmente este es un servicio que prestan ciertos corredores independientes a los Promotores inmobiliarios en la ciudad de Quito. Uno de los grandes obstáculos que se presentan es la dificultad de captar nuevos terrenos en zonas interesantes, con formas de pago acordes a la estrategia comercial de cada constructor y al precio justo. Actualmente se vuelve más difícil captar terrenos en el Centro Norte de Quito ya que la única forma de encontrar una propiedad es a través del reciclaje de casas antiguas ubicadas en sectores estratégicos. De acuerdo a información otorgada por el Ing. Jairo Rosero de la Constructora Jorge Rosero & Asociados en los alrededores de la República del Salvador y en la avenida de los Shyris todas las casas antiguas ya han sido adquiridas por empresas Promotoras Inmobiliarias.

A continuación presentamos la Matriz de las 4 acciones para innovar este servicio.

<p>Eliminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formas de pago al contado 	<p>Disminuir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de captación de los terrenos.
<p>Crear</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación • Una nueva forma de captación de terrenos a través de Fideval. • Nuevas formas de negociación, a través de canje y aporte del terreno. 	<p>Aumentar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de terrenos cercanos al nuevo aeropuerto. • Oferta de terrenos para desarrollar proyectos de Vivienda Popular.

1.3.1.2 Venta de Inmuebles en los proyectos del Promotor.

Este es un mercado atractivo ya que algunos Promotores Inmobiliarios acceden a que ciertas inmobiliarias y corredores comercialicen los inmuebles de los nuevos proyectos que construyen. Los corredores independientes poseen una amplia base de datos de clientes que por algún motivo no adquieren la propiedad en el proyecto original. Es necesario también captar en el mediano plazo proyectos que el promotor este decidido a invertir en publicidad.

<p>Eliminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratos de exclusividad 	<p>Disminuir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de captación de propiedades
<p>Crear</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación • Nuevas formas de comercialización a través de ventas corporativas. • Servicio de venta de proyectos con publicidad del promotor. <p>Sistema de referidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio de trámite del crédito hipotecario. 	<p>Aumentar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con corredoras e inmobiliarias para conseguir clientes. • Cartera de Constructores.

1.3.1.3 Venta de propiedades en mandato cuyos propietarios son los clientes de promotores.

Este servicio está diseñado para dar la solución al Promotor y al cliente para el correcto cierre de la negociación y la oportuna cancelación del inmueble. Esta es una manera novedosa de captar propiedades ya que la mayoría de corredores lo hacen a través de recorridos o el contacto directo con el dueño. De esta manera se obtiene la información de venta de una manera rápida y efectiva. A continuación detallamos la matriz de las 4 acciones.

<p>Eliminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratos de exclusividad. 	<p>Disminuir</p> <ul style="list-style-type: none"> • El tiempo de venta del inmueble. • El porcentaje de comisión como estrategia de ingreso al mercado y servicio al constructor.
<p>Crear</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación • Un sistema de publicidad en la cual el cliente invierta debido a que cobramos una comisión menor. • Relación a largo plazo con el cliente. 	<p>Aumentar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad en Internet • Alianzas con inmobiliarias para vender en menor tiempo. • Clientes de empresas que reciben en canje. (Muebles, Inteligencia de edificios)

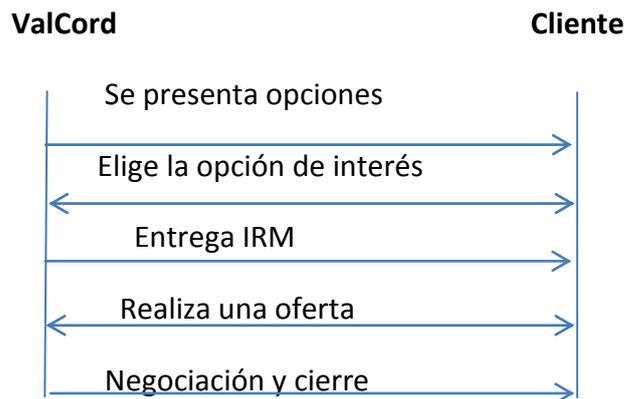
2.3.4 Gestión Inmobiliaria en el desarrollo de Proyectos de Vivienda Popular.

Este es un servicio que en el mercado actualmente no existe. La idea de este servicio es brindar una solución integral a clientes que están agrupados en un gremio. La idea del servicio es crear proyectos con el 100 % vendido a clientes con perfiles crediticios aprobados. Este servicio crea un Océano Azul dentro del negocio inmobiliario. Es preciso asesorar acertadamente a cada cliente para que confíe en nuestro servicio y pueda cumplir con el sueño de obtener una casa propia.

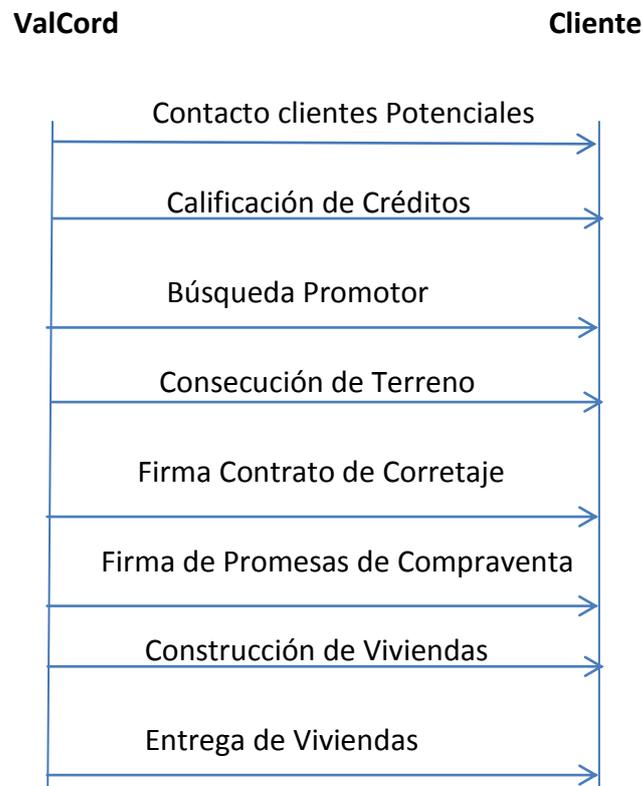
<p>Eliminar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcciones Informales de Vivienda 	<p>Disminuir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuotas de entrada
<p>Crear</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación • Proyectos a la medida 100 % pre vendidos. • Mecanismo de financiamiento de la entrada con Cooperativas de Ahorro. • Comisión por la asesoría para generar un sentido de pertenencia. 	<p>Aumentar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría crediticia a los clientes • Contratos de compraventa al momento de cerrar la venta. • Plazo para cancelación de entrada.

