

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO QUE PERMITA CAPTAR GRAN PARTE
DEL MERCADO DE VENTA Y ARRIENDO DE BIENES RAÍCES EN LOS
VALLES DE CUMBAYÁ Y TUMBACO

Juan Javier Armendaris Falconí

2.006

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

ESCUELA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**ELABORAR UN PLAN DE NEGOCIO QUE PERMITA CAPTAR GRAN PARTE
DEL MERCADO DE VENTA Y ARRIENDO DE BIENES RAÍCES EN LOS
VALLES DE CUMBAYÁ Y TUMBACO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN CONFORMIDAD A LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL
MENCIÓN ECONOMÍA Y FINANZAS**

PROFESOR GUÍA: ING. FERNANDO GONZÁLEZ

AUTOR: JUAN JAVIER ARMENDARIS FALCONÍ

AGRADECIMIENTO

A mis papas y hermanos por apoyarme siempre.

Al Ing. Fernando González por ser el guía en la elaboración de mi tesis.

ÍNDICE

	PAG
CAPÍTULO I: INVESTIGACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y EL ENTORNO	13
1.1 Situación actual	13
CAPÍTULO II: DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	30
2.1 Conceptos	30
2.2 Aplicación del desarrollo estratégico al proyecto Aire y Tierra Inmobiliaria	31
2.3 Valores corporativos	32
2.4 Objetivos	33
2.5 Direccionamiento estratégico para Aire y Tierra Inmobiliaria	34
2.6 Análisis PEST	35
2.7 Análisis FODA Aire y Tierra Inmobiliaria	38
2.8 Matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas	40

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	42
3.1 Naturaleza y contenido del negocio	42
3.2 Descripción del servicio	46
3.3 Funciones adicionales	65
3.4 Ubicación	71
CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO	76
4.1 Mercado y público sobre el que se pretende actuar	76
4.2 Resultados de la investigación de mercado dirigida a futuros clientes vendedores	81
4.3 Resultados de la investigación de mercado dirigida a futuros clientes compradores	117
CAPÍTULO V: ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL	191
5.1 Estructura organizacional	191
CAPÍTULO VI: PLAN DE MÁRKETING	201
6.1 Herramientas publicitarias	201

CAPÍTULO VII: ASPECTOS LEGALES	226
7.1 Aire y Tierra Inmobiliaria Compañía Limitada	226
CAPÍTULO VIII: VENTAS	231
8.1 Técnicas y manejo de las ventas	231
CAPÍTULO IX: ANÁLISIS FINANCIERO	250
9.1 Comisiones	250
9.2 Estimación de ventas	252
9.3 Análisis financiero	261
CAPÍTULO X: CONCLUSIONES	289
10.1 Conclusiones	289

ANEXOS	291
Anexo 1: Encuesta dirigida a constructores y promotores de proyectos.	291
Anexo 2: Encuesta dirigida a compradores de proyectos Inmobiliarios	294
Anexo 3: Proyectos investigados	297
Anexo 4: Compañía de responsabilidad limitada	300
BIBLIOGRAFÍA	325

ÍNDICE DE CUADROS

	Pag
Cuadro 2.1 : Análisis de las 5 fuerzas de Porter de la industria inmobiliaria en los Valles	34
Cuadro 2.2 : Matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas	41
Cuadro 4.1 : Porcentaje de promotores que utilizan sólomente su propio departamento de ventas para comercializar sus inmuebles y promotores que utilizan Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias	99

Cuadro 4.2 :	Porcentaje de Promotores que están satisfechos e insatisfechos con el trabajo realizado por las Inmobiliarias y los corredores de Bienes Raíces	101
Cuadro 4.3 :	Porcentaje de promotores y constructores que creen que los Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que intermedian sus inmuebles conocen o no las características de los mismos	103
Cuadro 4.4 :	Porcentaje de promotores que piensa que es indispensable que los Corredores o Inmobiliarias que intermedian la venta o arriendo de sus inmuebles, conozcan a fondo las características de ellos	105
Cuadro 4.5 :	Porcentaje de promotores y constructores que piensan que se necesita o no mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas y arriendos inmobiliarios en el sector para intermediar sus proyectos	107
Cuadro 4.6 :	Porcentaje de promotores y constructores que aseguran que las Inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces deberían dar un mejor servicio o tener una mejor capacitación en aspectos como: Conocimiento arquitectónico, puntualidad, organización en su trabajo, trato al cliente, presentación personal, ventas, y conocimiento del sector inmobiliario	109
Cuadro 4.7 :	Destinos de la nueva vivienda (Compran para vivir en ella)	121
Cuadro 4.8 :	Destinos de la nueva vivienda (Como Inversión)	122

Cuadro 4.9 :	Porcentaje de preferencias por niveles socioeconómicos y por sectores	125
Cuadro 4.10 :	Demanda total en los valles	127
Cuadro 4.11 :	Demanda en los valles por niveles Socioeconómicos	129
Cuadro 4.12 :	Comparaciones entre oferta y demanda por niveles socio económicos en los valles	137
Cuadro 4.13 :	Medios donde compradores buscan información	139
Cuadro 4.14 :	Número de hogares interesados en adquirir vivienda	142
Cuadro 4.15 :	Interés en adquirir vivienda por nivel socio económico en un período de tres años	144
Cuadro 4.16 :	Interés en adquirir vivienda por nivel socio económico en un período de tres años (Demanda potencial calificada total)	150
Cuadro 4.17 :	Tiempo de búsqueda de los inmuebles de los encuestados	169
Cuadro 4.18 :	Número de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que les han dado servicio a los clientes compradores	172
Cuadro 4.19 :	Satisfecho (a) o insatisfecho (a) por el servicio recibido	175

Cuadro 4.20 :	Conocen o no los Corredores e Inmobiliarias a fondo las características de los inmuebles	177
Cuadro 4.21 :	Hace falta o no mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas inmobiliarias en el sector del valle de Cumbayá y Tumbaco	179
Cuadro 4.22 :	Clientes compradores que aseguran que las Inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces deberían dar un mejor servicio o tener una mejor capacitación en aspectos como: Conocimiento arquitectónico, Puntualidad, Organización en su trabajo, Trato al cliente Presentación Personal, Ventas y Conocimiento del Sector Inmobiliario	182
Cuadro 5.1 :	Celulares Aire y Tierra Inmobiliaria	195
Cuadro 5.2 :	Organigrama Aire y Tierra Inmobiliaria	197
Cuadro 5.3 :	Cuadro de Sueldos Aire y Tierra Imobiliaria	198
Cuadro 6.1 :	Plan de medios	225
Cuadro 7.1 :	Cuadro de integración de capital	229
Cuadro 7.2 :	Montos invertidos por cada socio	229
Cuadro 7.3 :	Porcentaje de acciones de cada socio	230
Cuadro 9.1 :	Venta o arriendo del vendedor master	251

Cuadro 9.2 :	Venta o arriendo de cualquier vendedor	251
Cuadro 9.3 :	Precios de los inmuebles negociados	255
Cuadro 9.4 :	Precios de los inmuebles negociados	255
Cuadro 9.5 :	Precios promedios de los inmuebles negociados	256
Cuadro 9.6 :	Proyecciones de ventas y arriendos realizados	257
Cuadro 9.7 :	Proyecciones de crecimiento demográfico	258
Cuadro 9.8 :	Proyecciones de crecimiento trasladadas a venta de casas, venta de terrenos y arriendos de casas	260
Cuadro 9.9 :	Inversión inicial	265
Cuadro 9.10 :	Oficina	265
Cuadro 9.11 :	Muebles y equipos de oficina	265
Cuadro 9.12 :	Vehículos	266
Cuadro 9.13 :	Inversión publicitaria	266
Cuadro 9.14 :	Gastos de constitución	266
Cuadro 9.15 :	Equipos de computación	267
Cuadro 9.16 :	Otros costos preinversión	267

Cuadro 9.17 :	Rol de pagos	268
Cuadro 9.18 :	Costos directos	269
Cuadro 9.19 :	Gastos administrativos	269
Cuadro 9.20 :	Gastos de ventas	270
Cuadro 9.21 :	Ventas	271
Cuadro 9.22 :	Depreciación	272
Cuadro 9.23 :	Comisiones	273
Cuadro 9.24 :	Financiamiento	273
Cuadro 9.25 :	Tasa de descuento	273
Cuadro 9.26 :	Tabla de amortización	274
Cuadro 9.27 :	Estado de fuentes y usos de fondos	275
Cuadro 9.28 :	Estado de situación inicial	276
Cuadro 9.29 :	Estado de balance año 1	277
Cuadro 9.30 :	Estado de resultados año 1	278
Cuadro 9.31 :	Estado de balance año 2	279

Cuadro 9.32 :	Estado de resultados año 2	280
Cuadro 9.33 :	Estado de balance año 3	281
Cuadro 9.34 :	Estado de resultados año 3	282
Cuadro 9.35 :	Estado de balance año 4	283
Cuadro 9.36 :	Estado de resultados año 4	284
Cuadro 9.37 :	Estado de balance año 5	285
Cuadro 9.38 :	Estado de resultados año 5	286
Cuadro 9.39 :	Flujo de efectivo	287
Cuadro 9.40 :	Índices financieros	288

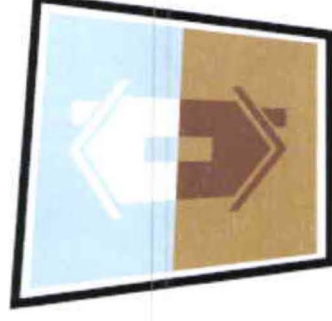
ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag	
Gráfico 1.1 :	Proyectos inmobiliarios en oferta por año	21
Gráfico 1.2 :	Distribución porcentual de la oferta de unidades disponibles Quito y Los Valles (Año 2.004)	26
Gráfico 1.3 :	Distribución porcentual de la oferta de unidades disponibles en la ciudad de Quito y los valles por niveles socio económicos (Año 2.004)	28

Gráfico 4.1 :	Porcentaje de promotores que utilizan solamente su propio departamento de ventas para comercializar sus inmuebles y promotores que utilizan Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias	99
Gráfico 4.2 :	Porcentaje de Promotores que están satisfechos e insatisfechos con el trabajo realizado por las Inmobiliarias y los corredores de Bienes Raíces	101
Gráfico 4.3 :	Porcentaje de promotores y constructores que creen que los Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que intermedian sus inmuebles conocen o no las características de los mismos	103
Gráfico 4.4 :	Porcentaje de promotores que piensa que es indispensable que los Corredores o Inmobiliarias que intermedian la venta o arriendo de sus inmuebles, conozcan a fondo las características de ellos	105
Gráfico 4.5 :	Porcentaje de promotores y constructores que piensan que se necesita o no mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas y arriendos inmobiliarios en el sector para intermediar sus proyectos	107
Gráfico 4.6 :	Porcentaje de promotores y constructores que aseguran que las Inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces deberían dar un mejor servicio o tener una mejor capacitación en aspectos como: Conocimiento arquitectónico, puntualidad, organización en su trabajo, trato al cliente, presentación personal, ventas, y conocimiento del sector inmobiliario	109

Gráfico 4.7 :	Destinos de la nueva vivienda (Compran para vivir en ella)	121
Gráfico 4.8 :	Destinos de la nueva vivienda (Como Inversión)	122
Gráfico 4.9 :	Porcentajes totales de demanda en los valles	127
Gráfico 4.10 :	Demanda en los valles por niveles socioeconómicos	129
Gráfico 4.11 :	Interés en adquirir vivienda por niveles socio Económicos en un período de tres años (Demanda Potencial)	144
Gráfico 4.12 :	Interés en adquirir vivienda por niveles socio Económicos en un período de tres años (Demanda Potencial calificada total)	150
Gráfico 4.13 :	Tiempo de búsqueda de los inmuebles de los encuestados	169
Gráfico 4.14 :	Número de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que les han dado servicio a los clientes compradores	172
Gráfico 4.15 :	Satisfecho (a) o insatisfecho (a) por el servicio recibido	175
Gráfico 4.16 :	Conocen o no los Corredores e Inmobiliarias a fondo las características de los inmuebles	177

Vive tus sueños con



**Aire &
Tierra**
INMOBILIARIA

RESUMEN

Objetivo General

Captar en el primer año el 5% del mercado de venta y arriendo de bienes raíces en los valles de Cumbayá y Tumbaco, con el objetivo de llegar a un 8% en un período de tres años

Objetivos específicos

- Determinar las necesidades, gustos y preferencias de los clientes que utilizarán los servicios de la Inmobiliaria
- Demostrar la factibilidad económica – financiera del proyecto
- Encontrar características distintivas que permitan establecer una diferenciación frente a los competidores actuales

Resumen

La investigación realizada consiste primeramente en analizar la demanda y la oferta de venta y arriendo de bienes raíces en los Valles de Cumbayá y Tumbaco, y así comprobar que este es un sector que se encuentra en auge y que va en crecimiento.

Después de comprobar que existe oferta y demanda de bienes raíces en el sector, se investigó los requerimientos de estos demandantes y ofertantes en lo que se refiere al servicio de intermediación inmobiliaria.

Se investigó que es lo que hace falta para dar un buen servicio de intermediación inmobiliaria, en que aspectos se debe mejorar con respecto a la competencia y en que campos se debe capacitar al personal de la Inmobiliaria que se constituirá, para así lograr captar gran parte del mercado de venta y arriendo de bienes raíces.

Para realizar dichas investigaciones se utilizó la siguiente metodología:

Metodología

El trabajo se desarrolló en dos etapas:

Investigación Bibliográfica

Los datos fueron recolectados principalmente de revistas, libros, informes técnicos, internet, documentos legales.

Investigación de Campo

Entrevistas y encuestas a promotores y constructores de proyectos inmobiliarios para conocer las características de sus proyectos, así como también las necesidades que tienen para alcanzar lo más rápido posible venta o el arriendo de sus inmuebles.

Entrevistas y encuestas a interesados en adquirir inmuebles para conocer sus necesidades y la clase de servicio que reciben.

Conocer la ubicación y las principales características de todos los proyectos inmobiliarios por estrenar en el valle de Cumbayá y Tumbaco.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto consiste en elaborar un plan de negocios que permita captar gran parte del mercado de venta y arriendo de bienes raíces en los valles de Cumbayá y Tumbaco, mercado especialmente interesante debido a las altas oferta y demanda de terrenos, casas, departamentos, quintas y locales comerciales que, actualmente, existen en el sector.

Se ha decidido elaborar el plan de negocios ya que, si el proyecto es rentable se sabe que será un negocio que dará resultado, principalmente, por el auge que han conseguido en estos últimos años los Valles de Cumbayá y Tumbaco.

A efectos de demostrar lo anteriormente propuesto, se realizarán encuestas y entrevistas a los futuros clientes para obtener conclusiones que sirvan para que la empresa inmobiliaria mejore el desempeño al servicio existente en la actualidad en Cumbayá y Tumbaco.

Se cree que el éxito de la empresa se basará en la aplicación de una estrategia de diferenciación, según lo definido por M. Porter¹. Lo importante es establecer como diferenciarse de la competencia, por esta razón se realizará una eficiente investigación de mercado y se tratará de satisfacer, de una mejor manera, y más rápido a los futuros clientes.

¹ Porter, M. E., "Ventaja competitiva", Creación y sostenimiento de un desempeño superior Compañía Continental S. A DE C.V, Grupo patria Cultural S.A DE CV, Mexico, 2003

Se analizará también el tipo de promoción que se tendrá que utilizar para atraer a la mayor cantidad de futuros clientes y así llegar a tener una empresa que alcance una adecuada rentabilidad.

La inmobiliaria llevará el nombre de "Aire y Tierra Inmobiliaria" y estará ubicada entre los valles de Cumbayá y Tumbaco. El Slogan con el que se reconocerá a la Inmobiliaria es el siguiente:

"Vive tus sueños con Aire y Tierra Inmobiliaria".

Lo que se trata es que el cliente asocie que Aire y Tierra inmobiliaria será la encargada de encontrar la casa, el terreno, el departamento, la hacienda, la oficina o la quinta con la que toda la vida ha soñado.

El logotipo que se utilizará es el siguiente:

Vive tus sueños con



Más adelante se analizará el tipo de empresa que conviene constituir y cuáles serán los aspectos básicos del proyecto.

JUSTIFICACIÓN:

Actualmente, los valles de Cumbayá y Tumbaco se encuentran en una etapa de desarrollo urbanístico y comercial altísimo, llegando así a ser una de las zonas de mayor crecimiento del país, razón por la cual, crear una empresa inmobiliaria especializada en dichos valles es, aparentemente, una gran oportunidad. El servicio que ofrecerá la empresa es mediar y asesorar para establecer enlaces entre la oferta y la demanda de bienes y servicios inmobiliarios, con el fin de ayudar al cierre o conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias.

El negocio de bienes raíces depende de factores externos como, por ejemplo, la estabilidad económica existente en el país. Se sabe que, en estos últimos años, se ha reactivado nuevamente el sector de la construcción gracias a que, al momento, Ecuador es un país relativamente algo más estable que hace algunos años, lo que conlleva a que los inversionistas prefieran construir e invertir en bienes inmuebles a tener el dinero en el sistema bancario, con tasas de interés demasiado bajas y con un alto riesgo de perder su dinero.

Otra razón no menos importante que la anterior es que los constructores tienen un margen de utilidad alto; en efecto, en muy pocas inversiones se podrá encontrar márgenes de ganancia tan altos como en la construcción. Obviamente, con el pasar del tiempo esto irá cambiando por el hecho de la alta competencia existente pero, de igual manera, los márgenes se mantienen elevados.

La gran mayoría de casas que se construyen y que se venden en el sector de Cumbayá y Tumbaco son para un segmento de mercado alto y medio alto.

Esto hace que las casas que se encuentran a la venta o al arriendo sean costosas, ya sea por el sector en donde se encuentran, por la exclusividad del sector, por los detalles constructivos, el tipo de construcción, el tipo de acabados, el entorno en el que se encuentran rodeadas, la extensión del terreno, la extensión del área habitable y muchos otros aspectos que encarecen la construcción del inmueble.

Para analizarlo más fácilmente se puede comprobar que una casa en la Ciudad de Quito, en un barrio de clase socio económica media baja, no costará lo mismo que una casa, con las mismas características de terreno y construcción, en el valle de Cumbayá o Tumbaco.

Esto se debe a la plusvalía que han tenido los valles y que, para efectos de la inmobiliaria, es una oportunidad que se debe aprovechar.

El hecho de que el valle de Tumbaco y Cumbayá sea un valle exclusivo hace que se encarezcan todo tipo de bienes inmuebles; por esta razón, la mayoría o todas las intermediaciones en los que estará involucrada la Inmobiliaria serán para la venta o arriendo de terrenos, casas, departamentos, quintas, o locales comerciales, con un costo y un precio elevado. Este encarecimiento de los inmuebles se da, como ya se dijo, entre otros aspectos, por la influencia de encontrarse en un valle que ha tomado la característica de ser exclusivo como es el valle de Cumbayá y Tumbaco en la actualidad. Si se quiere estar en

sectores que mantengan exclusividad se tiene que pagar más, solamente por el hecho de comprar un bien inmueble implantado en un sector exclusivo.

Esto significa que el volumen de ventas o arriendos que llegue a concluir la inmobiliaria no tendrán que ser excesivamente numerosos para que la empresa crezca y sea exitosa, ya que los honorarios que se gana por el cierre o conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias de dichos inmuebles serán muy altos por el hecho de que los inmuebles a la venta o al arriendo tienen un precio elevado, acorde al mercado pero de igual manera elevado.

El porcentaje de honorarios o comisión que se recibe por vender o arrendar un inmueble, casi siempre es el mismo, sin importar el sector o el precio del inmueble. Este porcentaje a recibir es, entre el 3 y el 4% si es por venta, y el primer cánón de arrendamiento si se trata de arriendo como se detallará mas adelante.

Obviamente, sería mucho mejor si se logra vender o arrendar en grandes cantidades pero, para analizar lo anteriormente dicho, se puede decir que no es lo mismo ganar honorarios por la venta o arriendo de una casa en los niveles socio económicos altos que en los niveles socio económicos bajos, ya que el porcentaje por honorarios que una empresa inmobiliaria gana siempre o casi siempre es el mismo.

En éste momento se tiene que aprovechar el crecimiento que ha tenido la zona y se tiene que tratar de captar la mayor parte de mercado posible, aprovechando los presentes y futuros proyectos inmobiliarios, y los presentes y futuros demandantes de inmuebles.

Una ventaja que tendrá la empresa inmobiliaria es que, al momento, existe una gran cantidad de mercado insatisfecho. Al hablar de mercado insatisfecho no se está diciendo que existe mayor demanda inmobiliaria que oferta inmobiliaria.