1.4 Modelo Empresa Cliente

1.4.1 Servicio de consecución de terrenos para el desarrollo de Proyectos Inmobiliarios.



1.4.4 Gestión Inmobiliaria en el desarrollo de proyectos de Vivienda Popular.



2. Oportunidad de Mercado y Estrategia

2.1. Análisis de oportunidades y amenazas.

El negocio inmobiliario atraviesa actualmente por un gran momento debido a la inversión pública y privada. En la actualidad es el mejor momento para ingresar al mercado ya que existe una gran demanda de inmuebles tanto nuevos como de medio uso. Expertos prevén que el buen momento de la industria se extenderá hasta finales del 2012 e inicios del 2013.

A continuación iniciaremos puntualizando las oportunidades.

1. Ecuador está atravesando por un boom Inmobiliario, actualmente los promotores inmobiliarios se encuentran desarrollando una gran cantidad de proyectos inmobiliarios para cubrir la demanda existente. Existen una mayor oferta de proyectos que en un ciclo normal de la industria.
2. El papel que viene desempeñando el Biess desde el 2009 ha sido crucial para el crecimiento de la industria, si esta entidad continua otorgando financiamiento la demanda de inmuebles continuara en ascenso.
3. Existe una gran oportunidad de crear proyectos inmobiliarios para atender al verdadero déficit habitacional (Viviendas de 30.000 a 50.000 USD), haciendo más flexible el pago de la cuota de entrada o encontrando un mecanismo de financiamiento a través de cooperativas.
4. Los constructores tienen una amplia base de datos de clientes que necesitan vender su inmueble para adquirir uno nuevo, de la misma forma quienes compran su inmueble como inversión requieren venderlo o arrendarlo.
5. El inicio de operaciones del nuevo aeropuerto incentivara a los Promotores Inmobiliarios a incrementar la oferta de proyectos en zonas como, Tumbaco, Puembo y Pifo. Adicionalmente en Quito cambiaran las zonificaciones lo cual permitirá tener Coeficientes de Ocupación del Suelo más altos especialmente en el cono de aproximación del actual aeropuerto.
6. La gran oportunidad del sector inmobiliario es que atiende a una necesidad básica del ser humano y siempre permanecerá el negocio a través del tiempo, lo importante es adquirir nuevas técnicas de comercialización que mejoren los resultados de la empresa.

A continuación detallaremos las amenazas. A cada una le asignaremos un peso, la totalidad de amenazas suman 1.

1. La posibilidad de que se apruebe la Ley de Hipotecas. Esta ley afectara al sector financiero, a los clientes y al sector inmobiliario en general ya que las instituciones financieras prestaran solamente a clientes con perfiles crediticios altos, por lo tanto la demanda de inmuebles disminuirá. Esta amenaza tiene un peso de 0.4
2. Si el precio del petróleo baja, Ecuador afrontaría una crisis económica nacional la cual afectaría en mayor medida al sector inmobiliario, ya que este es el más sensible de la economía ante las crisis. Esta amenaza tiene un peso de 0.35.
3. Si el Biess se politiza y empieza a otorgar créditos a clientes no calificados, se puede desencadenar una burbuja inmobiliaria que provocara un descenso brusco en los precios de los inmuebles, afectando a varios sectores de la economía especialmente al Inmobiliario y Financiero. Esta amenaza tiene un peso de 0.25

2.2 Factores claves para el éxito y ventaja competitiva.

2.2.1 Matriz ventajas Competitivas

Servicio	Proinmobiliaria	Coruña	Nosotros
Servicio personalizado en la búsqueda de propiedades			X
Gestión Inmobiliaria de proyectos de vivienda popular.			X
Trabajar con pocos clientes y pocos inmuebles para generar buenos resultados.			X
Nuestros colaboradores ganaran el 50% de la comisión.			X
Brindaremos un servicio integral a los Promotores Inmobiliarios.			X
Ventas Corporativas			X

En la tabla anterior podemos ver las ventajas competitivas que tiene ValCord Inmobiliaria. La principal diferenciación es que brindaremos una atención personalizada a cada cliente y propiedad que requiera nuestros servicios. Estaremos tan comprometidos que comercializaremos su propiedad como si fuera nuestra y la buscaremos

también con el mismo entusiasmo. Vivir la misión de nuestra empresa en el día a día es el principal reto de nuestra empresa. Adicionalmente seremos la primera Inmobiliaria en brindar servicios integrales a Promotores Inmobiliarios, desde la consecución del terreno para desarrollar proyectos inmobiliarios, venta de inmuebles de sus clientes y venta de proyectos inmobiliarios. La responsabilidad y el compromiso serán los valores primordiales de nuestra empresa para generar resultados. Sin resultados nuestra empresa no tiene razón de ser. Queremos crecer ordenadamente y mantener siempre la eficiencia durante el ciclo de vida de nuestro negocio y ganar participación a través de referidos. El seguimiento diario de cada propiedad y cliente es un factor clave para el éxito ya que se diseñaran estrategias de venta de acuerdo a cada cliente o propiedad. El realizar alianzas con inmobiliarias de confianza será un factor importante para generar resultados en menor tiempo y así satisfacer a nuestros clientes.