De hecho este es uno de los puntos que se analizará a lo largo de la investigación. Lo que se trata de explicar es que existe gran cantidad de mercado insatisfecho, ya que, como se verá mas adelante existen muchos interesados en adquirir bienes inmuebles en el sector que no reciben un buen servicio en lo que se refiere a mediación y asesoramiento para establecer un enlace entre la oferta y demanda de bienes inmuebles.

Actualmente existen muy pocos competidores formales en el sector, y eso hace que el mercado sea todavía más atractivo.

Por desgracia, al mismo tiempo que no hay mucha competencia formal, existe una gran competencia y una amenaza para La Inmobiliaria, que son los Corredores de Bienes Raíces informales.

La principal razón por la cual los Corredores de Bienes Raíces informales son una amenaza para cualquier Inmobiliaria o Corredor de Bienes Raíces formal

es porque los honorarios que cobrará la inmobiliaria, en ocasiones, serán mayores a los que cobran los Corredores de Bienes Raíces informales, ya que a ellos por el mismo hecho de que no han estudiado ni conocen a fondo el mercado inmobiliario, no les importa bajar su comisión con tal de conseguir el cliente, cosa que, en términos generales, no debería pasar en una empresa Inmobiliaria.

Esto, por el hecho de que esta última se rige por el artículo 1 de la Ley de Corredores de Bienes Raíces, de la cual se hablará mas adelante, o simplemente que por el hecho de que no existe razón por la cual se tiene que ganar menos si se está realizando el trabajo necesario para recibir los honorarios justos y propuestos por la ley.

El problema de esto es que obviamente pueden existir, y de hecho existen Corredores de Bienes Raíces informales eficientes, y como se sabe lo que busca el futuro cliente es llegar a arrendar o vender su bien inmueble, sin importar a quien se cancele los honorarios.

La principal ventaja que se tendrá, con relación a estos, es la diferencia que habrá en el servicio que se les dará y obviamente que creando una empresa se demuestra seriedad y la formalidad.

Para la Inmobiliaria será más fácil ayudarlos a llegar al cierre y conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias que estén dispuestos a realizar, ya que el personal que trabajará en Aire y Tierra Inmobiliaria será capacitado

relación a lo que venía siendo. Anteriormente, la oferta de proyectos y unidades de vivienda era mínima, no existían muchos proyectos inmobiliarios a la venta, había pocos constructores y poca variedad de productos, por lo que los compradores se tenían que acoplar y conformar con lo que existía en el mercado, y por ende comprar unidades de vivienda que no cubrían todas sus expectativas, ni satisfacían todas sus necesidades.

Los demandantes de vivienda, además de no encontrar los productos específicos que ellos buscaban, no tenían muchas opciones de comprar unidades de vivienda en los alrededores de la ciudad de Quito, específicamente en los Valles, lo que hacía que muchas veces la compra no sea una adquisición que deje en un 100% conforme al comprador.

Actualmente, el mercado inmobiliario ha cambiado de ser un mercado de vendedores a ser un mercado de compradores, lo que obliga a los constructores a realizar cambios en sus proyectos para satisfacer absolutamente todas las necesidades de los compradores. Por esta razón, actualmente, el comprador siempre o casi siempre se encuentra 100% satisfecho al haber realizado una compra.

Esto se da ya que si el comprador se toma su tiempo, tiene cualquier cantidad de opciones y formas de adquirir un inmueble y, generalmente, ellos encuentran uno que satisfaga absolutamente todas sus necesidades.

Lo que ha sucedido en los últimos años es que ha aumentado considerablemente la oferta y demanda de proyectos inmobiliarios en el Distrito Metropolitano de Quito y ahora los que llevan la ventaja son los compradores y no los vendedores como hace algunos años.

El aumento de la oferta de unidades de vivienda se puede comprobar por lo que se anota a continuación.

En la investigación realizada por Gridcon Consultores³, publicada en el mes de Octubre del 2004, se asegura que la oferta de unidades de vivienda ha aumentado considerablemente. En el año 1.997 existía una oferta disponible de 5.193 unidades de vivienda, y para el año 2.003 esta oferta para el mercado había aumentado a 7.520 unidades de vivienda. En el 2003 la oferta de viviendas en la ciudad de Quito y sus valles aumentó en un 44,8%, con relación al año 1997.

Se tiene que saber que estas viviendas disponibles son solamente casas por estrenar destinadas a la venta.

Después de analizar lo anteriormente dicho se puede ver claramente que ahora el comprador cuenta con mayores facilidades y mayores opciones de encontrar su vivienda.

³ Gridcon Consultores “El Portal Inmobiliario”, “Cambios en la Fisonomía del Sector Inmobiliario”, Edición # 11, Quito, Octubre 2.004.

Más adelante, se verá que este cambio no solamente ha influenciado en el número de viviendas ofertadas, sino también en la forma de pago, plazos, precios y algunos otros factores muy importantes que influyeron en dicho mercado.

Anteriormente, el trato que tenían la mayoría de promotores y constructores era totalmente distinto. El promotor o constructor tenía tantos clientes que ellos decidían a quién, como y cuando vender sus inmuebles, en pocas palabras, ellos tenían el poder de negociación. Algo muy importante de este cambio es que los constructores y promotores casi no necesitaban de la ayuda de una Inmobiliaria o de un Corredor de Bienes Raíces, ya que existía tanta demanda que el inmueble se vendía por sí solo, sin ni siquiera mayor publicidad. Ahora por la dificultad y el cambio que se ha dado en el sector de la construcción los promotores realmente necesitan de la ayuda de una Inmobiliaria o un Corredor de Bienes Raíces, ya sea este formal o informal.

Si el cliente no estaba de acuerdo en la forma que le había sido planteada la forma de pago, por ejemplo, simplemente los oferentes no se hacían lío y no aceptaban al mismo y pasaban al siguiente cliente, hasta llegar a vender el inmueble al cliente que compraba la casa con las condiciones que ellos habían impuesto en un principio.

Como se sabe, para realizar una venta siempre es conveniente tener el poder de negociación y, a diferencia de lo que pasaba anteriormente, ahora el poder

de negociación se ha venido acentuando principalmente en el comprador inmobiliario.

Esto se debe a muchos aspectos, principalmente a que existe mayor oferta inmobiliaria como se vio anteriormente. Adicionalmente a este factor muy importante, hay otros factores que han influenciado en el cambio del mercado.

Ahora existe mayor información sobre los proyectos inmobiliarios, mayores facilidades de financiamiento, mayores plazos, mayor publicidad por parte de los constructores, ya sea en revistas especializadas en oferta inmobiliaria, diarios, correo directo, mailing, vallas, señalización, correo electrónico, páginas Web, distribución de hojas volantes, telemarketing, presentaciones a grupos especiales, cócteles, ferias, brunchs, radio, trípticos, eventos, investigaciones y muchos otros factores que en la mayoría de ocasiones hacen que el comprador sea el que imponga los parámetros de precio, plazo y forma de pago, y obviamente ahora es el vendedor el que tiene que analizar la forma más conveniente de cubrir dichas expectativas.

Esta cantidad de alternativas ha requerido de una mayor creatividad y competitividad por parte de los constructores y ha dado una mayor importancia al trabajo que realizan los Corredores de Bienes Raíces e Inmobiliarias, que es, como ya se ha mencionado, mediar y asesorar para establecer enlace entre la oferta y la demanda de bienes y servicios inmobiliarios, con el fin de ayudar al cierre o conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias. Ahora los constructores y promotores cuentan con la opción de recibir ayuda de empresas especializadas en vender o arrendar sus inmuebles.

Actualmente, los constructores se han ido dando cuenta que se necesita invertir más en promoción y publicidad para sacar adelante y vender sus proyectos; ellos saben que sin una buena información sobre sus inmuebles en venta, estarían en una desventaja ya que la competencia, sin lugar a dudas, lo hará.

Por el mismo hecho que la oferta y demanda ha aumentado considerablemente, en la actualidad, la competencia en el sector inmobiliario es, consecuentemente, muy grande.

Una de las muchas razones por las cuales la competencia inmobiliaria ha aumentado considerablemente es porque ahora existen muchos constructores y promotores nuevos, que ven al sector inmobiliario como una gran oportunidad de negocio. Muchos de estos nuevos promotores de proyectos inmobiliarios son antiguos proveedores de productos o servicios de la industria, que analizando la demanda existente dejan de ser proveedores y pasan a ser constructores de viviendas.

Estos constructores y promotores nuevos mas los antiguos crean disputas entre sí por conseguir clientes para sus proyectos.

Además de los constructores nuevos, los antiguos, los proveedores que han pasado a ser constructores, actualmente existen nuevos inversionistas nacionales e internacionales que utilizan su dinero para la construcción de proyectos inmobiliarios ya que ven una alternativa interesante en invertir en

construcción principalmente por los márgenes de utilidad y la rapidez con la que se recupera la inversión.

La principal razón por la cual han ingresado al mercado inversionistas extranjeros, en su mayoría chilenos y colombianos⁴ es por la semejanza de idioma, hábitos, y costumbres que existen actualmente entre países sudamericanos, muchos constructores y promotores extranjeros han detectado la oportunidad de invertir o crear alianzas estratégicas con constructores ecuatorianos.

Todos estos nuevos y antiguos constructores, inversionistas y promotores hacen que el negocio de crear una inmobiliaria sea más atractivo. Más adelante se analizará cuantos de estos proyectos se realizan específicamente en el Valle de Cumbayá y Tumbaco para saber a ciencia cierta quienes y cuantos podrán ser los futuros clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

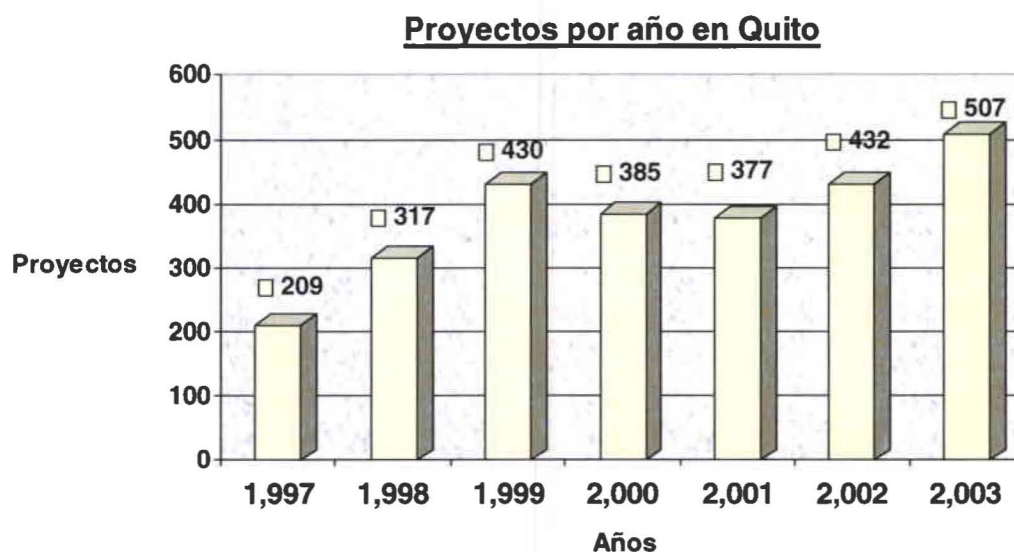
La oferta ha aumentado a causa de estos nuevos personajes, y se puede ver al analizar la siguiente información sacada de Gridcon consultores que afirma que, para 1997, había en el Distrito Metropolitano de Quito 209 proyectos en oferta y para el 2003 los proyectos en oferta ya sobrepasaban los 500.

El siguiente cuadro se ha adaptado de la información obtenida por Gridcon Consultores y lo que analiza es la cantidad de proyectos realizados anualmente desde el año 1.997 hasta el año 2.003

⁴ Gridcon Consultores “El Portal Inmobiliario”, “Cambios en la Fisonomía del Sector Inmobiliario”, Edición # 11, Quito, Octubre 2.004

Proyectos Inmobiliarios en Oferta por Año⁵

Gráfico 1.1



Fuente: El Portal Inmobiliario, Octubre 2.004

Como se puede ver, en el año 1.999 empezaba a despuntar el sector de la construcción y con esto la oferta de proyectos inmobiliarios, pero a causa de la crisis financiera vivida en ese año, y la desconfianza e inestabilidad que existió en el Ecuador en el año 2.000 y 2.001, existe un estancamiento en el sector de la construcción y en la oferta de proyectos inmobiliarios.

Después, con el pasar del tiempo y el aumento de confianza y estabilidad en la gente, empieza otra vez en los años 2.002 y más aún en el año 2.003 a aumentar la oferta de proyectos inmobiliarios.

⁵ Gridcon Consultores "El Portal Inmobiliario", "Cambios en la Fisonomía del Sector Inmobiliario", Edición # 11, Quito, Octubre 2.004

Este aumento se ha venido dando año tras año desde el 2.002 confirmando que el sector de la construcción tiene una dependencia directa con relación a variables externas como la estabilidad económica del país.

A causa de este aumento de proyectos inmobiliarios y el aumento de la competencia inmobiliaria, algunos promotores y constructores venden directamente sus casas y departamentos. Naturalmente, este es un factor que afecta directamente a todas las inmobiliarias y a todos los Corredores de Bienes Raíces formales e informales, pero como se verá en capítulos posteriores, son muy pocos los proyectos inmobiliarios que tienen su propio departamento de ventas.

Al momento de tener su propio departamento de ventas, los constructores y promotores ahorran costos, y existe una mayor competencia para las inmobiliarias. La desventaja que los constructores tienen es que se elimina la posibilidad de aprovechar economías de escala y aumentar la rotación de ventas.

Como se dijo, este es un punto en contra que tendría la inmobiliaria, pero en la mayoría de los casos no ha dado mayor resultado, ya que no son empresas especializadas en ventas y no cuentan con la experiencia necesaria para vender sus inmuebles, por lo tanto no se la ve como una gran amenaza para el futuro funcionamiento de "Aire y Tierra Inmobiliaria".

Otro factor muy importante que ha influenciado mucho al sector de la construcción, y por consecuencia a los demandantes y oferentes de proyectos inmobiliarios en general es el cambio que se ha dado en la forma de pensar y actuar de los ecuatorianos en general.

Los factores socioeconómicos, demográficos y sociales han producido cambios en la mentalidad de los compradores de viviendas, lo que ha conllevado a que se vean afectados muchos factores como el tamaño de la familia, las preferencias por ciertas necesidades internas de las viviendas en lo que se refiere a servicios y espacios, la preferencia en lugares específicos para vivir, los servicios que existentes en los proyectos y muchos otros factores que han venido cambiando y que han obligado a los promotores de proyectos inmobiliarios a solucionarlos y buscar la mejor forma de satisfacerlos.

Estos cambios que se han venido dando en general, no solamente han influenciado a los demandantes y oferentes de inmuebles y de proyectos inmobiliarios, sino que han influenciado a la sociedad en general.

Existen algunos aspectos en los que la sociedad en general ha cambiado, pero el impacto no es el mismo. En la construcción uno fácilmente puede ver la forma de pensar de las personas, por lo que los constructores y promotores tienen que siempre adelantarse a los que los demandantes busquen, para así concluir satisfactoriamente la venta de sus inmuebles.

Esto es una ventaja para "Aire y Tierra Inmobiliaria" porque, obviamente, es más fácil vender inmuebles que se asemejan a lo que los demandantes buscan actualmente. Lo que sí existirá es gran variedad de inmuebles a la venta, y en su mayoría contarán con los servicios que los compradores buscan y demandan, ya que como se dijo ahora la mayoría de promotores de proyectos inmobiliarios investigan a los compradores para poder satisfacer las necesidades de los mismos. Esta es la principal razón por la que la competencia para los constructores ahora es mucho mayor, y los demandantes tienen muchas opciones de donde escoger.

Un factor determinante e influyente que tienen en general los proyectos ubicados en el Valle de Cumbayá y Tumbaco es que el futuro comprador se sentirá en el campo y contará con mucho espacio verde, pero al mismo tiempo tendrá las facilidades que la ciudad ofrece.

Como se ha dicho anteriormente, en los últimos años se ha acrecentado rápidamente la migración habitacional entre y hacia los sectores aledaños a la ciudad de Quito, con preferencia hacia los 4 valles del Distrito Metropolitano de Quito, que son Los Chillos, Pomasqui, Calderón y Cumbayá - Tumbaco.

Las principales razones por las que ha sucedido esto son porque los demandantes de viviendas buscan una mejor calidad de vida, buscan vivir en casas unifamiliares y no en departamentos, buscan áreas verdes, buscan aire menos contaminado, buscan menos tráfico y muchos otros factores que influyen para que salgan a vivir a los valles.

Razones como estas son por las cuales ha existido una crecida muy grande en la oferta y demanda inmobiliaria en los valles, preferentemente Calderón y Los Chillos hace algunos años, y ahora la migración se ha extendido hacia los valles de Cumbayá, Tumbaco y Pomasqui.

Se sabe que el valle de Cumbayá y Tumbaco es un valle que todavía tiene espacios verdes para seguir creciendo y a parte de esto es un valle que ha tenido un gran desarrollo en el plano urbanístico y en el comercial, por estas y muchas otras razones que ya se las ha nombrado y se las irá explicando en futuros capítulos se cree que "Aire y Tierra Inmobiliaria" tendrá mucho éxito y su funcionamiento irá mejorando conforme vaya pasando el tiempo.

Con los cambios que se han dado estos últimos años no solamente aumentó la oferta y demanda de inmuebles, también aparecieron nuevos actores en el financiamiento hipotecario los que, unidos a los anteriores, han visto de este mercado una oportunidad de negocio.

A causa de la crisis financiera que tuvimos los ecuatorianos en año 1999, las entidades se han ido fortaleciendo para entregar créditos hipotecarios, y han dado mayores facilidades a los prestatarios. La mayoría de ellas han aumentado los plazos de créditos hipotecarios, han disminuido la tasa de interés, se aprueban créditos hipotecarios a viviendas por construirse, a viviendas nuevas ya construidas, a viviendas usadas, a terrenos, a oficinas, lo que ha conllevado a que exista mayor competencia en dichas entidades y a

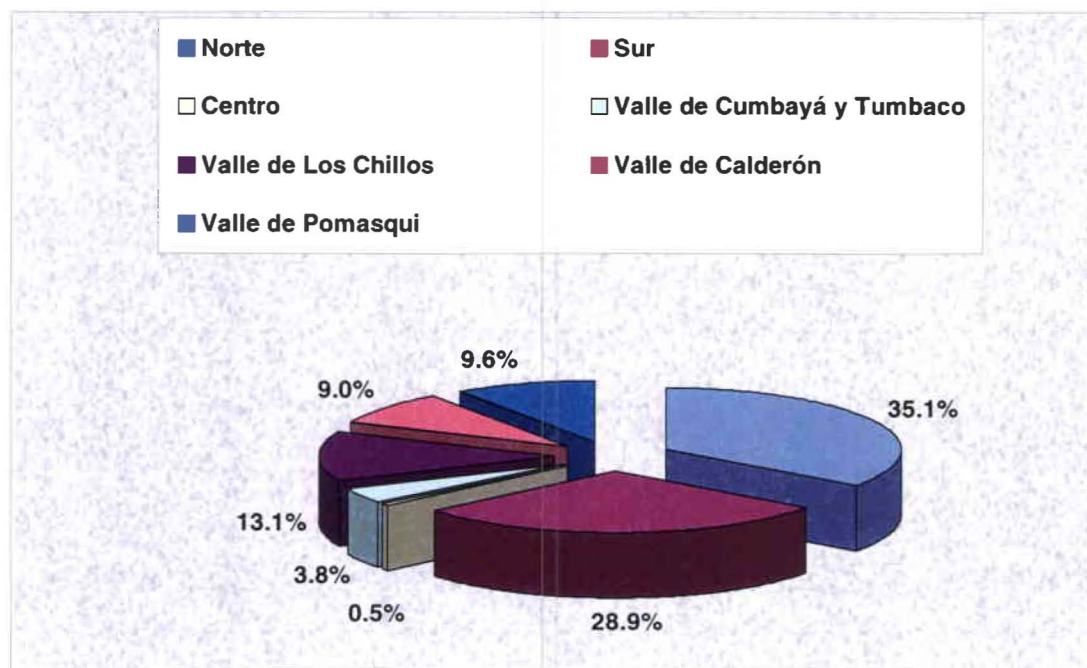
que aumente la oferta y demanda de créditos hipotecarios, por las facilidades que ellos han tenido que incrementar para que su negocio de resultado.

A continuación se podrá ver un cuadro en el cuál se analiza los porcentajes la oferta inmobiliaria que existe en el Distrito Metropolitano de Quito dividido por sectores.

Distribución porcentual de la oferta de unidades disponibles

Quito y Los Valles (Año 2.004)⁶

Gráfico 1.2



Fuente: El Portal Inmobiliario, Mayo 2.005

⁶ Gridcon Consultores "El Portal Inmobiliario", "Impacto del crecimiento de las zonas en la ciudad de Quito", Edición # 14, Quito, Mayo 2.005

Al analizar el comportamiento de la oferta inmobiliaria disponible para los años 2003 y 2004, se sabe que esta tiene un crecimiento anual total del 34,66%⁷ del número de casas y departamentos disponibles que son ofertadas en toda la ciudad de Quito y Los Valles.

Como se puede ver en el cuadro anterior, en el año 2004 como en años anteriores, el Norte y Sur de la capital representan el mayor porcentaje de oferta inmobiliaria.

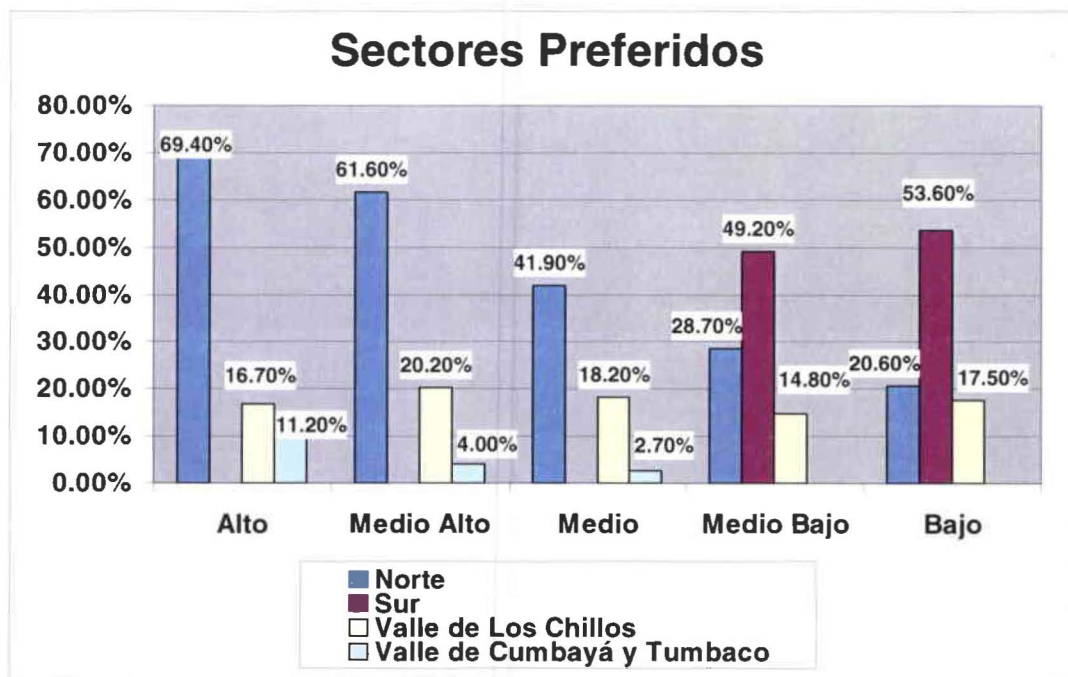
Analizando el porcentaje del total de oferta inmobiliaria que representa el Valle de Cumbayá y Tumbaco con tan solo un 3,8% se puede pensar que la oferta inmobiliaria es muy baja, y que crear una empresa inmobiliaria no representa negocio actualmente en dicho sector.

Pero al saber que es un segmento que se encuentra desatendido como se analizará conforme avanza esta investigación, se entenderá que es un mercado muy provechoso y que irá creciendo año tras año, especialmente en los niveles socio económicos Alto y Medio Alto como se puede analizar en el cuadro que se ve a continuación.

⁷ Gridcon Consultores, (Siid) "Sistema de inteligencia de mercado para el sector inmobiliario y de la construcción en el Ecuador" "El Portal Inmobiliario", Edición # 14, Quito, Mayo 2.005

**Distribución porcentual de la oferta de unidades disponibles
en la Ciudad de Quito y Los Valles por niveles socio económicos
(Año 2.004)⁸**

Gráfico 1.3



Fuente: El Portal Inmobiliario, Octubre 2006

Al analizar este cuadro se puede ver que el Norte de la ciudad representa el mayor porcentaje en lo que se refiere a demanda de viviendas en los segmentos alto, medio alto y medio, y el Sur en los segmentos medio bajo y bajo.

⁸ Gridcon Consultores "El Portal Inmobiliario", "Cambios en la Fisonomía del Sector Inmobiliario", Edición # 11, Quito, Octubre 2.004

Al mismo tiempo, se puede decir que el Valle de Cumbayá y Tumbaco abarca un porcentaje considerable de oferta de inmuebles especialmente en los niveles socio económicos alto y medio alto.

El tipo de proyectos e inmuebles destinados para los niveles socio económicos alto y medio alto son inmuebles ubicados en sectores exclusivos dentro del valle de Cumbayá y Tumbaco, con terrenos grandes, acabados de muy buena calidad, con extensos espacios verdes en sus alrededores, altos precios y muchas otras características que hacen que el inmueble sea destinado a este nivel socio económico, aparte de que tienen que estar ubicados en un lugar o valle exclusivo como es Tumbaco y Cumbayá.

Si el mercado inmobiliario en Cumbayá y Tumbaco sigue el mismo rumbo que estos últimos años, se sabe que la oferta y la demanda de bienes inmuebles seguirá aumentando.

CAPÍTULO II

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1 CONCEPTOS

Misión

Es la razón de ser de la organización, es la finalidad para la cual ha sido creada la organización. Especifica el rol funcional que la organización va a tener e indica claramente el alcance y dirección de sus actividades⁹.

Visión

Es la descripción de como se vería la institución si se llevan a cabo con éxito sus estrategias de desarrollo y alcanza su mayor potencial. Describe un escenario altamente deseado por la dirección general de una organización que permita tener una claridad sobre lo que se quiere hacer y a dónde se quiere llegar en una organización.¹⁰

⁹ www.mef.gob.pe/dnpp/glosario.htm

¹⁰ www.policia.gov.co/inicio/portal/portal.nsf/paginas/GlosarioInstitucional

Valores

Son los cimientos de la organización que generalmente son permanentes.

Objetivos

Metas o logros que se pretenden conseguir en una empresa. El cumplimiento o no de los mismos sirve para valorar el rendimiento que la empresa ha alcanzado.

Estrategias

Son un conjunto de actividades definidas por los ejecutivos de la organización con el fin de facilitar al máximo el cumplimiento de las metas y de los objetivos acordados.

2.2 APLICACIÓN DEL DESARROLLO ESTRATÉGICO AL PROYECTO AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA

MISIÓN

“Ser la mejor empresa intermediaria de venta y arriendo de bienes inmuebles, para lo cual prestamos a nuestros clientes un servicio personalizado y de calidad, que satisfaga sus necesidades y expectativas, contribuyendo así con el desarrollo económico del país, y, especialmente, del sector de la construcción.

VISIÓN

"En no mas de tres años, consolidar una posición dentro de las 3 mejores y más conocidas inmobiliarias que prestan sus servicios en Cumbayá y Tumbaco".

2.3 VALORES CORPORATIVOS

Honestidad:

Manejarse siempre con honestidad, ser una inmobiliaria que se haga conocer por el servicio ofrecido y no por sus defectos y negociaciones deshonestas. Dar a conocer, al posible cliente, todos los puntos de vista relativos a los inmuebles, sean a favor o en contra, para así no tener problemas en el futuro.

Cobrar comisiones justas:

Cobrar siempre las comisiones legales y acordes al servicio realizado. Nunca se tratará de aprovechar de la falta de información de algunos futuros clientes para recibir una comisión mayor a la legalmente aplicable.

Puntualidad:

El buen servicio que ofrecerá Aire y Tierra tiene que empezar con la puntualidad. El personal de la Inmobiliaria siempre programará sus reuniones con anticipación, para así ser siempre puntuales en sus compromisos.

Respeto

Para recibir respeto se tiene que respetar, por lo tanto todos los colaboradores de Aire y Tierra respetarán y tratarán de la mejor forma posible a los clientes, que son la base del éxito.

2.4 OBJETIVOS**Objetivo General**

Captar, en el primer año, el 5% del mercado de venta y arriendo de bienes raíces en los valles de Cumbayá y Tumbaco, con el objetivo de llegar a un 8% en un período de tres años.

Objetivos específicos

- Determinar las necesidades, gustos y preferencias de los clientes que utilizarán los servicios de la Inmobiliaria
- Demostrar la factibilidad económica – financiera del proyecto
- Encontrar características distintivas que permitan establecer una diferenciación frente a los competidores actuales

2.5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA

Análisis de las 5 fuerzas de Porter de la Industria inmobiliaria en los Valles

Cuadro 2.1

Fuente: Autor. Elaboración: Autor

<p>Los proveedores en el campo de intermediación inmobiliaria son los clientes que quieren vender o arrendar sus inmuebles. En este caso específico, los promotores y dueños de inmuebles</p>	<p>Los nuevos competidores ingresan constantemente en el mercado inmobiliario, especialmente los Corredores de Bienes Raíces Informales.</p>	<p>Los clientes a los que prestará servicios Aire y Tierra inmobiliaria serán de un nivel socio económico alto, medio alto y medio, siendo la gran mayoría los del nivel socio económico medio alto.</p>
	<p>Los dos principales actuales competidores de Aire y Tierra Inmobiliaria son Proinmobiliaria e inmobiliaria La Coruña, siendo la primera la más peligrosa. De igual manera existe actualmente la competencia de Corredores de Bienes raíces, principalmente los informales.</p>	
	<p>Existen dos principales productos sustitutos a los intermediarios inmobiliarios. Estos son un departamento propio de ventas de los constructores, y la utilización del internet como una herramienta de ventas, no para publicitar el inmueble, sino para cerrar las negociaciones.</p>	

2.6 ANÁLISIS PEST

Factores Políticos: Los factores políticos definitivamente afectan al sector inmobiliario. La incertidumbre y malas decisiones políticas conllevan a que disminuya la inversión y se intermedien menos inmuebles que de costumbre. Por ejemplo, en época de elecciones, existe una gran incertidumbre sobre quién será elegido presidente, que tal presidente será, que medidas tomará cuando obtenga el mando, en fin, muchos factores que hacen que la inversión definitivamente disminuya.

Factores económicos: Los factores económicos son inclusive más determinantes que los factores políticos, en lo que se refiere al sector inmobiliario. Las inversiones dependen de la estabilidad económica del país. Si económicamente el país no está bien, los promotores no invierten en proyectos inmobiliarios, los compradores no invierten en viviendas y, por consecuencia, la intermediación de inmuebles disminuye. Un ejemplo de esto es la salida de la Oxy del país. Por el hecho de la salida de la Oxy, los precios de las casas de arriendo en el sector de Tumbaco y Cumbayá disminuyeron.

Factores sociales: El futuro crecimiento de Aire y Tierra Inmobiliaria y de los promotores y constructores que promoverán sus proyectos en Cumbayá y Tumbaco dependerán, en principio, exclusivamente de los niveles socio económicos alto, medio alto y medio. Los clientes de estos niveles socio económicos serán los que comprarán o arrendarán inmuebles en el sector. De esta manera, es claro que los factores sociales definitivamente afectan al sector inmobiliario.

Factores tecnológicos: Los factores tecnológicos son extremadamente importantes para que un negocio de intermediación inmobiliaria funciones. Pero, a diferencia de los factores anteriores, estos ayudan a publicitar inmuebles, ayudan a crear un interés por parte de los futuros clientes, pero no influyen en el cierre de la negociación del inmueble. En base al internet, a las fotos digitales, a las páginas web, a los videos, lo que se consigue es hacer que el cliente se interese por algún inmueble. Pero casi nunca el cliente lo compra sin haberlo visto primero. De esta manera, los factores tecnológicos cumplen un rol importantísimo en la publicidad, pero no en el cierre de las negociaciones inmobiliarias.

El internet, especialmente, facilita y agiliza los trámites que se realizan cuando ya se ha cerrado la venta o el arriendo del inmueble, pero los factores tecnológicos no realizan el cierre de la negociación.

Definición de la fuente de ventaja competitiva

Aire y Tierra conseguirá su ventaja competitiva utilizando una estrategia de diferenciación enfocada en los niveles socio económicos alto, medio alto y medio.

El éxito de Aire y Tierra se dará por diferenciarse de la competencia, especialmente, en el servicio ofrecido.

Con el propósito de ir mejorando constantemente el servicio dentro de Aire y Tierra Inmobiliaria, se capacitará mensualmente al recurso humano para así mantener siempre personal eficiente en la empresa.

2.7 ANÁLISIS FODA AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA

FORTALEZAS

- Contar con una oficina ubicada estratégicamente en la Vía Interoceánica, específicamente, entre Cumbayá y Tumbaco
- Contar con personal experimentado en intermediación inmobiliaria
- Capacitación constante del personal
- Tener contacto con constructores de proyectos inmobiliarios en la zona

OPORTUNIDADES

- La construcción del nuevo aeropuerto para el Distrito Metropolitano de Quito.
- La construcción, ya sea de la autopista con destino final al nuevo aeropuerto, o la construcción de carreteras secundarias que sirvan como desahogo de tráfico en el Valle de Tumbaco.

- El alto crecimiento urbanístico y comercial del Valle de Cumbayá y Tumbaco.
- Futuro crecimiento de pueblos y parroquias cercanas al nuevo aeropuerto de Distrito Metropolitano de Quito.
- Amplias zonas verdes en el sector que se pueden destinar para futuros proyectos inmobiliarios

DEBILIDADES

- Ser una empresa nueva en el medio
- No contar con experiencia de negocio demostrable

AMENAZAS

- El crecimiento en el mercado inmobiliario que ha tenido la empresa Proinmobiliaria en estos últimos años
- Crecimiento constante de Corredores de Bienes Raíces informales
- Propietarios que intermedian sus inmuebles sin la utilización de Corredores de Bienes raíces o inmobiliarias
- Promotores y constructores de proyectos inmobiliarios que utilizan solamente departamento de ventas propio para intermediar sus inmuebles.

2.8 MATRIZ DE LAS AMENAZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y FORTALEZAS

La matriz FODA es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA).

Las estrategias FO utilizan las fortalezas de una empresa para aprovechar las oportunidades. Las estrategias DO mejoran las debilidades al aprovechar las oportunidades. Las estrategias FA usan las fortalezas de una empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas. Las estrategias DA son tácticas defensivas que tienen como objeto reducir las debilidades y evitar o, al menos, minimizar los efectos de las amenazas.

Se han definido los factores críticos de éxito internos como externos del análisis FODA realizado. Estos factores se utilizarán para crear las estrategias más adecuadas a la situación actual de la organización.

<p>Cuadro 2.2</p> <p>Matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas</p> <p>Fuente: Autor Elaboración: Autor</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con una oficina ubicada estratégicamente en la vía interoceánica, específicamente entre Cumbayá y Tumbaco 2. Contar con personal experimentado en intermediación inmobiliaria 3. Capacitación constante del personal 4. Tener contacto con constructores de proyectos inmobiliarios en la zona 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ser una empresa nueva en el medio 2. No contar con experiencia de negocio demostrable
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La construcción del nuevo aeropuerto del Distrito Metropolitano de Quito 2. El alto crecimiento urbanístico y comercial del valle de Cumbayá y Tumbaco 3. Futuro crecimiento de pueblos y parroquias cercanos al nuevo aeropuerto del Distrito Metropolitano de Quito 4. Amplias zonas verdes en el sector que se pueden destinar para futuros proyectos inmobiliarios 	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar el cierre de negociaciones de inmuebles (F1, O1) 2. Anticipar cuales serán los sectores que tendrán mayor crecimiento (F2, O2, O3) 3. Enseñar anticipadamente terrenos disponibles (F3, F4, O4) 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Invertir en capacitación constante al personal (D1, D2, O4) 2. Establecer buenas relaciones con promotores de proyectos inmobiliarios (D1, O1, O2, O3, O4)
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El crecimiento inmobiliario que ha tenido la empresa Proinmobiliaria en estos últimos años 2. Crecimiento constante de Corredores de Bienes Raíces Informales 3. Propietarios que intermedian sus inmuebles sin la utilización de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias 4. Promotores y constructores de proyectos inmobiliarios que utilizan solamente departamento de ventas propio para intermediar sus inmuebles. 	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecer rápidamente enfocándonos solamente en Cumbayá y Tumbaco, en un principio (F1, A1, A2) 2. Consolidar en un corto plazo a Aire y Tierra Inmobiliaria como una de las empresas líderes en intermediación inmobiliaria (F2, F3, A3, A4) 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigar la posibilidad de nuevos mercados (A1, A2, D1) 2. Firmar contratos de exclusividad y cerrar las negociaciones (D2, A3, A4)

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

3.1 NATURALEZA Y CONTENIDO DEL NEGOCIO

Luego de haber tomado en cuenta aspectos como el tipo de empresa que se quiere tener, la ubicación de la empresa que se tratará de formar, el estilo de vida que se quiere llevar y el desarrollo personal que se quiere construir en el futuro dentro del campo profesional, se llegó a la siguiente conclusión:

El negocio que se tratará de formar será uno en el que se conozca el entorno, esto es, estar vinculado en un campo en el que se esté familiarizado y, sobre todo, en un campo en el que uno se sienta a gusto con lo que esté haciendo.

Por estas razones se ha escogido realizar un proyecto que involucra al sector de la construcción para enfocarse principalmente en los valles de Cumbayá y Tumbaco, que es un sector en donde el desarrollo urbanístico y comercial es ya muy amplio y va cada día ascendiendo más y más.

Luego de realizar pequeñas investigaciones de mercado para analizar cuál sería el proyecto mas apropiado dentro del campo de la construcción y dentro de los valles antes mencionados, se llegó a la conclusión de que el proyecto que se quiere proponer es crear una inmobiliaria que llevará el nombre de Aire y Tierra inmobiliaria. Se sabe que dicho nombre no tiene ninguna empresa en el Ecuador, ya que se hicieron averiguaciones con abogados y se verificó en la

Superintendencia de Compañías para poder constituir la, por lo que en un futuro se constituirá la empresa inmobiliaria que llevará el nombre antes anunciado.

El servicio que ofrecerá la inmobiliaria es mediar y asesorar a los comitentes para establecer enlace entre la oferta y la demanda de bienes y servicios inmobiliarios, con el fin y objetivo final de ayudar al cierre o conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias.

Comitentes es el término inmobiliario de clientes o usuarios del servicio.

Los clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria, ya sean estos vendedores o compradores, llevarán el nombre de comitentes.

Aire y Tierra Inmobiliaria será un medio que colabore con la persona que desee realizar una transacción inmobiliaria, ya sea demandando u ofertando.

El objetivo de Aire y Tierra será encontrar los interesados que quieran participar en estas transacciones, y encontrar el inmueble en el cuál participen los dos interesados. El uno comprando y el otro vendiendo.

No siempre las personas que deseen vender o arrendar inmuebles pueden contar con los recursos precisos y adecuados para encontrar un comprador para su inmueble, y por otro lado no siempre el que quiere comprar o arrendar algún inmueble, encuentra por sí solo lo que él necesita.

Para eso estará Aire y Tierra Inmobiliaria. El propósito será establecer este enlace y ayudar al cierre de las transacciones.

Los autores argentinos Leo Gómez y Fernández afirman lo siguiente en su Tratado de Derecho Argentino:¹¹

“Los Corredores ahorran tiempo y esfuerzo con su labor de intermediación, por lo cual tienen derecho a cobrar una retribución. Los corredores no concluyen los contratos que interesan a sus clientes, sino que se limitan a promoverlos o facilitarlos”.

Como dice claramente la aseveración anterior, el objetivo de los Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias es dejarles todo prácticamente listo al comprador y al vendedor. El objetivo es ayudar y facilitar los cierres de negociaciones porque al final los encargados de cerrar las negociaciones y firmar los contratos serán el comprador y el vendedor, o el arrendatario y el arrendador.