2.3 Marketing Estratégico

2.3.1 Estrategia de Joint Ventures

La principal estrategia que ValCord Inmobiliaria realizara para captar nuevos clientes consiste en aliarnos con los representantes de ventas de las inmobiliarias para que nos refieran diferentes clientes que por algún motivo no han comprado en la Constructora. Existen proyectos que son vendidos por corredores independientes los mismos que

disponen de información importante de clientes potenciales que podrán ser canalizados a otros proyectos que nuestra inmobiliaria tenga captados.

De esta manera nos colgamos de los constructores que realizan una publicidad intensiva para obtener clientes potenciales. El principal reto de nuestra empresa es atender adecuadamente a clientes que están buscando una propiedad. La clave es tener de antemano captadas propiedades interesantes para que por medio de una página web y el envío de emails comuniquemos a nuestros corredores aliados las propiedades captadas y así incrementar las posibilidades de negociación.

En si para ofrecer todos los servicios la razón de ser de ValCord Inmobiliaria esta direccionada a mantener a los principales Promotores de Quito como aliados, es decir nos colgaremos de ellos para aprovechar las oportunidades que se generan alrededor de los mismos. Tanto en arriendos como en la venta de terrenos, inmuebles de sus clientes, proyectos y gestión inmobiliaria de proyectos de vivienda popular.

Adicionalmente haremos una alianza con inmobiliarias tales como: La Viña, La Coruña, Proinmobiliaria y Nexos Inmobiliarios para acceder a la base de datos de propiedades captadas para direccionar a nuestros clientes que se captaran a través de nuestra alianza con Promotores.

Aun cuando nuestra estrategia es convertirnos en la primera inmobiliaria de Quito que atienda a Promotores Inmobiliarios, creceremos ordenadamente de tal manera que no quedemos mal con ningún cliente. Desde el inicio verificaremos los cálculos, es decir analizaremos cuantas propiedades puede manejar mensualmente nuestra inmobiliaria dependiendo del número de corredores aliados y tomar en cuenta los clientes que requieren de nuestro servicio para encontrar su propiedad.

Estableceremos un sistema a través de nuestra página web para incentivar a todas aquellas personas que nos refieran propiedades o clientes y les interese ganar un ingreso extra.

El negocio inmobiliario para aquellos que quieran incursionar en la industria puede ser atractivo ya que todos conocen al menos una persona que busca arrendar o vender una propiedad o a su vez saben de una propiedad que se encuentra en venta o arriendo. A través de este sistema podemos reclutar personal que le interese trabajar Freelance, nosotros brindaremos el Know how, la publicidad a cambio de su tiempo y compromiso.

En el servicio de consecución de terrenos para el desarrollo de proyectos nos aliaremos con Fideval (Administradora de Fondos y Fideicomisos) para captar nuevos terrenos que serán referidos por los

constructores que trabajan con esta Fiduciaria, entre ellos están Uribe & Swarczopf, CR Constructora, Maccosntrucciones, entre otros.

Otra estrategia interesante para captar clientes será aliarnos con los Bancos que constantemente califican créditos y muchas veces los clientes no han conseguido una propiedad. Uno de los socios de ValCord inmobiliaria tiene una excelente relación con el Banco Pichincha, lo cual nos da una gran ventaja para conseguir este tipo de alianza con uno de los principales bancos del país.

2.3.2 Estrategia de Precios.

ValCord Inmobiliaria es una empresa flexible en todos los sentidos. Es por eso que nuestra estrategia de entrada al mercado será establecer una comisión del 3% más IVA si la propiedad se encuentra en el valle de Tumbaco y del 2.5% más IVA si la propiedad se encuentra en Quito. En el área de mandato cobraremos esta comisión siempre y cuando el cliente esté dispuesto a invertir una cuota de publicidad con el objeto de efectivizar nuestro servicio ya que en la mayoría de empresas inmobiliarias este es el principal "cuello de botella" que interfiere en la correcta promoción de la propiedad debido a la gran cantidad de propiedades que se comprometen a vender.

El ser más competitivos en precio en medio y un punto porcentual significa 500 y 1000 USD de ahorro en la venta de una propiedad de 100.000 USD.

En el caso de arriendos y propiedades nuevas de reventa de los clientes de la constructora cobraremos también una comisión preferencial para fidelizar nuestros clientes. En arriendo se cobrara el 85% del primer mes de arriendo, es decir 15% menos de la comisión corriente.

En el servicio de venta de inmuebles en proyectos del constructor cobraremos una comisión del 2.5% más IVA tomando en cuenta que en este mercado las comisiones son más bajas del promedio.

En el servicio de venta de terrenos a constructores la comisión es del 2.5% al 3% dependiendo el monto del terreno. Esta es una comisión justa debido a que este tipo de propiedades toman una mayor cantidad de tiempo en comercializarlas.

Nuestro objetivo como empresa es brindar un servicio de calidad a un precio justo con un enfoque a largo plazo en la fidelización de los clientes. En este negocio es muy importante la publicidad boca oreja ya que un cliente satisfecho puede recomendar al menos dos clientes.

El servicio de Gestión Inmobiliaria de proyectos de Vivienda Popular mantendrá precios altos ya que actualmente no existe competencia directa. Por preventa del proyecto la comisión establecida es del 4% incluido IVA, por la asesoría de gestión Integral se cobrara 300 USD por cliente con la intención de crear un sentido de pertenencia y

colaboración por parte de los beneficiarios. Adicionalmente se realizara un convenio con una Cooperativa de Ahorro y crédito para realizar una intermediación de créditos con una comisión del 1% del monto total del crédito.