En un comienzo “Aire y Tierra Inmobiliaria” solamente se enfocará en la intermediación de bienes inmuebles para la venta o arriendo, pero no solamente se enfocará en la intermediación para la venta o arriendo de proyectos inmobiliarios nuevos, sino también casas particulares nuevas y usadas, departamentos nuevos y usados, locales comerciales nuevos y usados, terrenos, quintas nuevas y usadas, pequeñas haciendas y todas las

¹¹ “Avalúos Inmobiliarios desde la perspectiva de la correduría de Bienes Raíces”, Dr Faryd Tapia Aguirre, “Tratado de Derecho Argentino”, Artículo de Leo Gómez y Fernandez

opciones que se pueden llegar a concretar en un sector en el que existe gran crecimiento como antes se dijo y, lo más importante, que tiene espacios verdes hacia donde crecer y en donde se pueden destinar diversas opciones de futuras propiedades o futuros proyectos inmobiliarios.

Aire y Tierra Inmobiliaria se enfocará en un comienzo, principalmente en Cumbayá y Tumbaco, pero con proyecciones de seguir creciendo en un futuro hacia los pueblos de Puenbo, Pifo, Yaruquí, Checa, Quinche y demás sectores aledaños. Sin descartar la Ciudad de Quito.

Una razón principal por la que se sabe que la oferta y demanda de bienes inmuebles seguirá creciendo hacia dichos sectores es la construcción del nuevo Aeropuerto del Distrito Metropolitano que, según las proyecciones, estará listo aproximadamente en el año 2.010, y que tendrá, o una carretera cuya trayectoria estaría en los alrededores, y en algunos casos atravesaría a los pueblos antes mencionados, o como segunda opción se construirán carreteras que sirvan como desahogo, especialmente de la parroquia de Tumbaco.

Estas carreteras harán seguramente que en un principio se busquen terrenos para crear negocios que irán a lo largo de toda la trayectoria de las mismas. De esta forma la búsqueda de terrenos que se puedan destinar para futuros proyectos o negocios inmobiliarios por parte de futuros clientes no es en un futuro muy lejano, es a corto plazo, por lo que buscar dichos terrenos para después intermediar la venta o arriendo de los mismos estaría dentro de los

primeros objetivos de la empresa y, en el mediano plazo, dedicarse a la intermediación para la venta o arriendo de los proyectos inmobiliarios realizados en dichos lotes que actualmente se encuentran vacíos.

Actualmente, la oferta y demanda de terrenos en Puembo ha aumentado considerablemente, especialmente porque la gente ve esta proyección a futuro y busca terrenos para construir sus casas sabiendo que gracias a la futura carretera no se encontrarán tan alejados de la ciudad de Quito y contarán a una distancia muy cercana con servicios básicos y necesarios como Supermaxi, Hospital, Fybeca, Centros Comerciales y muchos otros servicios esenciales para la vida diaria, por lo que en muy pocas ocasiones se tendrá que viajar a la ciudad de Quito.

En Puembo también existe, actualmente, gran oferta y demanda de quintas para fines de semana, por lo que Aire y Tierra Inmobiliaria, de igual manera, se enfocará en un corto plazo al sector de Puembo.

3.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Para explicar, de una manera más clara el servicio que se ofrecerá en Aire y Tierra Inmobiliaria, se puede empezar por decir que por el mismo hecho de que el Valle de Tumbaco y Cumbayá es un valle en crecimiento, existen al momento gran cantidad de inmuebles destinados al arriendo o a la venta y al mismo tiempo existe al momento gran cantidad de interesados en comprar o

arrendar inmuebles en el sector. Esto quiere decir que actualmente existe oferta y demanda equilibrada de proyectos inmobiliarios e inmuebles en el sector, como se podrá confirmar en próximos capítulos.

El primer objetivo de la Inmobiliaria es consignar dichos inmuebles o proyectos inmobiliarios. Luego de haberlos conocido, analizado los pros y los contras de dichos inmuebles el objetivo es comercializarlos, encontrar los interesados, que serán también clientes de la inmobiliaria, y cerrar las negociaciones y transacciones inmobiliarias entre los interesados en adquirir inmuebles para comprar o arrendar, y los promotores o dueños de proyectos que estén vendiendo o arrendando inmuebles de la manera más rápida y eficaz posible.

Lo ideal sería que siempre estos dos personajes sean clientes de la Inmobiliaria, pero esto no siempre es posible como se verá mas adelante.

Si no se logra que comprador y vendedor sean clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria en alguna negociación, por lo menos uno de ellos tendrá que ser cliente de Aire y Tierra, para de esta manera recibir por lo menos el 50% de los honorarios.

Para que se pueda entender claramente los términos inmobiliarios para futuras explicaciones, consignar es una palabra del vocabulario inmobiliario y significa convencer al cliente que la empresa inmobiliaria sea la encargada, o una de las encargadas de vender o arrendar su inmueble, dependiendo de cual sea el caso. Obviamente para esto la Inmobiliaria o el Corredor de Bienes Raíces

debe conocer a fondo todas las características del inmueble, con todos sus detalles, sus puntos a favor y sus puntos en contra.

Luego de esto debe existir un acuerdo entre el cliente que está vendiendo o arrendando su, o sus inmuebles y la Inmobiliaria en el valor de la comisión o los honorarios que la inmobiliaria va a recibir y que el cliente va a pagar por la intermediación y el cierre de la negociación de dicho inmueble. Después de llegar a un acuerdo entre Inmobiliaria y dueño del inmueble, el siguiente paso es empezar a comercializar el inmueble, encontrar a algún interesado y cerrar la negociación en el menor tiempo posible.

En la gran mayoría de veces no necesariamente la empresa inmobiliaria o el Corredor de Bienes Raíces es el único que ha consignado dicho inmueble.

Esta es una de las razones por las que Aire y Tierra Inmobiliaria tendrá que diferenciarse de las demás Inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces, esto por la competencia que existe en el sector, especialmente por la cantidad de Corredores de Bienes raíces Informales.

Estas Corredoras son generalmente mujeres, en su mayoría amas de casa, que viven en el sector de Tumbaco o Cumbayá y que no tienen muy ocupado su tiempo, por lo que ven dicho negocio como una oportunidad de pasar el tiempo y ganar algo de dinero. La ventaja que tiene la Inmobiliaria con respecto a dichas Corredoras de Bienes Raíces informales es que ellas no cuentan con la capacitación y los estudios realizados para intermediar inmuebles, y

principalmente que no cuentan con el respaldo de una empresa constituida que se dedique específicamente a intermediar y comercializar inmuebles, además de no tomar en cuenta su trabajo y en su gran mayoría dar un pésimo servicio a sus clientes.

En el campo inmobiliario, definitivamente son muy importantes los contactos, especialmente al inicio, por dicha razón no hay que descartar que dichos Corredores informales podrán ser una amenaza para Aire y Tierra Inmobiliaria, ya que se puede dar el caso que algunas señoras, por el hecho de contar con buenos contactos, satisfagan las necesidades de los vendedores o de los compradores y, en ese caso, serían ya competencia directa y peligrosa.

Al momento, no existe un seguimiento de este tema por parte de las autoridades, pero se sabe que se están analizando formas de acabar con los Corredores de Bienes Raíces informales en el futuro. Una de estas opciones es por medio del Servicio de Rentas Internas, ya que ninguna de ellas utiliza factura.

En el caso de que la Inmobiliaria sea la única empresa o existiera un único Corredor de Bienes Raíces comercializando un inmueble porque así lo quisiera el dueño del mismo, dicho inmueble se estuviera comercializando en base a un contrato de exclusividad, que naturalmente es lo óptimo, pero es difícil lograrlo en un comienzo, y con el tiempo y trabajo se espera que Aire y Tierra Inmobiliaria logre firmar muchos contratos de exclusividad.

Al momento de firmar un contrato y ponerse de acuerdo en ayudar a vender o a arrendar el inmueble de un cliente en base a un contrato de exclusividad, significa que la única autorizada por parte del dueño en vender o arrendar el inmueble sería La Inmobiliaria.

Normalmente, cuando se firma un contrato de exclusividad, este tiene una vigencia en lo que se refiere al tiempo, esto significa que la Inmobiliaria contará con cierta cantidad de meses para llegar al cierre de la negociación, ya sea esta la venta o arriendo del inmueble.

En el caso de que el inmueble no se haya negociado en el tiempo acordado en un principio, existe la opción de volver a firmar el contrato con la misma, u otra vigencia de tiempo, o en su defecto finiquitar el contrato.

Un punto en contra que tienen los Corredores de Bienes Raíces y las Inmobiliarias es que son muy pocas las ocasiones en las que los clientes que venden o arriendan sus inmuebles se encuentran dispuestos a firmar un contrato de venta o arrendamiento, se debería hacerlo siempre, pero los clientes no están acostumbrados a eso y prefieren no trabajar con contrato y buscar otros medios, otros Corredores de Bienes Raíces u otras empresas con las que no se tenga que firmar contrato.

De igual manera con el tiempo se tratará de que Aire y Tierra Inmobiliaria obligue siempre a sus clientes a firmar contratos de venta o arrendamiento, para así en el caso de que exista algún problema, estar siempre respaldados

legalmente por La Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha ya que, sin un contrato firmado la Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha, no puede hacer nada al respecto; inclusive, si el Corredor de Bienes Raíces es formal o la Inmobiliaria es inscrita y constituida legalmente.

El principal problema que se puede dar si no se firma un contrato, es que el cliente vendedor no pague a la Inmobiliaria los honorarios por el trabajo realizado. Sin un contrato firmado no hay nada que se pueda hacer para que el cliente vendedor pague dichos honorarios.

Aire y Tierra Inmobiliaria será una empresa precavida, por lo tanto todo el personal de la empresa tendrá siempre que llevar un contrato a la mano y tratará de hacer costumbre a los futuros clientes que con Aire y Tierra Inmobiliaria siempre se tendrá que firmar un contrato, ya sea para la venta o para el arriendo de los inmuebles.

El hecho de que los clientes no firmen los contratos no significa que se va a estafar a Aire y Tierra y que los clientes vendedores no van a pagar los honorarios que la Inmobiliaria se merece por el trabajo efectuado, pero mucha gente tiene miedo o no están acostumbrados al compromiso de firmar un contrato de arrendamiento o de venta ya sea con una Inmobiliaria o con un Corredor de Bienes Raíces formal, y eso necesariamente tiene que cambiar.

Este es uno de los propósitos a corto plazo que tendrá la Inmobiliaria, ya que al firmar contratos la Inmobiliaria demuestra seriedad y formalidad en el trabajo.

Se tiene que saber que es más fácil para una Inmobiliaria hacer firmar estos contratos, ya que los clientes sienten que están llegando a acuerdos con empresas serias, a diferencia de hacerlo solamente con Corredores de Bienes Raíces, por esta razón se cree que será más fácil para Aire y Tierra firmar siempre dichos contratos.

En muy pocas ocasiones ha existido estafas de que los clientes que venden o arriendan inmuebles no pagan los honorarios, pero en la gran mayoría los estafados son los Corredores de Bienes Raíces informales, obviamente porque es mucho más fácil, o se piensa que es mucho más fácil estafar o dejar de pagar honorarios a un Corredor de Bienes Raíces informal que a una Inmobiliaria, ya que se piensa que siempre una empresa se encuentra respaldada, creo que en ese sentido Aire y Tierra Inmobiliaria tiene un punto a su favor, pero como se dijo antes, lo ideal sería firmar siempre contratos, ya sean de venta o arrendamiento. Dichos contratos se firman siempre al momento que se consignan los inmuebles.

Se cree que la mejor manera de cambiar este pensamiento es sacando del mercado a todos los Corredores de Bienes Raíces informales ya que, lógicamente, ninguno de ellos trabaja con contratos. Esto ayudará a que los futuros clientes se den cuenta que están trabajando con empresas serias o con Corredores de Bienes Raíces formales que toman en serio su profesión y su trabajo.

El porcentaje de comisión u honorarios que las inmobiliarias o los Corredores de Bienes Raíces reciben es siempre, o casi siempre el mismo, y no es el mismo porcentaje que impone la ley como se verá mas adelante.

Los honorarios que deberían recibir las Inmobiliarias y Corredores de Bienes Raíces formales están descritos en el Reglamento a la ley de Corredores de Bienes Raíces y a continuación se los detallará:¹²

Los Artículos determinados por el ministerio de Industria, Comercio e integración dicen:

Art. 1 Por honorarios en las ventas de Bienes Raíces se pagarán

- a) Para el perímetro Urbano 6%
- b) Para el perímetro Rural 8%

Art. 2 Por arrendamiento se pagará una comisión igual al 100% del canon Correspondiente al primer mes de arrendamiento.,

Art. 3 Por comisión en los contratos de anticresis, se pagará el 10% de la cuantía.

El contrato de anticresis es un contrato donde intervienen un deudor, que es el dueño del inmueble y un acreedor, que es la persona que paga una sola cuota inicial para vivir en el sitio.

¹² "Reglamento de la ley de Corredores de Bienes Raíces" Registro Oficial No 757 publicado en Quito, "Escala de honorarios para los Corredores de Bienes Raíces", Artículos 1, 2 y 3, 04 de Octubre de 1985

El deudor debe entregar el inmueble con un inventario exacto de las condiciones, estado y servicios con los que cuenta su propiedad, para justificar exactamente la forma en que debe devolverse el inmueble entregado en anticresis. En la firma del contrato se debe puntualizar claramente cuáles son los plazos, fecha de terminación y formas de devolver el dinero y el inmueble.

Se piensa que Aire y Tierra Inmobiliaria no intermediará contratos de anticresis ya que estos no se dan con frecuencia, pero en todo caso, lo importante si se da alguna intermediación de este tipo, sería asesorarse legalmente y asesorar a los clientes con un abogado.

Esto dicen los artículos determinados por el ministerio de Industria, Comercio e Integración, pero en lo que se refiere a ventas de inmuebles casi nunca se negocia por el valor que dice la ley, y en la mayoría de las veces se firma el contrato o se habla de palabra, como se dijo anteriormente, que el porcentaje a recibir será del 4% sobre el valor en que se llega a vender el inmueble.

En algunas ocasiones, los clientes que están vendiendo su inmueble pelean por pagar un porcentaje menor al 4%.

Aire y Tierra Inmobiliaria como regla no cobrará menos del 3% a dichos clientes, y siempre se peleará por cobrar el 4%.

Habrán ocasiones en las cuales no lleguen a un acuerdo el comprador y el vendedor en alguna venta de algún inmueble por muy poco margen, en esos casos si se puede ayudar a la negociación en base a bajarse un poco los honorarios y se reciba un porcentaje menor, con el objeto de llegar al cierre de

la negociación se accederá a esto, pero esto dependerá de como esté yendo la negociación.

Es muy difícil que se pague a un Corredor de Bienes Raíces o a una Inmobiliaria más del 4% por sus servicios, pero existen casos aislados en los que se llega a pagar hasta un 5 o 6%, y generalmente estos se dan por la intermediación de la venta de haciendas o inmuebles que se encuentren ubicados lejos de la Ciudad de Quito, y que por obvias razones se tendrá que incidir en gastos adicionales como por ejemplo gasolina. En un principio Aire y Tierra no estará enfocado a intermediar estos bienes inmuebles, pero se puede dar el caso, y el personal de Aire y Tierra tendrá que estar preparado a dar un buen servicio de igual manera.

En lo que se refiere al valor que se paga por comisiones de arrendamiento, este es siempre el 100% del canon del primer mes de arrendamiento. En este caso si se respeta lo que dice el Artículo 2 determinado por el ministerio de Industria, Comercio e integración.

El valor que se pide por el arriendo o la venta de un inmueble es muy distinto al valor en que realmente se vende o realmente se arrienda el inmueble, ya que como ecuatorianos que somos, estamos acostumbrados siempre a regatear el precio, por lo tanto casi en la totalidad de las veces los propietarios de inmuebles piden más de lo que cuesta, o más de lo que en realidad pretenden vender o arrendar el mismo.

Piden más porque saben que los compradores van a regatear el precio, de esta manera siempre tienen un margen para bajar el precio del inmueble.

Por esta razón, es casi imposible que un inmueble se venda o se arriende a un precio mayor del que se empezó a promocionar, siempre es un precio menor al que inicialmente se promocionó.

La Inmobiliaria o el Corredor de Bienes raíces siempre recibe un porcentaje del precio que se negoció el Inmueble no del precio que se empezó a pedir por el inmueble.

En el caso de una venta, se recibe un porcentaje del precio que se vendió y en el caso de un arriendo, se recibe el primer canon de arriendo del precio que se arrendó.

Aire y Tierra inmobiliaria se diferenciará de las demás inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces existentes en el sector en la mayor cantidad de aspectos posibles, pero principalmente en el trato y la atención al cliente, obviamente tratando siempre de cumplir satisfactoriamente con el principal objetivo de la Inmobiliaria y del cliente que es cerrar las negociaciones inmobiliarias.

Esto quiere decir vender o arrendar el inmueble en el menor tiempo posible por el lado de los clientes que quieren negociar sus inmuebles, y encontrar el inmueble indicado, con el precio y características que el cliente busque, para

que este se sienta 100% satisfecho con el inmueble que ha negociado por el lado de los clientes que estén interesados en encontrar ya sea casa, departamento, oficina, quinta, terreno o hacienda.

Para Aire y Tierra Inmobiliaria el objetivo principal será que el cliente se sienta satisfecho con el trabajo realizado por la Inmobiliaria. En primera instancia dando un trato excelente a los clientes, en segunda instancia cerrando las negociaciones, y en tercera instancia realizando un servicio post venta.

El servicio post venta consiste en hacer un seguimiento de los clientes que ya hayan cerrado la negociación.

El servicio consiste en llamar a los clientes para ver si están a gusto con el inmueble que han adquirido y ver si necesitan algo, especialmente porque generalmente la Inmobiliaria recibe los honorarios al momento de firmar la promesa de compraventa y no al momento que se firma la escritura de compraventa. La mayoría de veces queda un saldo a pagarse al momento de firmar la escritura, y la Inmobiliaria tiene siempre que estar pendiente que todo haya salido bien y que los clientes se sientan satisfechos con la compra, la venta y el servicio que han obtenido.

Además de dar un buen servicio a los clientes, muchas veces este cliente puede recomendar a la Inmobiliaria a amigos o familiares que también estén dispuestos a adquirir o vender inmuebles.

De esta manera por cualquiera de las dos razones siempre es bueno realizar un servicio post venta a los clientes.

Se puede pensar que es difícil que un cliente se sienta satisfecho con el trabajo realizado por una inmobiliaria en el caso de que ésta no haya podido vender su inmueble o si no se pudo encontrar el inmueble para el cliente que busca casas, departamentos, haciendas, oficinas o quintas, pero como se sabe, si la Inmobiliaria no cierra negociaciones y no ingresa dinero a la misma, el negocio no es rentable, de esta manera la Inmobiliaria tiene que obligatoriamente cerrar negociaciones para que la empresa funcione satisfactoriamente.

Lo que buscará Aire y Tierra Inmobiliaria, en el caso de no finiquitar una transacción inmobiliaria, es que el cliente se sienta agradecido por el trabajo realizado por la misma, de esta forma la Inmobiliaria se diferenciará con las demás inmobiliarias o con los demás Corredores de Bienes Raíces porque el trato que recibirán los clientes será sobresaliente.

Se pueden dar y, de hecho, se dan casos en los que a pesar de que la Inmobiliaria haya hecho un excelente trabajo con cierto cliente, le haya enseñado gran cantidad de inmuebles que tienen las características que el cliente busca, este nunca se sienta totalmente satisfecho con lo que ha conocido, y que simplemente no compre ningún inmueble. Aquí es donde es importante el trato que ha dado la inmobiliaria al cliente, porque este cliente definitivamente recomendará a otros clientes para que utilicen el servicio de la Inmobiliaria, ya que hubo un buen trato y a pesar de que no encontró el

inmueble indicado conoció gran cantidad de inmuebles con características parecidas a las que él buscaba.

Obviamente si el cliente encuentra el inmueble que le satisfaga y a pesar de esto existe un buen trato, se ha cumplido el objetivo de la inmobiliaria y del cliente en un 100%.

Definitivamente, existirán muchas ocasiones en las que se den casos como el descrito con el cliente en el ejemplo anterior, en el cual no se le pudo ayudar a encontrar el inmueble preciso.

En casos como éste, la obligación que tiene Aire y Tierra Inmobiliaria es seguir consignando inmuebles y tratar de encontrar el inmueble que satisfaga las necesidades en un 100% a dicho cliente, ya que en este punto ya se conoce con exactitud las características del inmueble que está buscando el mismo.

Existirán ocasiones en las que nunca se encuentre el inmueble indicado para los clientes, pero en el caso anterior ya se sabe lo que el cliente está buscando, por lo tanto hay que hacer lo posible por encontrar dicho inmueble y cerrar la negociación, para de esta forma, dejar contento al cliente.

Conforme más se va llevando a los clientes para que conozcan diferentes tipos de inmuebles, más se conoce a los clientes.