2.3.3 Estrategia de Tecnologías de Información

En ValCord Inmobiliaria la innovación en la utilización de tecnologías de información recibirá un enfoque importante para adaptar a la empresa a las nuevas técnicas de promoción. La principal estrategia de nuestra empresa es crear una página web con la mayor cantidad de propiedades para que nuestros clientes y corredores aliados encuentren una solución al requerimiento de vivienda. Es importante mantener actualizada esta página web para evitar confusiones en nuestros usuarios. Se contratara los servicios de Vive 1 para promocionar nuestra página y propiedades de tal manera que la publicidad sea más efectiva. Enviaremos constantemente a nuestra red de corredores un email con los códigos de cada una de las propiedades nuevas que han sido captadas y de los nuevos clientes que buscan una propiedad de tal manera que logremos coincidir con propiedades y requerimientos para mejorar los resultados.

Haremos la sugerencia a nuestros corredores aliados para que adquieran un Smart Phone para que reciban inmediatamente

información a través de su correo electrónico con respecto a las nuevas propiedades y clientes.

Se contratara los servicios de la empresa A mas A Marketing para que realice la publicidad a través de redes sociales de aquellas propiedades y proyectos que sean acordes al segmento de mercado que maneje la empresa. Esta es una publicidad efectiva ya que llega a clientes potenciales. A través de este medio promocionaremos también nuestra red de mercadeo de referidos para conseguir personas que se quieran unir a nuestra empresa como colaboradores virtuales o Freelance.

Para la comercialización de terrenos para desarrollar proyectos es posible utilizar Google Earth como herramienta para establecer la ubicación del terreno y captar la atención del cliente potencial, ya sea vía correo electrónico o en una entrevista personal.

Trataremos de mantener una comunicación permanente con los asesores inmobiliarios de las Promotoras Inmobiliarias, Inmobiliarias y corredores utilizando Skype, Blackberry msn o Whatsapp con el objeto de convertir una relación sólida en la cual nos mantengamos siempre a la orden y en contacto para aprovechar las oportunidades del mercado y obtener resultados satisfactorios para todos.

2.3.4 Estrategia de Responsabilidad Social

ValCord Inmobiliaria se aliara con la ONG internacional Techo que antes de reposicionar su marca se llamaba Un Techo para mi Pais. En esta ONG tuve la oportunidad de realizar la pasantía comunitaria de mi universidad y además participe como voluntario en una Feria de Vivienda en el año 2010 para solicitar auspicios de las constructoras. Para darle continuidad a esta iniciativa nuestra empresa está dispuesta a colaborar otorgando un porcentaje de cada comisión que recibamos y adicionalmente solicitar contribuciones a las Promotoras Inmobiliarias que poseen una gran cantidad de recursos. Un auspicio viable podría ser contribuir con materiales y herramientas de construcción trasladando el descuento que sus proveedores les otorgan para donar a Techo.

Esta iniciativa nació al analizar que los Promotores Inmobiliarios se sienten identificados con la misión social de cumplir el sueño de cada uno de sus clientes al desarrollar proyectos inmobiliarios. Con este mismo sentido social solicitamos que contribuyan a una obra social que ayude a cumplir los sueños de personas que viven con 1 dólar diario es decir en extrema pobreza. Queremos dar el ejemplo con nuestra contribución para que las grandes empresas se sientan

también impulsadas a construir un Ecuador mejor, libre de extrema pobreza. Al asistir a las construcciones no hay nada más gratificante que sentir el agradecimiento de la gente y más que nada ver que aun en su pobreza su generosidad es tan grande que están dispuestos a sacrificar los pocos animalitos que tienen para preparar una cena o almuerzo en señal de agradecimiento.

Por supuesto la labor social es la principal motivación para ayudar en esta causa, pero los clientes que buscan una vivienda están dispuestos a pagar más por una vivienda que ha sido construida por una empresa que invierte en Responsabilidad Social. De la misma forma esperamos que nuestros clientes prefieran a una inmobiliaria comprometida con la sociedad.

Pensamos donar el 5% de nuestra comisión y adicionalmente hacer las gestiones para que Promotores y otras Inmobiliarias contribuyan con esta causa.

2.3.5 Estrategia de Servicios.

ValCord Inmobiliaria saldrá al mercado con cuatro servicios puntuales para atender a las necesidades de los Promotores Inmobiliarios y clientes de los mismos.

1. Servicio de consecución de terrenos para el desarrollo de proyectos.

La estrategia que marca la diferencia en este servicio se basa en realizar una Alianza Estratégica con Fideval Administradora de Fondos y Fideicomisos la cual el Gerente General tiene una excelente relación con nosotros para que nos refiera aquellos terrenos que por ubicación, forma de pago o área no les interesa a cada uno de los promotores. Esta es una idea muy innovadora ya que existe una gran dificultad de captar terrenos en la ciudad de Quito. El argumento principal para solicitar esta ayuda es que si existe esta apertura por parte de los constructores estos se van a beneficiar ya que de esta manera podremos ofrecer más opciones a cada uno de los constructores. La conclusión que he sacado es que los dueños de los terrenos se demoran aproximadamente de 6 meses a 1 año en venderlos, es decir al final se van a terminar vendiendo, pero lo queremos hacer nosotros.

2. Servicio de venta de proyectos en Mandato.

Para vender los inmuebles del promotor realizaremos una alianza con inmobiliarias, corredoras y vendedoras de proyectos que tienen acceso a una amplia base de datos de clientes que por algún

motivo no han comprado en el proyecto original. De esta manera es posible canalizar esos clientes a otros proyectos del sector Centro Norte de Quito o Cumbayá y de esta manera no perder el cliente potencial. Esperamos manejar un sistema de envío de emails para obtener rápidamente la información de los requerimientos de los clientes y de esta manera cerrar negociaciones. Es necesario fidelizar a cada uno de los clientes y firmar un certificado de visita para evitar que los clientes regresen directamente al proyecto.

3. Venta y arriendo de propiedades en Mandato cuyos propietarios son los clientes de Promotores.

Nuestra estrategia de servicio en este segmento de mercado principalmente se basa en cobrar una comisión menor pero involucrando al cliente a que invierta en publicidad debido a que la mayoría de inmobiliarias tienen el cuello de botella de la publicidad. No promocionan durante meses a una propiedad por la cantidad de inmuebles que se comprometen a vender. Nuestro enfoque es ganar menos pero asegurarnos una constante promoción que aumente las probabilidades de venta.

De esta manera obtendremos mejores resultados, nuestra empresa gana más y recibimos una gran cantidad de referidos de los clientes

satisfechos. En este servicio crearemos un sistema de referidos para tanto de clientes como de propiedades interesantes otorgando una comisión del 15% de la comisión total que gane la inmobiliaria cuando ese cliente compre o venda la propiedad.

De esta manera podemos tener personas que trabajen para nosotros sin que nos generen costos fijos. Para el correcto manejo de este programa de referidos necesitaremos un sistema que funcione a través de la página web para que busque la propiedad y quede registrado el cliente o propiedad referida por esa persona. Intentaremos reclutar vendedores freelance para que trabajen para ValCord Inmobiliaria.

4. Gestión Inmobiliaria en el desarrollo de Proyectos de Vivienda Popular.

La estrategia que implementara ValCord Inmobiliaria es una estrategia de Océano Azul ya que actualmente la mayoría de inmobiliarias se enfocan a vender propiedades para un segmento de mercado alto y medio alto. Disponemos de una base de datos de clientes que la desarrollaremos mediante un servicio integral que ayuda al cliente desde la precalificación del crédito hasta la entrega de la llave de la casa. Con este servicio queremos involucrar a constructores para desarrollar proyectos de casas de 45.000 USD a

50.000 USD. El principal objetivo de este servicio es construir a la medida a clientes que tienen ingresos promedios similares. Para esto conseguiremos el terreno donde se realizara el Conjunto de Casas, precalificaremos los créditos y brindaremos una asesoría para orientar a nuestros clientes para que ahorren un 10% de entrada o de lo contrario encontrar una Cooperativa de Ahorro y Crédito dispuesta a financiar el 30% de entrada. Estamos involucrados para asesorar a aquellas personas que no son tomadas en cuenta por la mayoría de Promotores Inmobiliarios. Estamos seguros de poder involucrar a todos los actores: clientes, Promotores y Financieras para sacar adelante este servicio innovador que aporta a quienes verdaderamente necesitan una vivienda propia.

2.3.6 Estrategia de Plaza

ValCord Inmobiliaria tendrá una cobertura inicial en Quito en el Centro Norte y Norte de Quito y el Valle de Cumbaya, Tumbaco hasta Yaruqui.

Nos enfocaremos en trabajar en estas zonas ya que los corredores que trabajaran con nosotros operan en esta cobertura geográfica. Lo cual garantiza un dominio de precios, conocimiento del mercado, proyectos, los cuales formaran parte de nuestro inventario de

propiedades que será publicado en la página web de nuestra empresa y Vive 1. La lógica es que cada corredor trabaje las propiedades que se encuentran cercanas a su hogar para hacer más eficiente a la movilización para dar una velocidad de respuesta y flexibilidad en la creación de citas. En el corto plazo ValCord Inmobiliaria realizara una alianza con una inmobiliaria que tenga presencia en el Valle de los Chillos para atender a los clientes que tengan propiedades en esta zona.

2.3.7 Estrategia de Promoción

Si bien no es común escuchar promociones en este negocio pensamos influir en nuestros clientes promotores para que en ocasiones como: una feria inmobiliaria, o en época de verano que normalmente bajan las ventas se otorgue una promoción de línea blanca. Una promoción que la podemos realizar directamente como inmobiliaria es lanzar una promoción en arriendos por verano o en una época específica del año en la cual cobraremos el 85% del primer mes de arriendo, es decir, el 15% de descuento.

2.3.8 Estrategia de Redes Sociales

Una vez que la empresa brinde un servicio de calidad tomando en cuenta el número de asesores inmobiliarios apropiados para satisfacer las necesidades de los clientes lanzaremos una estrategia de publicidad involucrando a personas que quieran ganar ingresos extras y

referirnos tanto clientes como propiedades. Adicionalmente promocionaremos ciertas propiedades y la página web de nuestra empresa para promocionar nuestras propiedades y proyectos.

Para ejecutar esta estrategia contrataremos a la empresa A+A Marketing para que maneje nuestra imagen en las redes sociales y así llegar a una mayor cantidad de clientes.

3 Estructura Operacional

3.1 Actividades previas al inicio de la operación

A continuación detallo las actividades a realizar previo a la operación de ValCord Inmobiliaria.

1. Contactar Abogado que constituirá la compañía

En esta semana contacte al Estudio Jurídico Herrera Sánchez y Asociados el mismo que nos envió una proforma indicando sus honorarios y el tiempo que se demoran en constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada. En 4 semanas la compañía estará legalmente constituida.

2. Aprobación del nombre en la Super Intendencia de Compañías

Este es el segundo paso en el cual se emite hasta 5 alternativas de nombres de la empresa para que sea aprobado.

3. Redacción de la minuta y revisión de la Super Intendencia de Compañías

En este paso la minuta es revisada por el interesado y por la Super Intendencia de Compañías.

4. Apertura de la Cuenta

En este paso se realiza la apertura de la cuenta en el Banco que asigne la Super Intendencia de Compañías. Para este paso es necesario depositar 400 USD que corresponden al Capital Social mínimo de una Compañía de Responsabilidad Limitada. Para este paso es necesario llevar la minuta original y una copia, copia de las cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital. Todas las copias de estos documentos tienen que estar notariadas.