En el caso de que el inmueble fuera una casa, se conoce que tipo de construcción le gusta, que tipo de terrenos le gusta, que tipo de acabados de construcción le gusta, que tipo de barrios le gusta, cuales son los servicios que necesita que tenga el inmueble, el sector que le gusta, y muchas otras razones que influyen en gran parte para que se dé o no una venta.

Por estas razones es muy difícil que un cliente encuentre la casa, departamento, oficina, o terreno indicado en la primera reunión, siempre cuesta tiempo y trabajo ayudar al cliente a encontrar lo que busca.

Será muy importante para Aire y Tierra inmobiliaria siempre tener en claro que el trato al cliente será la principal virtud que tendrá la empresa.

Otra razón muy válida por la cual se piensa que es tan importante tener un buen trato, y personalizado con el cliente es porque es seguro que dicho cliente atraerá a mas clientes hacia la empresa, o él mismo será nuestro próximo cliente, en el caso de que haya vendido su inmueble y esté interesado en comprar o arrendar otro inmueble situado en el mismo sector de Tumbaco o Cumbayá, pero con distintas características.

Y de hecho hay muchas veces en las cuales ciertos clientes quieren vender sus casas ubicadas en Cumbayá o Tumbaco y quieren comprar otro inmueble ubicado en alguna otra zona, pero en el mismo valle.

Esta característica de tener un trato excelente y personalizado con los clientes es principalmente para diferenciarse de la competencia. Al momento no existen monopolios ni alguna Inmobiliaria o Corredor de Bienes Raíces que abarque un gran porcentaje del mercado en el sector de Tumbaco y Cumbayá. Esto definitivamente es una ventaja, ya que los clientes buscarán la Inmobiliaria o Corredor de Bienes Raíces que dé resultado. Por esto se piensa que es tan importante diferenciarse de la competencia.

En algunas ocasiones se tendrá que compartir con otros Corredores de Bienes Raíces u otra Inmobiliaria la comisión u honorarios a recibir.

A continuación se pondrá un ejemplo para entender de una mejor manera lo anteriormente expuesto.

Como se dijo antes, existirán ocasiones en las que Aire y Tierra Inmobiliaria ya haya enseñado todos los inmuebles consignados, con las características que el cliente pide, ya sea para la compra o para el arriendo, y al cliente simplemente no le gustó ninguno de ellos. En esos casos lo que se trata de hacer es no perder al cliente, y unirse con las Inmobiliarias o con los Corredores de Bienes Raíces formales, y enseñar al cliente inmuebles que hayan consignado las otras Inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces.

De esta manera si el inmueble se llega a arrendar o a vender la comisión se compartirá 50% - 50%. Muy rara vez el porcentaje a compartir es distinto. Como se puede ver esto puede pasar también si Aire y Tierra tiene consignado

un inmueble y viene una inmobiliaria o un Corredor de Bienes Raíces con un cliente interesado en adquirir un inmueble que lo termina comprando.

En este caso de igual manera el honorario a recibir se compartirá 50% - 50%. Obviamente se intentará siempre tener a los dos tipos de clientes, pero existirán casos en los cuales se tenga que compartir la comisión.

Eso sí, como regla, Aire y Tierra no trabajará con mas de un Corredor de Bienes Raíces o una inmobiliaria por cada caso, de esta manera solamente se llegará a compartir hasta un 50% de la comisión.

Muchos Corredores de Bienes Raíces, informales especialmente, comparten comisiones hasta con 4 o 5 intermediarios más. Esto definitivamente no sucederá con Aire y Tierra Inmobiliaria.

Lo peor de todo es que cuando enseñan al cliente el Inmueble van a conocerlo, al mismo tiempo, los 5 Corredores de Bienes Raíces y el Interesado en adquirirlo.

Este es un ejemplo más de la falta de seriedad en el trabajo que realizan y la cantidad de factores en los cuales Aire y Tierra se puede diferenciar de la competencia.

Actualmente en el sector existen dos inmobiliarias grandes y con renombre, estas son Inmobiliaria La Coruña y Proinmobiliaria, esta última ingresó al valle de Cumbayá y Tumbaco en Abril del 2.005.

Inmobiliaria La Coruña es una Inmobiliaria que ya tiene algunos años de experiencia, pero ventajosamente para Aire y Tierra Inmobiliaria no ha tenido mucho éxito en el sector.

Proinmobiliaria ingresó recientemente al mercado, pero se piensa que en un futuro será la mayor competencia de Aire y Tierra Inmobiliaria, ya que ha tenido un crecimiento muy grande en estos últimos años.

Aparte de estas dos inmobiliarias con renombre, existen tres inmobiliarias más que, realmente, no han tenido éxito y no han logrado abarcar un porcentaje considerable del mercado.

Una de ellas es Inmobiliaria La Viña y la otra es Fénix Inmobiliaria y la otra es Bracse Inmobiliaria.

La idea de Aire y Tierra es poco a poco ir abarcando el mercado, e ir creciendo y dándose a conocer mes tras mes. Se sabe que el crecimiento no será de un día para otro y que para crecer se tiene que dar un buen servicio y se tiene que satisfacer a la mayor cantidad de clientes posibles.

Lo que en realidad existe en el sector es una cantidad inmensa de Corredores de Bienes Raíces informales que no han realizado el curso que exige la asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha, y por lo

tanto no cuentan con la licencia ni el título de Corredores Profesionales de Bienes Raíces de Pichincha.

Desafortunadamente, como se dijo antes, en la actualidad no existe nada que se pueda hacer para sacarlos del mercado.

Aire y Tierra Inmobiliaria se enfocará específicamente al nivel socio económico alto y medio alto, y en algunas ocasiones al nivel socio económico medio.

La principal razón de enfocarse a estos segmentos es porque en el sector prácticamente no existen los niveles socio económicos medio bajo y bajo como se comprobará en capítulos siguientes.

Aire y tierra inmobiliaria estará enfocada en hombres y mujeres que estén en capacidad de comprar o arrendar un bien inmueble, así como los hombres y mujeres que estén vendiendo o arrendando bienes inmuebles.

Esto significa hombres y mujeres desde los 18 hasta los 70 años de edad.

Como se puede ver es un mercado muy amplio al que se tiene que atender, en donde tiene que existir buena comunicación y efectividad por parte de todo el personal para que el negocio funcione.

3.3 FUNCIONES ADICIONALES

La función principal que tendrá Aire y Tierra Inmobiliaria es mediar y asesorar a los comitentes para establecer enlace entre la oferta y la demanda de bienes y servicios inmobiliarios, con el fin de ayudar al cierre o conclusión de las negociaciones y transacciones inmobiliarias, en donde se encontrarán involucradas las siguientes funciones:

- Promoción y manejo de comercialización inmobiliaria
- Planificación de comercialización inmobiliaria
- Publicidad inmobiliaria
- Gestiones y trámites relacionados con actos y contratos en materia inmobiliaria

Existen otras funciones que, como Inmobiliaria, se tiene plena facultad de realizar y el personal de Aire y Tierra se encontrará capacitado para cumplirlas.

Las funciones que se pueden realizar son las siguientes:

- Asesoría sobre bienes raíces
- Avalúos Inmobiliarios
- Estudio e investigación de mercados inmobiliarios
- Administración inmobiliaria

Planificación de comercialización inmobiliaria

Para poder comercializar y negociar dichos inmuebles se tiene que tener una planificación diaria que hará que el trabajo resulte más fácil. Además de facilitar el trabajo, una buena planificación va de la mano con un buen servicio, por lo que diariamente, o pasando un día, o cuando amerite, existirán reuniones entre el personal de Aire y Tierra en donde se planifique las reuniones existentes.

Publicidad inmobiliaria

Para poder conseguir comitentes o clientes, ya sean estos que busquen inmuebles para comprar o para arrendar, o ya sea que quieran vender o arrendar sus inmuebles, tendrá que existir una buena publicidad inmobiliaria. Los medios publicitarios que utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria se podrán ver en el capítulo VI en el cual se habla del plan de marketing.

Gestiones y trámites relacionados con actos y contratos en materia inmobiliaria

Como se dijo anteriormente, una de las principales características de un Corredor de Bienes Raíces o de una Inmobiliaria es facilitar la negociación y el cierre de la venta o el arriendo entre vendedores y compradores.

Una de las herramientas más importantes para facilitar estos cierres de negociaciones es ayudar en todos los trámites inmobiliarios, ya sean estos legales o municipales.

Se tiene que ayudar a los clientes con documentos del Registro de la Propiedad, de la Notaría, del Municipio, de los abogados, todo esto para tratar de facilitar y agilizar el cierre de negociación de los inmuebles.

Generalmente Aire y Tierra Inmobiliaria tendrá que pagar por estos documentos. Se ha hecho un promedio de \$50 mensuales en dichos gastos, los cuales en su mayoría serán certificados de gravámenes del Registro de la Propiedad y líneas de fábrica del Municipio Metropolitano.

Por estas razones, siempre se tendrá que realizar gestiones relacionadas con actos y contratos en materia inmobiliaria, especialmente si existe ya interés por parte de los comitentes compradores.

Si el cliente comprador pide documentos sobre el inmueble significa que está muy interesado, pero no necesariamente significa que va a comprar el inmueble.

Asesoría sobre bienes raíces

Por el hecho de trabajar en el mercado inmobiliario, el personal de Aire y Tierra inmobiliaria estará definitivamente en la capacidad de asesorar en lo que se refiere a bienes raíces, especialmente si se trata sobre bienes inmuebles ubicados en el valle de Cumbayá y Tumbaco.

Un ejemplo de algún cliente que necesite asesoría inmobiliaria puede ser un promotor que desee construir un proyecto inmobiliario en el sector y que necesite saber casas de que valor y de que metraje tiene que construir para que su proyecto se venda lo mas rápido posible.

El personal de Aire y Tierra estará capacitado en guiar a los clientes en este sentido, especialmente en base a la experiencia adquirida con el pasar del tiempo. De hecho, después de este tiempo de trabajar en el campo inmobiliario en el sector, ahora personalmente creo que me encuentro en capacidad de saber que tipo de casas se tienen que construir dependiendo del sector y muchos otros factores para que el proyecto se venda y dé resultados.

El mercado inmobiliario es muy dinámico, al igual que el cliente inmobiliario, por lo que para facilitar la venta de proyectos inmobiliarios se tiene que conocer siempre lo que el cliente busca al momento de lanzar el proyecto. El personal de Aire y Tierra tendrá conocimiento de esto ya que a diario estará rodeado de comitentes compradores y comitentes vendedores.

Uno de los objetivos a largo plazo de Aire y Tierra es construir proyectos inmobiliarios, en donde la misma Inmobiliaria sea la misma que venda el proyecto. El problema actual es que, para poder lograrlo, se necesita de una inversión muy grande, y es lo que en el momento no se tiene. Si Aire y Tierra Inmobiliaria es exitosa como se espera, en el futuro incursionará en la construcción y venta de proyectos inmobiliarios.

Avalúos Inmobiliarios

Para constituir la inmobiliaria se necesita que el representante legal de la empresa haya recibido y haya aprobado el curso dictado por la Asociación de Corredores de Bienes Raíces, en el cual se entrega la licencia profesional de Corredor de Bienes Raíces y se recibe entre otros seminarios, el seminario sobre avalúos inmobiliarios, en el cual se capacita a los alumnos a avaluar bienes inmuebles. De esta manera, Aire y Tierra Inmobiliaria estará de igual manera autorizada a avaluar inmuebles.

Se cree que este curso sobre avalúos inmobiliarios dictado por la Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha no es un curso muy completo, y se piensa que para que el personal de Aire y Tierra esté en capacidad de avaluar inmuebles, deberá recibir capacitaciones sobre avalúos en un futuro, para, que a parte de estar autorizado como Inmobiliaria a avaluar, el personal estará capacitado para realizar dichos avalúos.

Estudio e investigación de mercados inmobiliarios

El personal de Aire y Tierra Inmobiliaria de igual manera, estará capacitado para realizar estudios e investigaciones de mercados inmobiliarios. Se sabe que esto se irá facilitando conforme pase el tiempo, ya que se contará con la experiencia y el conocimiento para realizar buenas investigaciones de mercado.

Como se dijo anteriormente, uno de los objetivos a largo plazo es realizar proyectos inmobiliarios, y para esto además de tener la ventaja de conocer el mercado, se tiene que realizar estudios e investigaciones de mercado como los realizados en esta investigación.

Administración inmobiliaria

Si se realizan proyectos inmobiliarios en el futuro, se tendrán que administrar los mismos, esta es la razón por la cual administrar proyectos inmobiliarios definitivamente es otro de los objetivos a largo plazo que tiene Aire y Tierra Inmobiliaria. La experiencia que se ha adquirido en el campo inmobiliario hasta el momento y que se irá incrementando conforme pase el tiempo, permite aseverar que, definitivamente, Aire y Tierra Inmobiliaria estará en capacidad de administrar proyectos inmobiliarios.

3.4 UBICACIÓN

En un comienzo Aire y Tierra inmobiliaria comprará una sola oficina que estará ubicada entre Cumbayá y Tumbaco, exactamente en el kilómetro 12 de la Vía Intervalles e Interoceánica a 60 metros del destacamento de policía. Esto es frente al Colegio El Sauce en la vía Interoceánica.

Aire y Tierra Inmobiliaria comprará dicha oficina ubicada a la vía interoceánica cuya ubicación es exactamente en la parte alta de la misma y cuenta con un acceso desde la Vía Intervalles.

La oficina que comprará Aire y Tierra Inmobiliaria tiene solamente un año de construida por lo que no se incurrirá en gastos de pintura o cualquier otro arreglo que involucre mantenimiento de la oficina ya que se encuentra en excelente estado.

La oficina que adquirirá Aire y Tierra Inmobiliaria se encuentra lista para ser utilizada.

El área utilizable de la oficina es de 95 m². Suficientes para un desenvolvimiento adecuado del personal.

Dentro de los 95 m² de oficina que utilizará Aire y Tierra, forman parte tres pequeñas e independientes oficinas, una sala de reuniones, un baño y circulaciones.

La oficina destinada para el Gerente General cuenta con un área aproximada de 22 m², las dos oficinas restantes, que serán destinadas una para el Vendedor Master y la otra para la secretaria, cuentan con un área de aproximadamente 14 m² cada una y la sala de reuniones mas el baño cubren un área aproximada de 35 m².

Estas tres oficinas, la sala reuniones, el baño y las circulaciones dan un área total de 95 m².

El piso de la oficina es piso flotante por lo que se facilita para la limpieza de la misma.

El precio por metro cuadrado de la oficina que adquirirá Aire y Tierra Inmobiliaria es de \$850.

El precio total de la oficina es de \$80.750.

El 70% del valor total de la oficina se lo cancelará mediante un préstamo hipotecario con la ayuda de una institución financiera.

Aire y Tierra Inmobiliaria adquirirá también una camioneta 4 X 4 marca Chevrolet Silverado del año 2.006.

El precio de la misma es de \$30.000.

Se piensa que la ubicación de la oficina es básica para que un negocio como el de una inmobiliaria sea provechoso, ya que en algunos casos los clientes tienen muy poco tiempo para conocer o para dar a conocer los inmuebles, y estar ubicados en un lugar central y estratégico ayudará a la empresa inmobiliaria a ganar tiempo y a hacer perder menos tiempo a los clientes que en la mayoría de ocasiones estarán apurados.

Otra razón por la cual la ubicación de las oficinas tiene que ser estratégicamente definida es porque como se dijo anteriormente, al momento solo existen en el sector dos inmobiliarias conocidas y con renombre, que no abarcan todo el mercado de oferta y demanda existente al momento, esto quiere decir que si la ubicación de las oficinas y de la publicidad estática como letreros y vallas de Aire y Tierra inmobiliaria es buena, es visible y es efectiva, se tendrá clientes solamente por el hecho de que ellos vean los teléfonos y la ubicación de la oficina en dichas vallas.

El sector en donde estarán ubicadas las oficinas es entre Cumbayá y Tumbaco. La oficina se visualizará desde la vía interoceánica, lo que obviamente es un pro para Aire y Tierra Inmobiliaria ya que se pueden conseguir clientes por el solo hecho de poner una buena valla con la información específica y necesaria para atraer a los futuros clientes.

Aire y Tierra estará también enfocada en sectores como Puembo, Checa, Pifo, El Quinche, Tambillo y demás pueblos aledaños y cercanos al nuevo Aeropuerto del Distrito Metropolitano de Quito, por lo que la ubicación de la oficina es una ventaja que tiene Aire y Tierra Inmobiliaria.

Otra ventaja en lo que se refiere a la ubicación de la oficina, es la cercanía con respecto a la Administración Zonal del Municipio de Tumbaco.

Por el hecho de trabajar con inmuebles ubicados en el sector de Cumbayá y Tumbaco, para facilitar y agilizar las ventas siempre se tendrá que tratar de tener a la mano todos los documentos que agilicen la venta o arriendo del inmueble a negociarse. El tener cerca al municipio de Tumbaco es bueno para Aire y Tierra y para su personal, ya que muchas veces se tendrá que acudir al municipio para pedir documentos referentes a los inmuebles que se comercializarán en el sector.

Un ejemplo muy claro de uno de los tipos de documentos que se tendrá que sacar en el municipio de Tumbaco, y que es esencial para poder comercializar especialmente terrenos, es la línea de fábrica, que entre otros datos, informa la cantidad de metros cuadrados que se pueden construir en el área total del terreno a negociarse.

Una de las funciones de Aire y Tierra es ayudar con este tipo de trámites a los clientes, por lo que se tendrá que realizar muchos viajes al municipio, y la ubicación de la oficina ayuda mucho en ese aspecto.

Como se ve la ubicación de Aire y Tierra Inmobiliaria es estratégica y se piensa que se podrá conseguir clientes solamente por el hecho de contar con una buena ubicación.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 MERCADO Y PÚBLICO SOBRE EL QUE SE PRETENDE ACTUAR

Para saber en qué mercado se trabajará y sobre que público objetivo se actuará se empezó por analizar lo que afirman los estudios y las estadísticas.

Aire y Tierra Inmobiliaria se dedicará a intermediar la venta y el arriendo de bienes inmuebles, por ésta razón es indispensable saber que es lo que están ofreciendo los vendedores y que es lo que están demandando los compradores en el sector, a que mercado están enfocados los inmuebles que se ofertan, y obviamente a que segmento de mercado pertenecen los demandantes de los mismos.

Para poder responder dichas preguntas se realizaron algunos estudios, y se utilizó investigaciones realizadas por otros autores.

Para empezar, se utilizó la investigación realizada por Gridcon Consultores, cuyos cuadros resumidos se encuentran en el capítulo 1, en donde se puede observar que los segmentos de mercado en lo que se refiere a la oferta de bienes inmuebles existentes en la actualidad en los Valles de Cumbayá y Tumbaco, y por lo tanto, a los segmentos que estará enfocada Aire Y Tierra

Inmobiliaria serán a los niveles socio económicos de mercado alto, medio alto y en algunas ocasiones al nivel medio.

La razón por la cual Aire y Tierra Inmobiliaria estará enfocada solamente a dichos niveles socio económicos es por que dentro de los Valles de Cumbayá y Tumbaco prácticamente no existen al momento proyectos inmobiliarios enfocados a la clase media baja o baja, y el servicio que da la inmobiliaria es intermediar los inmuebles que se encuentran ofertando, por lo tanto Aire y Tierra solamente se enfocará a los niveles socio económicos antes mencionados.

Concomitantemente en el sector si existe la clase media baja o baja, especialmente en los pueblos de Cumbayá y Tumbaco y en las cercanías a la montaña lalaló, pero como se pudo evidenciar en el estudio realizado a finales del año 2.003 por Gridcon Consultores, al momento solamente se ofertan inmuebles destinados al nivel socio económico alto, medio alto y muy poco al nivel medio.

Aire y tierra inmobiliaria estará enfocada a hombres y mujeres que estén interesados, y a la vez en capacidad de comprar o arrendar un bien inmueble, ya sea nuevo o usado, así como los hombres y mujeres que estén vendiendo o arrendando bienes inmuebles, de la misma manera, este puede ser nuevo o usado.

Específicamente son hombres y mujeres desde los 23 años de edad aproximadamente hasta los 70 años de edad, que estén en capacidad de

adquirir o vender un inmueble, que estén buscando casas, oficinas, terrenos, departamentos o quintas de venta o arriendo, o a su vez que vendan casas, terrenos, oficinas, departamentos o quintas.

En la mayoría de los casos estos inmuebles tienen un valor desde \$70.000 hasta \$1.000.000 o más si es el caso.