5. Se eleva a Escritura Pública

Una vez aprobado por el banco se procede a llevar al Notario para elevar los documentos a escritura Pública.

6. Envío 3 copias a la Super Intendencia de Compañías

Se envía tres copias certificadas de la escritura con una carta al Super Intendente para la elaboración del extracto para su publicación.

7. Entrega de las escrituras aprobadas por la Super Intendencia de Compañías

Se recibe las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de la aprobación de la escritura.

8. Envío de la documentación al Notario

El Notario se encarga de realizar la marginación, es necesario que conste la resolución de la Super Intendencia de Compañías.

9. Registro Mercantil

Se solicita el número de partida (Al registro mercantil) para incluir en los nombramientos, se envía las escrituras marginadas con el nombramiento del Presidente y Gerente General.

10. Entrega documentación Super Intendencia con el formulario 01ª Y 01b para que conceda el SRI el permiso de funcionamiento de la Compañía. Esta petición tiene que ir con la firma del abogado.

11. .- Luego una vez que el SRI entrega el Ruc, se saca una copia y se lleva a la Súper Intendencia de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia de su nombramiento, copia de su cédula y la carta de la Súper para el Banco.

12. Ministerio de Trabajo

Se acude al Ministerio de Trabajo con el nombramiento del Gerente General y el contrato laboral para inscribirlo en esta Institución. Inicialmente la única persona que estará en nómina

es el Gerente General hasta que la empresa crezca y se contraten Asesores Inmobiliarios.

13. IESS

Con el RUC y la copia de cedula y papeleta de votación de la persona que será asegurada se solicita una ficha patronal. Luego de esto el IESS otorga una clave patronal con la cual se realizaran los aportes mensuales a través de Servipagos o el Banco asignado.

14. IEPI

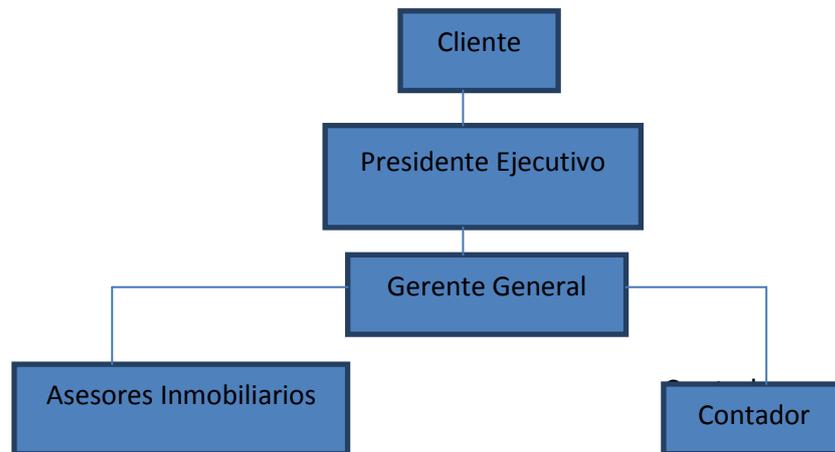
El primer paso es averiguar si la marca se encuentra ya registrada presentando al IEPI un formulario de búsqueda y se realiza el pago de la tasa. Una vez realizada la búsqueda se procede al Registro de la Marca.

3.2 Organigrama y Política de Recursos Humanos

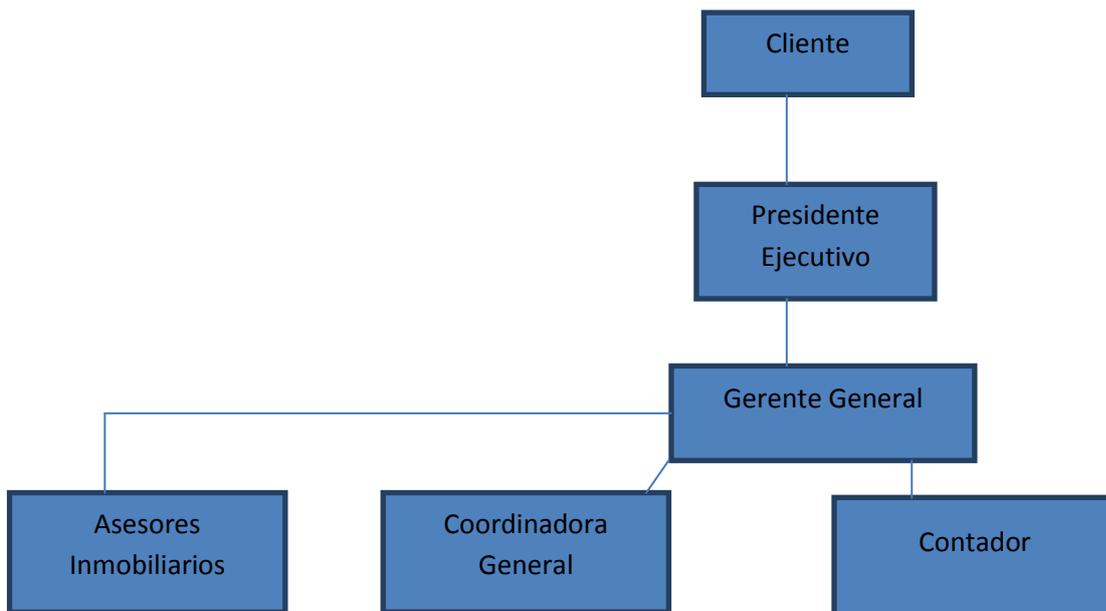
ValCord Inmobiliaria mantendrá siempre un organigrama simple, evitando marcar una gran distancia entre la gerencia, con el resto de colaboradores. Trataremos de implementar un sistema de remuneraciones en el cual los Asesores Inmobiliarios se sientan socios de la inmobiliaria para que de esta forma se involucren de

tal forma que ellos participen activamente en el crecimiento de la empresa.

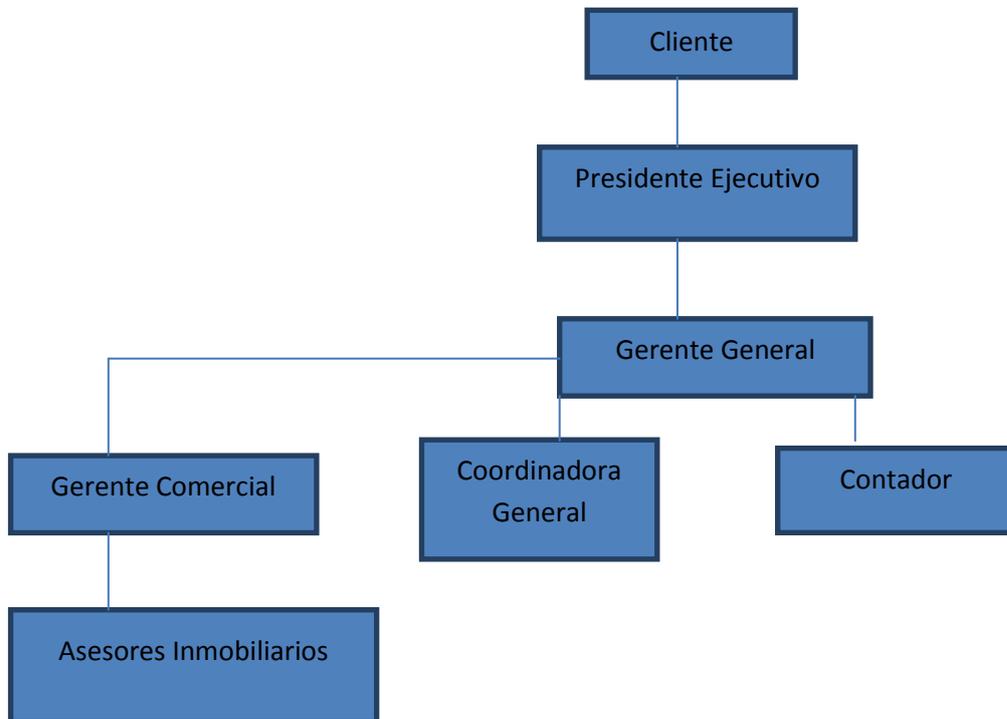
Organigrama Actual de la Compañía



Organigrama Proyectado a un año



Organigrama proyectado a 5 años



3.2.2 Perfiles del Cargo y Conocimientos

1. Presidente Ejecutivo

Conocimientos

- Negociación
- Planeación Estratégica
- Expansión de Mercado
- Liderazgo

Funciones

- Planear Estrategias de Expansión
- Establecer metas mensuales, anuales y trimestrales.
- Controlar el cumplimiento de las metas.
- Realizar alianzas con nuevos contactos del sector Financiero.

2. Gerente General

Conocimientos

- Negociación
- Marketing
- Planeación Estratégica
- Liderazgo
- Estrategias motivacionales
- Conocimiento de precios del Mercado

Funciones

- Canalizar los fondos para invertir en publicidad
- Cierre de Ventas
- Apoyo a los Asesores Inmobiliarios en todo el proceso de venta.
- Hacer alianzas con corredores e Inmobiliarias.
- Controlar el buen manejo de las propiedades y clientes para lograr buenos resultados.
- Captar nuevos inmuebles.
- Reuniones semanales con Promotores.
- Revisión de la firma de contratos de Corretaje.
- Seguimiento a cada propiedad y cliente.

3. Gerente Comercial

Conocimientos

- Negociación
- Liderazgo
- Trabajo en Equipo
- Marketing
- Publicidad
- Cierre de Ventas
- Ventas
- Conocimiento del Mercado

Funciones

- Controlar el Cumplimiento de metas de los Asesores
- Captar nuevas propiedades
- Realizar planes de publicidad
- Hacer seguimiento a cada propiedad y cliente que maneja ValCord.
- Administrar el sistema de referidos para conseguir nuevos clientes y propiedades.
- Manejo de relaciones con las inmobiliarias aliadas.

4. Asesores Inmobiliarios

Conocimientos

- Negociación
- Manejo de Cliente
- Manejo Internet
- Conocimientos de precios del mercado
- Ventas
- Proactividad
- Conocimientos básicos de acabados de construcción.
- Cierre de Ventas
- Automotivación

Funciones

- Demostración de propiedades
- Captación de propiedades
- Cerrar Ventas
- Conseguir nuevos clientes
- Tomar foto de propiedades para subir a la web.
- Manejo de referidos.

5. Coordinadora General

Conocimientos

- Atención al Cliente
- Microsoft Office
- Utilización de Sistemas CRM
- Contabilidad
- Liderazgo
- Dominio del Internet

Funciones

- Creación de citas para conocer propiedades con los asesores.
- Seguimiento diario de clientes y propiedades.
- Administración página web.
- Crear catálogos de propiedades para los asesores.
- Poner anuncios publicitarios.
- Medir impacto de la publicidad.
- Manejar el sistema contable.