En el caso de oficinas se podrá hablar de \$40.000 a \$100.000, pero se tiene que saber que son oficinas de alrededor de 50 m² y que su costo por metro cuadrado oscila entre \$950 y \$1050.

En muy pocas ocasiones se darán casos en que los interesados en adquirir inmuebles sean menores de 23 años, y si este es el caso generalmente serán estudiantes de la Universidad San Francisco que estén buscando alguna casa o algún departamento de arriendo que esté ubicado cerca a la Universidad.

Lo que pasa en estos casos es que generalmente los jóvenes buscan los inmuebles a su gusto pero son los papas los que negocian el inmueble, por lo que en general se trabajará con hombres y mujeres menores a 23 años, pero en la gran mayoría de los casos se llegará a negociar con los padres.

Cuando se trata de arriendo se pueden ofertar y demandar suites o departamentos desde \$300 por mes y casas de arriendo de hasta \$4.000, \$5.000, \$6.000 mensuales o más, dependiendo el caso.

Generalmente estos montos mensuales tan altos de arriendo pagan extranjeros que vienen a trabajar en empresas multinacionales, las cuales pagan los arriendos de sus empleados como parte de sus beneficios.

Estas casas que ellos buscan siempre tienen que estar en urbanizaciones cerradas y tienen que ser muy seguras.

Como se puede ver, es un mercado muy amplio al que se tiene que atender, en donde tiene que existir buena comunicación entre el personal de la empresa y los clientes, y a su vez tiene que existir efectividad por parte de todo el personal que formará parte de Aire y Tierra inmobiliaria para así lograr cerrar los negocios rápido y sin complicaciones.

Como se sabe Aire y Tierra Inmobiliaria no es la primera inmobiliaria en el sector, ni tampoco será la última. Aire y Tierra Inmobiliaria no es la pionera en el mercado, pero lo que se quiere lograr es ser la Inmobiliaria que dé los mejores servicios en el sector, que sea una inmobiliaria que se diferencie de las demás y de los demás Corredores de Bienes Raíces formales e informales para de esta forma captar la mayor cantidad de mercado, siempre y cuando se esté en la capacidad de servir a estos de la mejor manera posible, o para entenderlo bien, para servirlos mejor que la competencia.

Como se podrá ver mas adelante, el sector Inmobiliario está ya desarrollado en Cumbayá y Tumbaco pero existe un mal servicio, por ende, hay mucho todavía por desarrollar y por aprovechar.

El objetivo principal de la siguiente investigación de mercado es detectar en que aspectos se puede mejorar con relación a la competencia para poder dar un mejor servicio a los futuros clientes, es analizar cuáles son los puntos en los cuales los clientes no se sienten satisfechos, los puntos débiles de la competencia y en los cuales Aire y Tierra Inmobiliaria tiene que ser mejor a ellos.

Esta es la principal razón por la cuál no se realizaron ni encuestas ni entrevistas dirigidas a los futuros competidores, sino que se investigó las principales necesidades y preocupaciones de los futuros clientes, se investigó en que está fallando la competencia, especialmente en lo que se refiere a servicio al cliente para que Aire y Tierra no repita dichos errores.

Por esta razón se realizó investigaciones de mercado a futuros clientes que venden o arriendan inmuebles, y a futuros clientes que compran o buscan inmuebles para arrendar. Se investigó las necesidades de los dos tipos de clientes para encontrar la manera de combinarlas y llegar a ser la inmobiliaria que dé mejores servicios en el sector.

Para entender de una forma clara las explicaciones que vendrán a continuación se le llamará **cliente vendedor** al comitente que busca un intermediario para vender o arrendar sus inmuebles y **cliente comprador** al comitente que busca un intermediario para comprar o arrendar inmuebles.

Se tiene que saber que se realizaron dos investigaciones de mercado, una para los clientes vendedores y una para los clientes compradores.

Esto se hizo para analizar las necesidades de ambas partes y así buscar soluciones para los dos tipos de clientes, ya que la forma de trabajar con uno y con otro no es la misma, y se tiene que saber diferenciar como se trabaja con el cliente comprador y como se trabaja con el cliente vendedor.

A continuación se podrá ver como se realizó y los resultados y conclusiones que se sacaron después de hacer la investigación de mercado dirigida a futuros clientes vendedores.

4.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO DIRIGIDA A FUTUROS CLIENTES VENDEDORES

En el siguiente estudio de mercado realizado a los futuros clientes vendedores, se utilizaron dos fuentes primarias y una fuente secundaria.

Las fuentes primarias fueron la encuesta persona a persona y las entrevistas. Dichas encuestas fueron esenciales para sacar las conclusiones y respuestas a las preguntas planteadas originalmente.

También se realizaron muy importantes entrevistas persona a persona, que se las elaboraba al momento que los mismos terminaban de llenar las encuestas.

Lo que se trató de hacer es llevar la entrevista de tal manera que el entrevistado conteste la mayor cantidad de preguntas posibles enfocadas al servicio que reciben y en definitiva enfocadas a los problemas que tienen con las inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces existentes, para que dichas preguntas sirvan a Aire y Tierra Inmobiliaria como ejemplos de lo que no se debe hacer en un futuro.

En la mayoría de ellas se logró sacar conclusiones y soluciones muy importantes de las cuales se hablará más adelante.

La fuente secundaria utilizada fue la observación.

Como se sabe es siempre indispensable analizar y saber como funciona el mercado.

Con la fuente de observación se logró descifrar muchos de los problemas que tiene el mercado inmobiliario en lo que se refiere al servicio de intermediación de inmuebles.

Basándose en la fuente de la observación y la experiencia adquirida hasta el momento en el campo de los bienes raíces, se ha logrado sacar muy importantes conclusiones, que acompañadas de las encuestas y entrevistas

han sido totalmente útiles y suficientes para conocer que es lo que busca y como es la manera en que al cliente vendedor le gusta ser tratado.

Los tres métodos realizados fueron extremadamente importantes.

Se observó, se encuestó y se entrevistó durante tres meses en el sector del Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Para entrevistar a los promotores y constructores de proyectos se tuvo que trasladar a los lugares en donde ellos están construyendo o están por empezar a construir sus inmuebles, y se les explicó que el objetivo principal de la encuesta es buscar la manera de darles a ellos un mejor servicio, siempre tomando en cuenta y sabiendo que su principal objetivo es vender o arrendar los inmuebles, dependiendo cuál sea el caso.

Esto sirvió de mucho ya que, además de sacar conclusiones como ya se dijo anteriormente, se hizo un acercamiento con muchos de ellos para que en un futuro no muy lejano Aire y Tierra Inmobiliaria sea la encargada de comercializar sus inmuebles.

La idea original para la investigación de mercado fue realizar solamente la técnica de recolección de datos de observación y encuestas persona a persona, pero al momento de realizar las encuestas se tomó provecho de esto, como se dijo antes, y se entrevistó a muchos promotores y constructores de proyectos inmobiliarios.

Aire y Tierra Inmobiliaria no se tratará de aprovechar de dichos futuros clientes, pero si tratará de aprovechar el bajo precio del inmueble, y se tratará de comercializar el inmueble lo más rápido posible como lo pide el cliente.

De todas las entrevistas realizadas los puntos más importantes que se pudieron constatar y las conclusiones que se pudieron tomar son las siguientes:

Primero, muchos de los clientes vendedores están consientes que existe gran cantidad de Corredores de Bienes Raíces en el sector, pero que en su mayoría son Corredores de Bienes Raíces informales, que lo único que buscan es consignar la mayor cantidad de inmuebles posibles para, de esta manera, tener a su haber si es posible todos los inmuebles del valle; entonces, como es obvio, no cuentan con la capacidad para abastecerse y dar un buen servicio a todos los clientes y al no contar con suficiente tiempo y personal, lógicamente, dan un pésimo servicio al resto de clientes.

Esto se debe a que el que trabaja o intermedia la venta o el arriendo de todos los inmuebles consignados es un solo Corredor de Bienes Raíces, y, es imposible servir bien a todos clientes si es una sola la persona que está a cargo de todos estos inmuebles.

A continuación se explicará cuál es el objetivo de consignar tantos inmuebles por parte de los Corredores de Bienes Raíces informales, si ellos en realidad están consientes que no podrán servir a todos los clientes.

Como se dijo en capítulos anteriores, la gran mayoría de las Corredoras de Bienes Raíces informales son amas de casa que viven en el sector y que, por obvias razones, muchas de ellas se conocen entre sí.

La Corredora de Bienes Raíces informal visita o llama por teléfono a la mayor cantidad de dueños o promotores de inmuebles posibles, ya sean nuevos o usados. Ellas convencen al dueño o promotor de que son excelentes Corredoras de Bienes Raíces y logran consignar muchos o casi todos estos inmuebles.

Al momento que han consignado los inmuebles, llaman a todas las Corredoras conocidas que trabajan en el sector y ponen a su disposición dichos inmuebles. De esta manera si alguna otra Corredora lleva a algún cliente que busque un inmueble para comprar o arrendar a los proyectos ya consignados por la primera Corredora de Bienes Raíces, tendrá que compartir la comisión con ella, en el caso que la venta o el arriendo se cierre con dicho cliente.

Si vemos desde el punto de vista de utilidades de la Corredora de Bienes Raíces que ha consignado en primera instancia el inmueble se puede pensar que le resulta un gran negocio pero en realidad no es así.

No es así porque casi siempre el cliente que llega a conocer la casa para comprar o arrendar ya viene con dos o más Corredoras, y a su vez la persona que sabe de la casa de venta no es directamente la que ha consignado el

inmueble, es una intermediaria más, y así sucesivamente. Por esta razón es que, si se da una venta o un arriendo, tienen que compartir la comisión u honorarios entre cuatro o cinco Corredoras de Bienes Raíces.

Esta es la gran razón por la cuál no resulta conveniente la forma de operar de dichas Corredoras de Bienes Raíces informales.

Existirán casos en los cuales la comisión compartirá entre dos Corredoras, pero estos se dan en muy pocas ocasiones por la forma en que ellas trabajan.

Se tiene que saber que estas conclusiones se han sacado gracias a los argumentos dados por los clientes vendedores, que sienten que el servicio recibido por las Corredoras es deplorable.

Otra razón por la cual no resulta conveniente trabajar como ellos o ellas trabajan, es porque existen muchos inmuebles que se han consignado por teléfono que estas Corredoras de Bienes Raíces, generalmente informales, ni siquiera conocen físicamente.

Se piensa que es una falta de respeto para el cliente vendedor de dicho inmueble que no se conozca el mismo y de pronto un día llevar a un cliente comprador a conocer el inmueble con la intención de venderlo o arrendarlo. De la misma manera, es una falta de respeto hacia el cliente comprador enseñarle un inmueble sin conocerlo siquiera.

Estas situaciones pasan muy a menudo con las Corredoras de Bienes Raíces informales.

Esto no sucederá con Aire y Tierra Inmobiliaria ya que se pondrá mucho énfasis en el trato al cliente y esto incluye consignar de una manera adecuada los inmuebles.

Casos como los que vienen a continuación comentaron los promotores o dueños de proyectos al momento de realizarles las entrevistas.

Por el mismo hecho de que las antes mencionadas Corredoras de Bienes Raíces informales consignan demasiados inmuebles y no tienen la capacidad de dar servicio a todos los clientes, los promotores y dueños de proyectos se quejan que hay muchas ocasiones en las que las Corredoras nunca llegan a conocer proyectos ya consignados.

Hay casos en los que los Corredores consignan por teléfono, que no está mal, pero el error es que nunca aparecen para conocer los inmuebles.

Lo más grave de este asunto es que, en ocasiones, aparecen otras Corredoras de Bienes Raíces, o amigas que comentan o que están recomendadas por la persona que consignó el inmueble en primera instancia.

De esta forma se explica el porqué ellas consignan la mayor cantidad de inmuebles posibles, para que en el caso de que alguno se venda, se tenga que compartir la comisión con ellas.

Se pudo rescatar muchos comentarios por parte de los promotores y dueños de proyectos y uno de los más importantes se lo anotará textualmente a continuación:

“Los corredores y corredoras del sector son poco profesionales, hablan sobre el inmueble sin criterio, y a pesar de que se les corrija varias veces, siguen dando información totalmente errónea.”¹⁴

A lo que se refiere dicho promotor es que cuando ellos han aceptado que cierto Corredor o Corredora sea la encargada de intermediar sus inmuebles, lógicamente, ellos informan al Corredor de Bienes Raíces absolutamente todas las características buenas y malas de sus proyectos y de sus inmuebles, además de ciertas especificaciones como los acabados constructivos, la forma de pago, el financiamiento, y muchos otros factores que influyen directamente en la venta de un inmueble. Hay que considerar que, para dar un buen servicio y ser un buen intermediario para la venta de dicho inmueble, se tiene que entender claramente dichas especificaciones y dar a entender de igual manera dichas especificaciones a los clientes compradores a quienes se les llevará a conocer estos proyectos.

¹⁴ Ingeniero Santiago Arboleda. Promotor conjunto La Escondida

La queja de este promotor es que los Corredores no tienen criterio para informar a los clientes compradores, y que en lugar de ser eficientes y ayudar a la venta están interfiriendo y siendo un obstáculo para la venta o el arriendo del inmueble.

Lo anteriormente dicho es la principal razón por la cuál será tan importante para Aire y Tierra Inmobiliaria conocer a fondo las características de los inmuebles a consignar, sean estas buenas o malas, y de ninguna manera engañar al cliente comprador. Siempre será importante decirle siempre todos los detalles del inmueble, así sean puntos en contra y que en cierta manera puedan dificultar o atrasar la venta del inmueble.

El éxito está en como decir estos puntos en contra y tratar de minimizarlos enfatizando las buenas características del inmueble.

El personal de Aire y Tierra Inmobiliaria tendrá que saber como expresarse en este sentido.

En el capítulo VIII se podrá ver algunas herramientas que se utilizan para convencer al cliente e incentivarle a tomar decisiones.

Como se dijo antes, al momento de consignar los inmuebles se obtiene absolutamente toda la información sobre estos, por esta razón habrá ocasiones en que Aire y Tierra Inmobiliaria conocerá inmuebles que tengan puntos en contra demasiado grandes que dificulten en altos grados la venta o el arriendo,

como por ejemplo precios demasiado elevados, malas ubicaciones de los inmuebles, que los inmuebles tengan demasiada humedad, y cualquier otro punto que haga que la venta se dificulte en gran medida.

En estos casos se tendrá que explicar a los promotores o clientes vendedores el punto de vista sobre dichos puntos en contra, y que al precio que se lo intermediará no será posible venderlo o arrendarlo, ya que si no existen soluciones sobre los puntos en contra de los inmuebles, el precio es la única forma de facilitar la venta.

Existirán muchos casos en los cuales el promotor no esté de acuerdo con el punto de vista de Aire y Tierra Inmobiliaria. En estos casos la mejor solución será no intermediar dicho inmueble, ya que no se podrá dar un buen servicio a dicho cliente, porque no se podrá vender o arrendar al precio que se está intermediando.

Esta es la razón principal por la cuál siempre hay que estar convencido de que el inmueble que se está intermediando es el adecuado. Se tiene que estar siempre convencido de que el inmueble se va a vender o arrendar fácilmente porque tiene mayores puntos a favor que puntos en contra.

Para tener criterio sobre esto se tiene que investigar mucho, se tiene que capacitar a los vendedores y en general a todo el personal que trabajará en Aire y Tierra inmobiliaria para que cuenten con criterios arquitectónicos, financieros, de marketing, sobre acabados, sobre el entorno y cualquier otro

aspecto necesario para ser eficientes en la intermediación de los inmuebles. Este conocimiento también se irá adquiriendo día tras día en base a los aciertos y errores cometidos.

Para la técnica de las encuestas se realizó una muestra de 36 encuestas, y se planteó solamente preguntas cerradas para tratar de llegar a tener una información justa y precisa, que ayude a tomar las mejores decisiones y conclusiones que sirvan para el futuro funcionamiento de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Para saber la muestra de encuestas que se tenían que realizar se siguió la fórmula que se plantea mas adelante. Mediante la fórmula planteada el resultado de la muestra fue de 36 encuestas en una población de 58 proyectos inmobiliarios.

Esta población de 58 proyectos inmobiliarios viene de una fuente muy precisa que se explicará a continuación y se la compara con la investigación realizada por Gridcon Consultores en el año 2.004.

La fuente de investigación más importante y más actualizada es la investigación que se realizó basándose en ir a conocer absolutamente todos los proyectos inmobiliarios por estrenar destinados para la venta en la zona de Cumbayá y Tumbaco.

Se investigó en todo el Valle y se lo hizo por etapas para tratar de cubrir cada una de las zonas que componen el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Para ser un poco más específicos por zonas, se investigó en los sectores de El Arenal , La Morita, Santa Rosa, Tumbaco, La Primavera, Lumbisí, San Patricio, Cumbayá y Miravalle, obviamente todos ellos pertenecen al Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Después de investigar absolutamente todos los proyectos inmobiliarios en el Valle de Cumbayá y Tumbaco se obtuvo una población de 58 proyectos inmobiliarios, ya sean casas, departamentos u oficinas al arriendo o a la venta. Todos ellos proyectos inmobiliarios por estrenar.

No se tomó en cuenta proyectos inmobiliarios de lotizaciones de terrenos o de terrenos sueltos a la venta, ya sean en urbanizaciones privadas o en lugares comercialmente estratégicos que también existen en el sector, ni tampoco casas, oficinas, quintas, departamentos y haciendas que estén a la venta o al arriendo y que sean usados.

Sin tomar en cuenta los bienes inmuebles anteriormente nombrados se tiene existen 791 casas, departamentos u oficinas a la venta o al arriendo por estrenar que vienen de la población de 58 proyectos inmobiliarios.

Se tiene que saber que dentro de estos 58 proyectos inmobiliarios que abarcan 791 inmuebles por estrenar a la venta existentes en el sector, existen 4 proyectos de oficinas que dan un total de 221 oficinas a la venta.

De esta manera existen 570 casas o departamentos por estrenar destinados a la venta en Cumbayá y Tumbaco.

El mercado de oficinas es nuevo en el sector, ya que estos 4 proyectos son de los primeros proyectos de oficinas en el sector.

Para que estos promotores hayan decidido construir oficinas es porque hicieron un estudio previo sobre las mismas y de hecho existe demanda.

A muchos empresarios que viven en Cumbayá o Tumbaco les facilitará el hecho de tener oficinas cerca a sus hogares.

Esto por la cercanía, por el ahorro en gasolina, por la tranquilidad, porque no existe tráfico y muchos otros factores que harán que tomen la decisión de comprar oficinas cercanas a sus viviendas.

Especialmente por el hecho de que existe oferta y demanda de oficinas, Aire y Tierra también incursionará en la intermediación de la venta de oficinas, y en un futuro en el arriendo de las mismas.

El número de inmuebles de cada proyecto con la información sobre sus promotores y el nombre del proyecto a venderse investigado se puede ver en Anexos.

Esta información de 791 casas, departamentos u oficinas que se tiene es verdadera y precisa ya que en cada proyecto se averiguó cuantos inmuebles se construirán.

Este dato es muy importante ya que Aire y Tierra Inmobiliaria intermediará el arriendo o la venta de inmueble por inmueble.

Los datos anteriores son extremadamente precisos ya que como se dijo anteriormente, se tomó el tiempo de buscar todos los proyectos que se encuentran comercializándose o que se empezarán a comercializar en absolutamente todo el valle.

Para confirmar la veracidad y analizar los cambios que se han suscitado en el sector inmobiliario en el Valle de Cumbayá y Tumbaco en estos últimos años, se comparó con la investigación realizada por Gridcon consultores en el año 2.004.

Dicha investigación plantea una población de 19 proyectos inmobiliarios en el sector.

Para explicar de donde proviene el dato de 19 proyectos Inmobiliarios se puede analizar los cuadros del primer capítulo proporcionados por Gridcon Consultores en los que se afirma lo siguiente:

En el año 2.003 en el Distrito Metropolitano de Quito existían 507 Proyectos Inmobiliarios, Gráfico (1.1).

En el gráfico subsiguiente, (1.2), se puede observar que el valle de Cumbayá y Tumbaco fue un 3,8% del total de proyectos inmobiliarios en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2.003.

Si se saca la proporción en proyectos inmobiliarios de este 3,8% del total, se puede ver que el valle de Cumbayá y Tumbaco contaba con un total de 19 proyectos Inmobiliarios en el año 2.003.

Si se comparan los datos proporcionados por Gridcon en su investigación realizada a finales del 2.003 de 19 proyectos con los 58 proyectos inmobiliarios que existen a comienzos del año 2.006 se puede ver el inmenso crecimiento que ha tenido el sector inmobiliario en el Valle de Cumbayá y Tumbaco en sólo dos años.