6. Contador

Conocimientos

- Contabilidad General
- Contabilidad Financiera
- Contabilidad de Costos
- Declaraciones de Impuestos
- Microsoft Office
- Manejo de Sistema Contable

Funciones

4.3.2 Estrategia de Precios

Mes	Agosto					Septiembre				
Semana		1	2	3	4		1	2	3	4
Actividades										
Comunicación Promotores Estrategia Precios		X	X	X						
Análisis Factibilidad Publicidad Compartida					X		X	X		
Comunicación Precio Asesoría Vivienda Popular					X		X			
Convenio Cooperativa Intermediación Créditos					X		X	X	X	X

4.3.3 Estrategia de Tecnologías de Información

Mes	Octubre					Noviembre				
Semana		1	2	3	4		1	2	3	4
Actividades										
Comprar Dominio		X								
Diseño página web		X	X	X	X					
Comunicación Vía Email Corredores		X	X	X	X		X	X	X	X
Promoción Propiedades y Página Web Vive 1		X	X					X		

4.3.4 Estrategia de Responsabilidad Social

Mes	Noviembre					Diciembre				
Semana		1	2	3	4		1	2	3	4
Actividades										
Solicitud auspicios constructores		X	X	X	X		X	X	X	X
Firma convenio con TECHO			X							
Promocionar el proyecto en la Pagina Web							X			
Crear una campaña para que nuestros clientes participen.							X	X	X	X

4.3.5 Estrategia de Servicios

Mes	Agosto					Septiembre				
Semana		1	2	3	4		1	2	3	4
Actividades										
Servicio Venta Terrenos										
Captar propiedades por referidos, constructores y Fideval		X		X			X		X	
Firma contratos de Corretaje										
Promocionar terrenos de corredoras		X	X	X				X		
Servicio Venta Proyectos										
Captar Proyectos		X	X	X	X		X	X		
Firma contratos de Corretaje							X	X		
Captar proyectos compartidos		X	X				X	X		
Servicio de Venta de Propiedades del cliente constructor										
Ofrecer el servicio constructores		X	X	X	X					
Comunicar al cliente precios preferenciales							X	X	X	
Establecer publicidad compartida							X	X	X	
Gestion de proyectos de Vivienda Popular										
Oferta de servicios Clientes			X							
Recopilacion de documentos calificacion creditos			X	X	X					
Reunion Banco creacion de servicio financiamiento entrada							X	X	X	
Reunion Promotores para la construccion del conjunto			X	X			X	X		
Conseguir el terreno			X	X	X		X	X	X	
Firma promesas de compra venta							X	X	X	
Firma contrato de Corretaje Constructor							X			

4.3.6 Estrategia de Redes Sociales

Mes	Noviembre					Diciembre				
Semana		1	2	3	4		1	2	3	4
Actividades										
Abrir cuenta en Facebook y Twiter				X						
Contratar A+A Marketing					X					
Lanzamiento Promocion							X	X		
Publicidad de Referidos en Redes Sociales							X	X	X	X

5. Economía y Rentabilidad

5.1 Estructura de Inversiones y Participación Accionaria

Cuadro de Participación Accionaria

Socio	% de Acciones	Inversion
Roy Calero	30%	4500 USD
Nicolas Valencia	70%	0

Lista de Inversiones

Constitucion Empresa	1650
Pagina Web	1000
Diseño Logo	500
Computadora	500
Papeleria y Publicidad Inicial	850

Estructura de Financiamiento

100% Capital propio	4500 USD Invertidos por Roy Calero
---------------------	--

5.2 Estados Financieros

5.2.1 Balance General

Balance General Año 0			
Activos		Pasivos	
Equipos	250	Tarjetas de Credito	1000
Caja Bancos	10.000		
		Capital Contable	
		Capital Emitido	400

Balance General Año 1			
Activos		Pasivos	
Equipos	1000	Tarjetas de Credito	1500
Caja Bancos	15000		
		Capital Contable	
		Capital Emitido	400
		Utilidades Retenidas	5000

Balance General Año 2			
Activos		Pasivos	
Equipos	1000	Tarjetas de Credito	2000
Caja Bancos	20000		
		Capital Contable	
		Capital Emitido	400
		Utilidades retenidas	5000

Balance General Año 3			
Equipos	1500	Tarjeta de Credito	2500
Caja Bancos	20000		
Mobiliario	5000	Capital Contable	
		Capital Emitido	400
		Utilidades Retenidas	5000

Balance General Año 4			
Equipos	1500	Pasivos	
Caja Bancos	20000	Tarjeta de credito	3000
Mobiliario	5000		
		Capital Contable	
		Capital Emitido	400
		Utilidades Retenidas	8000

5.2.3 Estado de Resultados

Año 1													
Mes	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Numero de Ventas	2	2	3	2	4	3	2	2	3	3	2	2	2
Precio Promedio	1000	1000	1000	2000	1000	1000	2000	2000	2000	2000	2000	1750	1750
Costos	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Mes	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Ventas	2000	2000	3000	4000	4000	3000	4000	4000	6000	6000	4000	3500	3500
Costo de Ventas	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Depreciacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UAI	1000	1000	2000	3000	3000	2000	3000	3000	5000	5000	3000	2500	2500
Impuestos													
Inversion	4500												
Capital de Trabajo	3500	1000	500										
Rescate													
Flujo de efectivo	-3500	-2500	-500	2500	3000	2000	3000	3000	5000	5000	3000	2500	2500

Año	1	2	3	4
Numero de Ventas	32	33	39	47
Precio Promedio	1708	1987.48	2018	2009
Costo de Ventas	12000	16200	28200	31200
Año	1	2	3	4
Ventas	54.656	65587	78704	94.444
Costo de Ventas	12000	16200	28200	31200
Depreciacion	167	167	167	333
UAI	42.489	49220	50504	62911
Impuestos	14871,15	17227	17676,4	22018,85
U. Operativa	27.618	31993	32838	40893
Utilidad Empleados	4.143	4798,95	4925,7	6133,95
Depreciacion	167	167	167	333
UN	23.642	27362	28070	35093
Inversion	-4.500		5000	1000
Capital de Trabajo	3.500			
Rescate				
Flujo de Efectivo	31.500	35220	30220	36220
VAN		63.297,38 €		
TIR		770%		

6. Bibliografía

- (1) Ekos Negocios (2011). *Sector Inmobiliario Ecuador 2011, Management, Aciertos y Perspectivas*. Obtenido el 27 de mayo de 2011 de <http://www.ekosnegocios.com/inmobiliario/Articulos/6.pdf>