El número de proyectos inmobiliarios por estrenar destinados a la venta se ha triplicado en los últimos dos años.

Esta es una de las principales razones por las cuales Aire y Tierra Inmobiliaria ha decidido intermediar inmuebles en el Valle de Cumbayá y Tumbaco ya que al momento es un valle que está en auge y de esto hay que sacar provecho.

Gridcon Consultores es una empresa seria, y actualmente son los encargados de investigar la oferta y demanda inmobiliaria en el Distrito Metropolitano de Quito, por lo que los datos expuestos por ellos son verdaderos y confiables.

Lo interesante de la investigación realizada conociendo proyecto por proyecto, fue que a parte de saber con precisión cual es la oferta de proyectos inmobiliarios en el sector, se pudo realizar las encuestas y las entrevistas a muchos de los promotores de dichos proyectos.

Se debe decir que no a todos los promotores que se hizo la encuesta se logró realizar la entrevista, y viceversa.

La fórmula que dio el resultado una muestra de 36 encuestas que se realizaron a los promotores de los proyectos inmobiliarios se ve a continuación:

Fórmula (4.1)¹⁵

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

¹⁵ Carrasco JL. El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid. Editorial Ciencia. Hulley SB, Cummings SR. Diseño de la investigación clínica. Ed Doyma. Barcelona 1993. Kelsey IL, Thompson WD, Evans A. Methods in observational epidemiology. New York. Oxford University Press 1986. Mira JJ, Gómez J, Aranz J, Pérez E. Auditoría de historias clínicas: ¿Cuál es el tamaño adecuado de la muestra?. Todo Hospital 1997; octubre: 58-64.

n = Tamaño muestral

N = Tamaño de la población

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$

p = Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse
hay que aplicar

$p = 0.5$

$q = 1 - p$

i = Error que se prevé cometer.

Los autores recomiendan calcular tamaños muestrales para $\alpha = 0,05$, y un error 0,1.

$N = 58$

$Z = 1,96$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$i = 0.1$

El resultado aplicando la fórmula con los datos anteriores es de 36 encuestas.

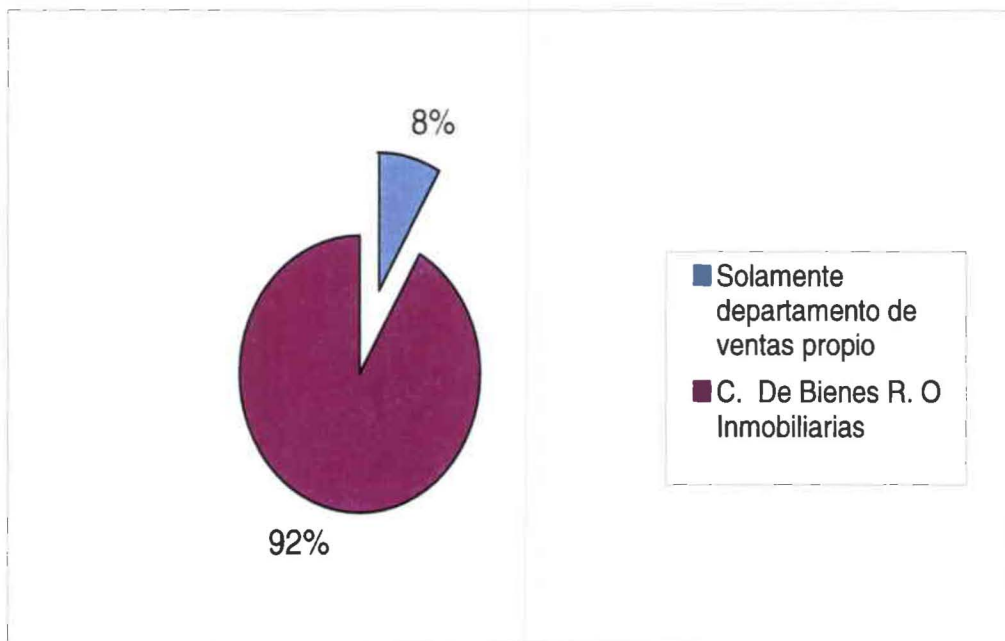
A continuación se tabulará los resultados de las encuestas y se analizará los pros y contras que tendrá Aire y Tierra Inmobiliaria en base al resultado de las mismas.

- 1.- **Porcentaje de promotores que utilizan solamente su propio departamento de ventas para comercializar sus inmuebles y promotores que utilizan Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias.**

Cuadro 4.1

Comercialización	Cantidad	%
Solamente departamento de ventas propio	3	8.33
C. De Bienes R. O Inmobiliarias	33	91.67
Total	36	100.00

Gráfico 4.1



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Después de haber cuantificado el resultado de las encuestas se puede decir que el 91.67% de los promotores y constructores de proyectos inmobiliarios por estrenar situados en el valle de Cumbayá y Tumbaco utilizan para comercializar sus inmuebles, o Corredores de Bienes Raíces, o Inmobiliarias, o Corredores de Bienes Raíces e Inmobiliarias.

Solamente el 8.33% de ellos utilizan a su propio departamento de ventas como única opción de comercializar sus inmuebles.

Se tiene que saber que este 91.67% de promotores que utilizan inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces pueden o no, también utilizar su propio departamento de ventas como otra opción para comercializar sus inmuebles.

Si a este porcentaje se lo lleva y se lo calcula en base a la realidad total de proyectos que existen en el sector, se puede decir que de los 58 proyectos existentes, 53 proyectos utilizan o Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias.

El siguiente dato puede no ser tan exacto pero se puede decir que de los 791 inmuebles por estrenar a la venta, 725 están comercializadas por Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias, a pesar de que éstos puedan o no estar haciendo un buen trabajo.

Como se puede ver la gran mayoría de los promotores utilizan a inmobiliarias o corredores para comercializar sus proyectos, esto definitivamente es favorable y es una gran ventaja para Aire y Tierra Inmobiliaria.

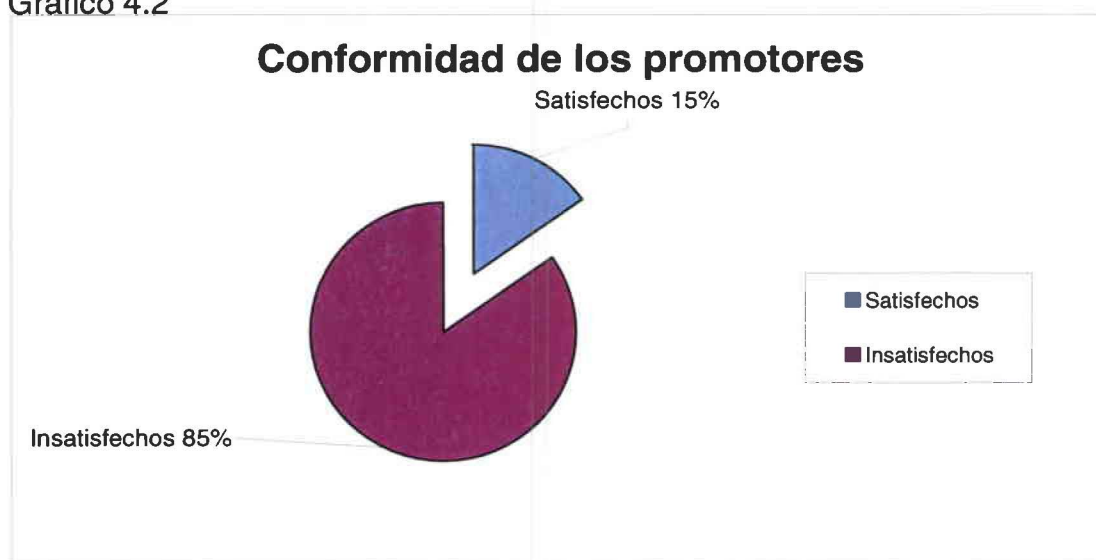
Donde Aire y Tierra tiene que diferenciarse de los demás Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias es en el servicio como se podrá confirmar conforme avance la tabulación y el análisis de los resultados de las encuestas.

2.- Porcentaje de Promotores que están satisfechos e insatisfechos con el trabajo realizado por las inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces.

Cuadro 4.2

Conformidad	Cantidad	%
Satisfechos	5	15.15
Insatisfechos	28	84.85
Total	33	100

Gráfico 4.2



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Del 91,67% de promotores o constructores de inmuebles que tienen sus proyectos en los valles de Cumbayá y Tumbaco, el 84,85% de ellos está insatisfecho por el trabajo que realizan las Inmobiliarias o los Corredores de Bienes Raíces en intermediar la venta de sus inmuebles.

Se puede ver que este porcentaje es muy elevado, y que se tiene que sacar provecho de esto.

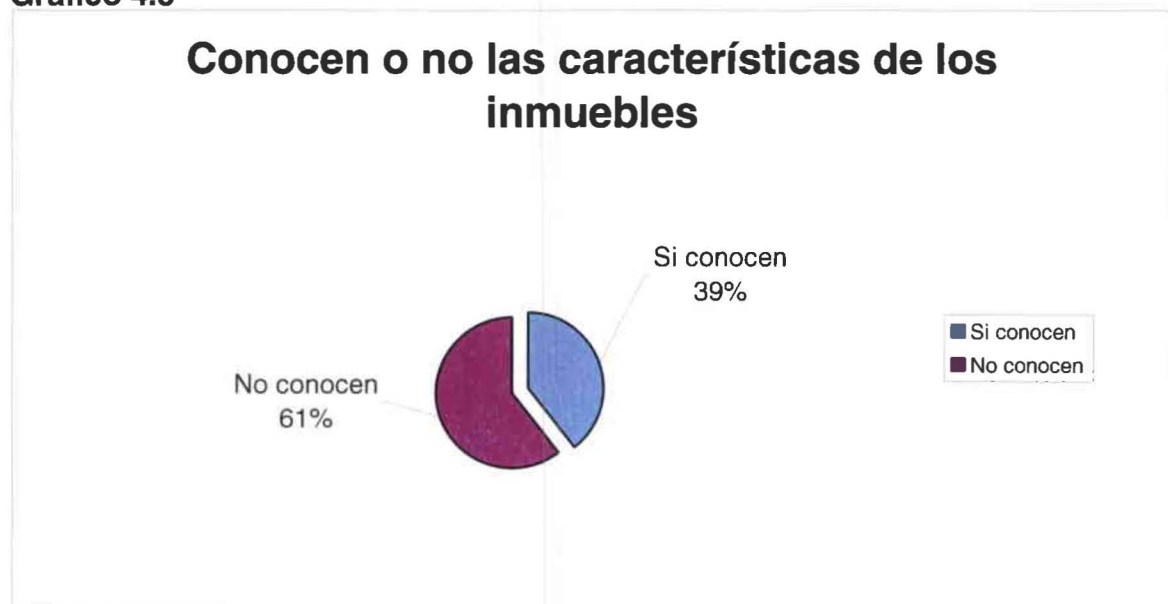
Se ve que en general los promotores de proyectos inmobiliarios están insatisfechos por el trabajo que han realizado los intermediarios de la venta de sus inmuebles.

3.- Porcentaje de promotores y constructores que creen que los Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que intermedian sus inmuebles conocen o no las características de los mismos.

Cuadro 4.3

Conocen o no las características	Cantidad	%
Si conocen	13	39.39
No conocen	20	60.61
Total	33	100

Gráfico 4.3



Fuente: Encuesta
Elaboración : Autor

En la pregunta que se realizó en la cual se pidió a los promotores que contesten si ellos piensan que los corredores de Bienes Raíces y las Inmobiliarias que intermedian la venta o el arriendo de sus proyectos conocen a fondo todas las características de sus de sus Inmuebles la respuesta fue un poco más pareja que las anteriores realizadas.

Se tiene que saber que para esta pregunta y todas las próximas preguntas realizadas el porcentaje que se toma en cuenta es el del 91,67% de los promotores que empezaron la encuesta, ya que el 8,33% de ellos terminaron la encuesta después de contestar la primera pregunta, por el hecho de que ellos solamente utilizan su departamento de ventas como única herramienta de comercialización de sus proyectos.

El 39,39% de ellos creen que los Corredores de Bienes raíces y las Inmobiliarias que están intermediando la venta o arriendo de sus inmuebles conocen a fondo las características de estos, mientras que el 60,61% de los promotores y constructores creen que los Corredores e Inmobiliarias que intermedian sus inmuebles no conocen a fondo las características de sus proyectos.

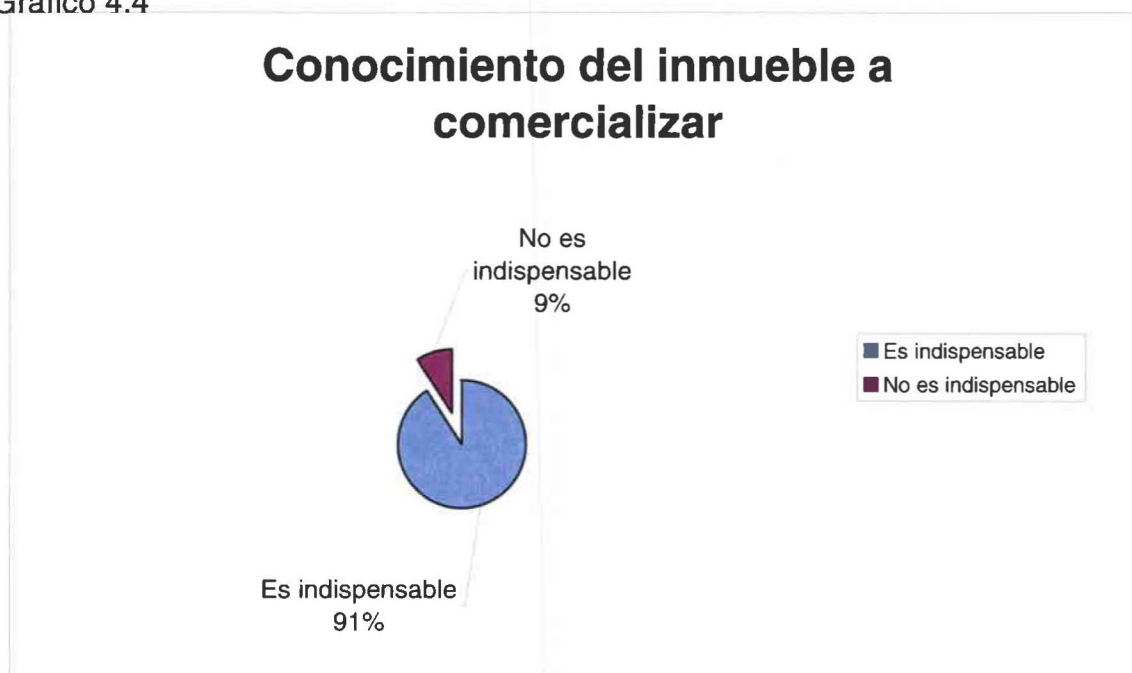
A pesar de que el porcentaje bajo un poco como ventaja para Aire y Tierra, el porcentaje sigue siendo muy alto y si se transforma a números reales se puede decir que de los 53 proyectos comercializados por Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias, 32 promotores opinan que estos no conocen las características de sus inmuebles.

- 4.- **Porcentaje de promotores que piensa que es indispensable que los Corredores o Inmobiliarias que intermedian la venta o arriendo de sus inmuebles, conozcan a fondo las características de ellos.**

Cuadro 4.4

Conocimiento	Cantidad	%
Es indispensable	30	90.91
No es indispensable	3	9.09
Total	33	100

Gráfico 4.4



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

En base a la respuesta de la pregunta planteada se puede ver lo importante que es para los promotores y constructores que los Corredores de Bienes Raíces y las Inmobiliarias conozcan a fondo las características de sus proyectos.

Solamente el 9,09% de ellos contestó que no es importante que conozcan las características de sus proyectos, y al preguntarles cual es la razón de esto ellos contestaron: "Nosotros utilizamos Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias

solamente para que traigan al cliente, y nosotros enseñamos el inmueble y las características del mismo porque ellos no saben explicar nuestros proyectos”¹⁶
Esta es otra razón por la cual se ve que definitivamente los Corredores y las Inmobiliarias en el sector tienen una muy mala reputación.

El 90,91% de los promotores y constructores piensa que es indispensable que los Corredores de Bienes Raíces o las Inmobiliarias que intermedian la venta o arriendo de sus inmuebles, conozcan a fondo las características de los mismos.

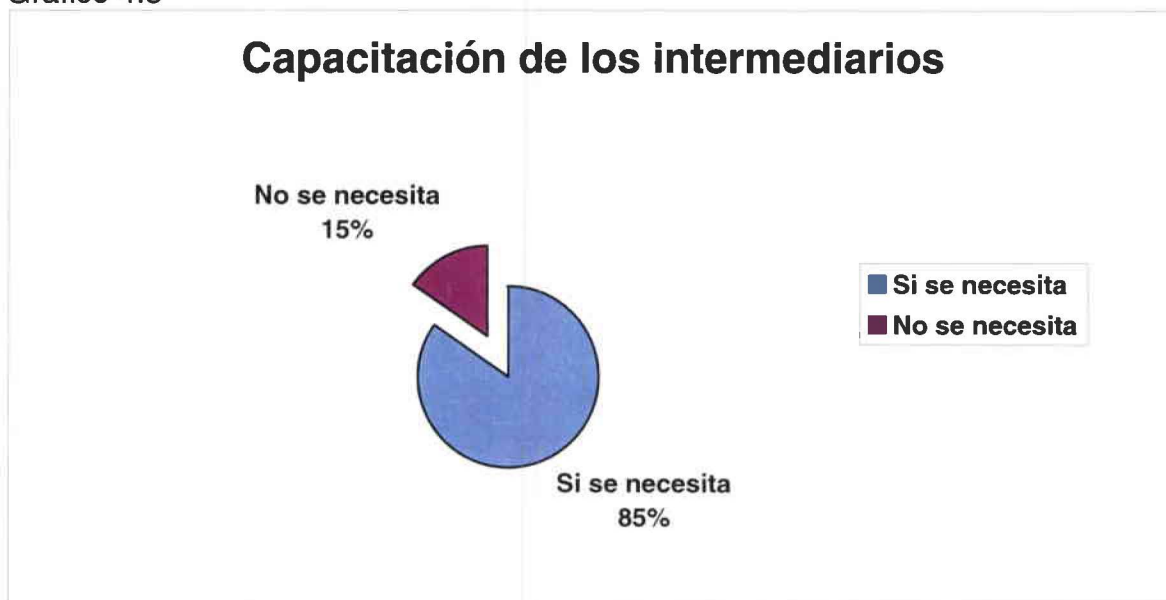
¹⁶ Arquitecto Diego Ponce Carrera proyecto Casas de Rumihuaico

5.- **Porcentaje de promotores y constructores que piensan que se necesita o no mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas y arriendos inmobiliarios en el sector para intermediar sus proyectos.**

Cuadro 4.5

Necesidad de capacitación del personal	Cantidad	%
Si se necesita	28	84.85
No se necesita	5	15.15
Total	33	100

Gráfico 4.5



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Como se puede ver, en la encuesta se preguntó a los promotores y constructores que si creen que hace falta mayor capacitación por parte de los intermediarios inmobiliarios y la respuesta fue casi unánime.

El 84,85 % de ellos piensa que los intermediarios no están capacitados para realizar su trabajo, y que necesitan ser capacitados, y el 15,15% de ellos piensa que si se encuentran capacitados para intermediar sus proyectos.

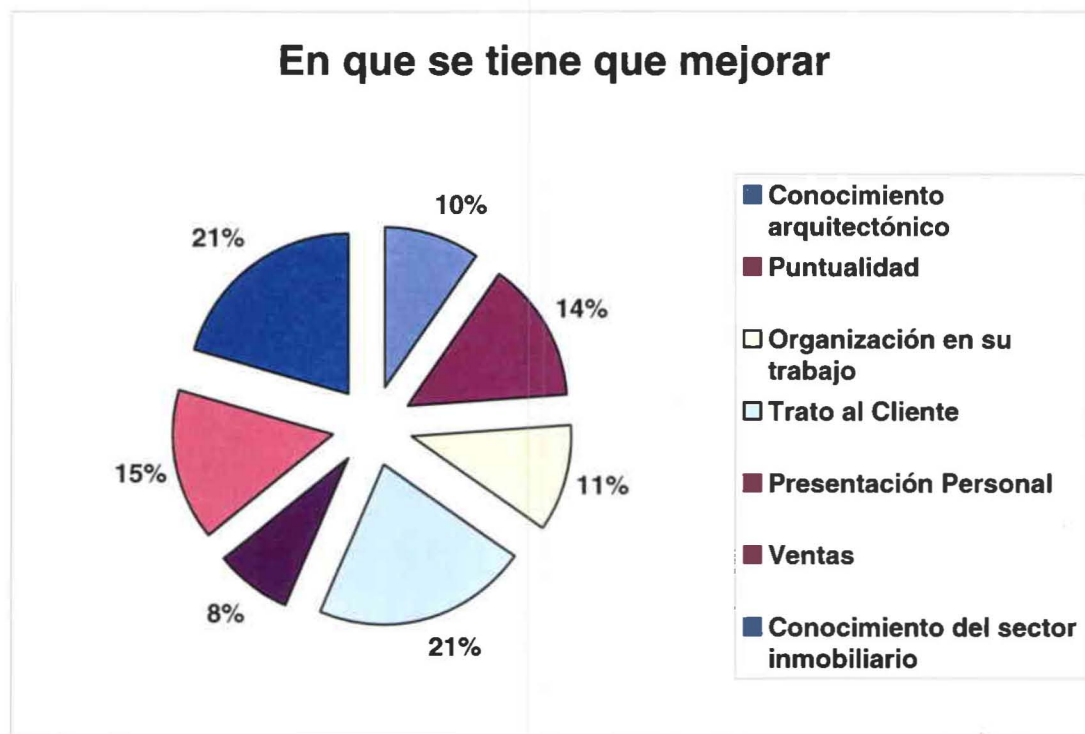
Esto definitivamente es una ventaja para Aire y Tierra Inmobiliaria, ya que el personal con que contará la Inmobiliaria recibirá capacitaciones en todos los ámbitos que se necesiten para intermediar de una manera eficiente los inmuebles.

- 6.- **Porcentaje de promotores y constructores que aseguran que las Inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces deberían dar un mejor servicio o tener una mejor capacitación en aspectos como:**
- Conocimiento arquitectónico, puntualidad, organización en su trabajo, trato al cliente, presentación personal, ventas, y conocimiento del sector inmobiliario.**

Cuadro 4.6

Servicios por mejorar	Cantidad	%	% de los 33
Conocimiento arquitectónico	9	9.78	27.27
Puntualidad	13	14.13	39.39
Organización en su trabajo	10	10.87	30.30
Trato al Cliente	20	21.74	60.61
Presentación Personal	7	7.61	21.21
Ventas	14	15.22	42.42
Conocimiento del sector inmobiliario	19	20.65	57.58
Total	92	100	

Gráfico 4.6



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Para poder encaminar mejor al próximo personal que trabajará en Aire y Tierra Inmobiliaria se preguntó a los promotores y constructores que den su opinión sobre cuales son los puntos en los que ellos piensan que se debería poner énfasis para que los corredores e inmobiliarias den un mejor servicio, y cuales son los puntos en los que se debe capacitar a los Corredores de Bienes Raíces e Inmobiliarias que están comercializando actualmente sus proyectos.

En el cuadro previo se ve en la primera columna el porcentaje de importancia de cada opción de respuestas, y luego, en la siguiente columna se ve el porcentaje sobre el total de encuestados para esta pregunta, que fueron 33 en total.

Hay que tomar en cuenta que en esta pregunta se podía contestar mas de una respuesta, de hecho eso fue lo que sucedió, por esto es que los porcentajes sobre el total de encuestados sobrepasan el 100%.

Esta respuesta fue una de las más importantes de la encuesta ya que logró descifrar en donde se tiene que poner mayor énfasis para dar un mejor servicio a los promotores y constructores, y en donde están fallando los actuales intermediarios que son los que llegarán a ser la competencia de Aire y Tierra.

Se tiene que saber que en ésta pregunta se podía contestar una, dos, tres o más respuestas, por esta razón el porcentaje que se verá a continuación es en base a todas las respuestas realizadas por todos los promotores y constructores.

Para poder encaminar mejor al próximo personal que trabajará en Aire y Tierra Inmobiliaria se preguntó a los promotores y constructores que den su opinión sobre cuales son los puntos en los que ellos piensan que se debería poner énfasis para que los corredores e inmobiliarias den un mejor servicio, y cuales son los puntos en los que se debe capacitar a los Corredores de Bienes Raíces e Inmobiliarias que están comercializando actualmente sus proyectos.

En el cuadro previo se ve en la primera columna el porcentaje de importancia de cada opción de respuestas, y luego, en la siguiente columna se ve el porcentaje sobre el total de encuestados para esta pregunta, que fueron 33 en total.

Hay que tomar en cuenta que en esta pregunta se podía contestar mas de una respuesta, de hecho eso fue lo que sucedió, por esto es que los porcentajes sobre el total de encuestados sobrepasan el 100%.

Esta respuesta fue una de las más importantes de la encuesta ya que logró descifrar en donde se tiene que poner mayor énfasis para dar un mejor servicio a los promotores y constructores, y en donde están fallando los actuales intermediarios que son los que llegarán a ser la competencia de Aire y Tierra.

Se tiene que saber que en ésta pregunta se podía contestar una, dos, tres o más respuestas, por esta razón el porcentaje que se verá a continuación es en base a todas las respuestas realizadas por todos los promotores y constructores.

De los puntos que se preguntaron, uno de los de menor porcentaje según la tabulación de las respuestas fue el de conocimiento arquitectónico.

Para el 27,27% de ellos, es importante que los intermediarios para la venta o arriendo de sus proyectos conozcan a fondo las características arquitectónicas de los inmuebles de sus proyectos. Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, el conocimiento arquitectónico se lleva el 9,78% sobre el total de opciones.

Esto es lógico ya que el trabajo del intermediario inmobiliario no es entrar en detalles arquitectónicos, debe conocer las generalidades, las especificaciones, pero el trabajo de detalles específicos ya es trabajo del arquitecto o del constructor del proyecto.

Algo muy importante que los constructores aclararon al contestar esta pregunta es que los intermediarios inmobiliarios no tienen porque saber sobre estructuras, o diseño arquitectónico, pero si que todos deberían saber que tipo de madera tiene cierta casa en la cubierta, que tipo de acabados hay en los dormitorios, en la sala, en la cocina, de que empresa son las ventanas, las puertas, que cerámica se utiliza en los baños, es decir que no se tiene que saber sobre arquitectura, pero que es indispensable que se sepa diferenciar el tipo de acabados que tiene la vivienda.

Inclusive algunos de ellos sugirieron que se debería saber el precio de los acabados para poder aconsejar al cliente, o hacerle notar la diferencia entre un tipo de acabado y otro.

El personal de Aire y Tierra definitivamente tendrá que saber diferenciar entre los diferentes tipos de acabados para contar con un punto más a favor en comparación a la competencia.

Para el 39,39% de los encuestados es importante que los intermediarios en la venta o arriendo de sus proyectos mejoren el servicio en lo que se refiere a puntualidad, y esto es lógico ya que al ser puntual se demuestra seriedad en el trabajo realizado, y es una falta de respeto para el cliente llegar tarde a una cita, por dicha razón la puntualidad será una de las principales características que tendrá todo el personal que conforme Aire y Tierra Inmobiliaria.

Se sabe que la puntualidad es una característica que todos los promotores y constructores demandarán, el porcentaje anterior no es la importancia que ellos le dan a este aspecto, es en lo que ellos piensan que los intermediarios deben mejorar, por lo tanto el porcentaje es muy alto.

Al sacar este porcentaje sobre la totalidad de la población, se tiene que de 58 promotores o constructores, 23 piensan que los intermediarios para la venta o arriendo de sus inmuebles son impuntuales.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, la puntualidad se lleva el 14,13% sobre el total de opciones.

El 30,30% de los promotores y constructores piensan que las Inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces son desorganizadas en su trabajo, piensan que no organizan bien sus citas o los horarios de ellas.

Hubo comentarios en los cuales se decía que se visitaba los proyectos con dos clientes distintos al mismo tiempo, y esto no se debe hacer ya que el trato que se debe tener con los clientes no es siempre el mismo, siempre se tiene que ver la personalidad del cliente comprador para ver que trato se tiene que tener con el mismo.

Al hablar de este tipo de trato no se está diciendo que hay que tratarle bien o mal al cliente, siempre hay que tratarle bien al cliente. De lo que se habla es que para facilitar el cierre de negociaciones se tiene que tratar distinto por ejemplo a un cliente comprador serio que a un cliente alegre y conversón.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, la organización en su trabajo se lleva el 10,87% sobre el total de opciones.

Justamente el 60,61%, un número altísimo de encuestados, piensan que se tiene que mejorar el trato al cliente, que los Corredores de Bienes Raíces e inmobiliarias tratan mal al cliente.

Como se ve, el porcentaje es muy elevado, y esto es un grave error, ya que en este y todos los negocios se depende del cliente.

En el caso de Aire y Tierra Inmobiliaria, se dependerá única y exclusivamente, ya sea del cliente comprador como del cliente vendedor. Muchas veces por la apariencia se puede pensar que tal o cual cliente no tiene la capacidad de pagar ciertos inmuebles, pero no es así, y se tiene que tratar siempre bien al cliente, sin importar raza ni nacionalidad.

35 de los 58 promotores y constructores opinan que el trato que se les da a ellos o se les da a los clientes compradores es malo.

Al decir que se trata mal al cliente no se está hablando de insultar ni mucho menos. Tratar mal al cliente puede ser por ejemplo citarse en algún inmueble cierto día a cierta hora y nunca aparecer.

A muchos promotores de proyectos les gusta que se les avise cuando se lleva a un cliente comprador a alguno de sus proyectos, otro ejemplo puede ser nunca avisar a estos promotores que se está llevando a un cliente comprador e ir de pronto al proyecto sin previo aviso.

Existen muchas maneras de tratar mal al cliente y a lo que se tiene que llegar es a tratar bien y dar el mejor de los servicios a absolutamente todos los clientes vendedores y compradores.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, el trato al cliente se lleva el 21,74% sobre el total de opciones.

El 21,21% de los clientes vendedores opinan que los intermediarios tienen que mejorar su presentación personal para así mejorar su servicio, y esto es totalmente lógico. No es aceptable que un vendedor esté mal presentado.

Este porcentaje puede parecer bajo, pero si toma en cuenta la población total se puede afirmar que 12 de los 58 promotores o constructores de proyectos inmobiliarios en el sector de Cumbayá y Tumbaco opinan que los intermediarios en la venta o el arriendo de inmuebles van mal presentados a las reuniones. Esto equivale a un 7,61% sobre el total de opciones de la pregunta.

El personal de Aire y Tierra Inmobiliaria estará siempre vestido y presentado para la ocasión. Siempre se controlará la presentación personal de los futuros trabajadores de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Para el 42,42% de los encuestados, los vendedores o intermediarios de sus proyectos e inmuebles no realizan bien su trabajo. Vender no es fácil y se tiene que saber vender y, especialmente se tiene que saber cerrar los negocios.

No todas las personas tenemos esa capacidad, pero lo que se hará en Aire y Tierra es capacitar constantemente al personal, especialmente en ventas y

cierres de negocios para que conforme pase el tiempo vayan siempre mejorando en esos aspectos.

Si se toma en cuenta el total de opciones de preguntas, el saber vender se lleva un porcentaje del 15,22%.

Un porcentaje altísimo si se toma en cuenta que su trabajo es vender y sus clientes opinan que no saben vender.

El porcentaje más alto conjuntamente con el de mejorar el trato al cliente es el de la falta de capacitación en lo que se refiere al mercado inmobiliario del sector.

Un altísimo 57,58% de los encuestados, piensan que los Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias no conocen el mercado inmobiliario del Sector de Cumbayá o Tumbaco.

No saben los precios por metro cuadrado promedio en el mercado, no saben las áreas de casas por estrenar promedio en el mercado, no saben las áreas de los terrenos de las casas por estrenar promedio en el sector, en resumen no conocen los puntos importantes y específicos en este mercado tan cambiante.

Esto quiere decir que 33 de los 58 promotores o constructores están disconformes con el conocimiento que los intermediarios de ventas o arriendos inmobiliarios tienen sobre el mercado inmobiliario del sector.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, la necesidad de capacitación sobre el mercado inmobiliario tiene el 20,65% sobre el total de opciones.

Definitivamente el personal de Aire y Tierra dominará los aspectos que sea necesario dominarlos en el mercado inmobiliario para poder asesorar a los clientes y poder refutarlos cuando sea apropiado.

4.3 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO DIRIGIDA A FUTUROS CLIENTES COMPRADORES

Para comprender, de una mejor manera, este mercado de futuros clientes compradores, se investigó el estudio sobre la Demanda Inmobiliaria en la Ciudad de Quito. Este estudio es el más completo y actual al momento.

A continuación se podrán ver características de la población de demandantes de viviendas en la Ciudad de Quito en muchos aspectos.

Este estudio además servirá para saber la población de interesados en adquirir vivienda en el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Después de tener la población de interesados se calculará mediante una fórmula la muestra de clientes compradores que serán encuestados mas adelante.

Para conocer las conclusiones de dicho estudio, primero se tiene que saber los antecedentes, por esto es que a continuación se podrá ver las características de la muestra que Gridcon tomó:

País	:	Ecuador, Sudamérica
Ciudad	:	Quito, casco urbano
Estudio	:	Características de la Demanda de Vivienda
Producto	:	Hombres y mujeres de 25 a 55 años con Intención de compra de Vivienda en los próximos 3 años.
Metodología:		Cuantitativa. Entrevistas personales utilizando un cuestionario semiestructurado.
Muestra	:	500 entrevistas. Se realizó un total de 1.335 contactos para alcanzar la muestra propuesta.
Por Sexo	:	Hombres : 277 Mujeres : 223
Por Edad	:	25 a 35 años : 186 35 a 55 años : 314

Por Nivel :	Alto :	36
	Medio Alto:	99
	Medio :	148
	Medio Bajo:	120
	Bajo :	97

Confianza : Nivel de Confianza del 95 %.

Margen error : Margen de error máximo + o – 4,47 %.

El 37, 47% de los contactados tienen la intención de adquirir casa o departamento en los próximos 3 años. Es decir, 500 contactos de los 1.355 quieren adquirir vivienda. Este porcentaje ha disminuido frente a años anteriores, según Gridcon¹⁷.

Según Gridcon, la proporción de dueños de viviendas ha aumentado en los últimos años, pero la demanda existente para todos los niveles socio económicos es todavía muy significativa.

Un dato muy interesante que Gridcon tiene en esta investigación es la diferencia que existe dependiendo los niveles socioeconómicos en lo que se refiere a arrendamientos de viviendas. Y esto es lógico, ya que, en general, siempre va a suceder que mayor será el porcentaje de personas de nivel socio

¹⁷ Gridcon consultores, “Estudio sobre la demanda inmobiliaria” Ciudad de Quito, Octubre del 2005

económico alto que tengan casas propias y este porcentaje irá decreciendo conforme decaiga el nivel socio económico.

Un indicativo muy importante para Aire y Tierra Inmobiliaria que viene de la investigación de Gridcon es el que se podrá analizar a continuación.

Los niveles socio económicos alto, y especialmente medio alto son los que en mayor porcentaje compran viviendas por inversión. Esto se da por el hecho de que en su mayoría estos inversionistas ya tienen su casa propia, y tienen dinero que desean invertirlo de alguna manera.

Una de las inversiones que da mayor rentabilidad en la actualidad es la construcción, por esto, dichos inversionistas buscan lugares en donde puedan aprovechar la plusvalía del sector y del entorno para percibir una rentabilidad mayor a la que podrían percibir por los intereses bancarios.

Cumbayá y Tumbaco son justamente excelentes opciones para estos inversionistas, que a la vez tendrán que ser clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

A continuación se graficarán dichos porcentajes:

Destinos de la nueva vivienda.¹⁸

(Compran para vivir en ella)

Cuadro 4.7

N.S.E	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
%	89.80%	77.80%	87.90%	91.20%	90%

Gráfico 4.7



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

¹⁸ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

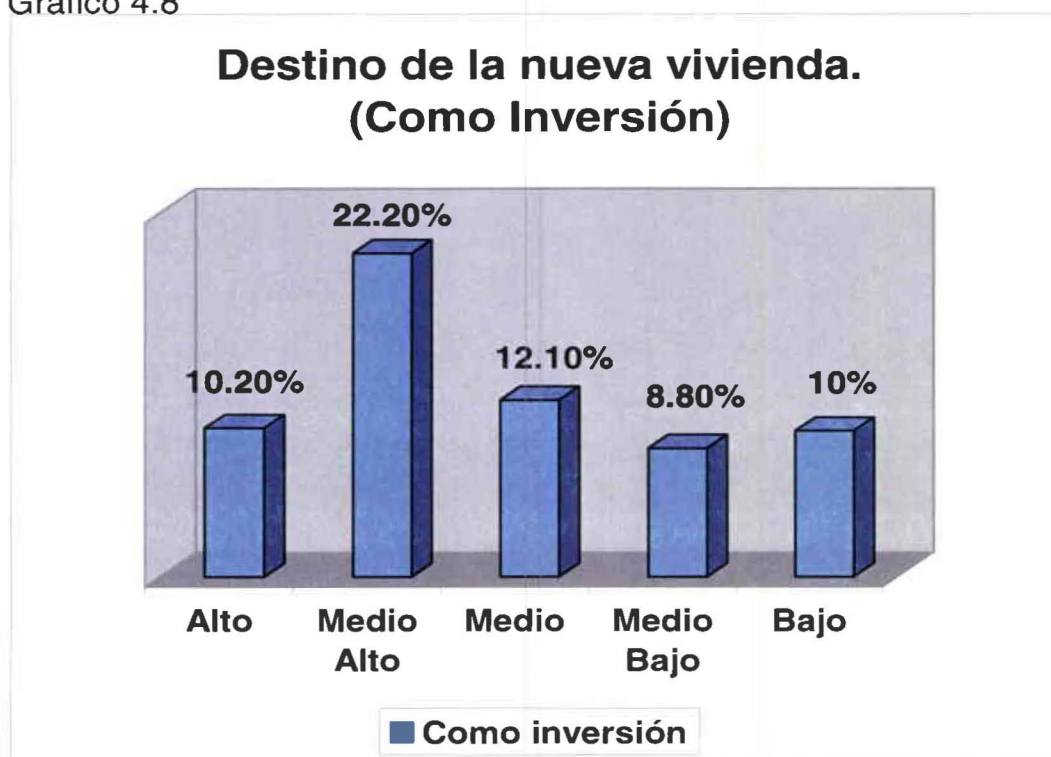
Destinos de la nueva vivienda.¹⁹

(Como Inversión)

Cuadro 4.8

N.S.E	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
%	10.20%	22.20%	12.10%	8.80%	10%

Gráfico 4.8



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

Como se puede ver en el cuadro y gráfico anterior, el nivel socio económico medio alto es el que más compra casas destinadas a inversión.

¹⁹ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Es un porcentaje muy alto si se analiza que de todos los compradores de casas o departamentos del nivel socio económico medio alto, el 22.2% compra sus viviendas por inversión. La mayoría de ellos, compran la casa para luego arrendar, y recibir un rédito mayor, o mucho mayor al que recibirían dejando el dinero en el banco.

Un comprador de una de las casas del proyecto de La Viña, del cual se hablará en el capítulo VI, lo hizo por inversión. Dicho inversionista compró la casa en un valor de \$350.000 y al momento arrienda la casa en un valor de \$3.200 mensuales.

Si dicho comprador depositaba en el banco el mismo monto de dinero, dicho inversionista hubiera tenido un rédito mensual bastante menor al que obtiene arrendando su casa.

Hay que tener en cuenta también que dicho inversionista se demoró menos de un mes en arrendar la casa, por lo que prácticamente no existió costo financiero.

Como se puede ver, es un gran negocio invertir en bienes raíces, especialmente en sectores de gran plusvalía. Dicho cliente es actualmente cliente de Aire y Tierra Inmobiliaria y al momento sigue buscando inmuebles en el sector para invertir.

Muchos de estos inversionistas también son oportunistas, y lo que hacen es comprar casas a precio de oportunidad. Como se dijo antes una casa a un precio de oportunidad, es generalmente una casa usada que se venda a un precio menor al que dicta el mercado. Lo que hacen estos inversionistas es comprar dicha casa a un excelente precio e invertir un poco de dinero en la casa para arreglar fallas, acabados, jardines, etcétera.

En cierto sentido maquillan a la casa para luego revenderla en un precio mucho más alto, y obtener así un rédito por esta transacción.

Existen muchas opiniones acerca de este tipo de inversionistas.

Algunos piensan que son aprovechadores y que aprovechan de la desesperación y la necesidad que tenga la gente por dinero para conseguir un bajo precio en la compra del inmueble, otros simplemente piensan que están haciendo un negocio, que quieren obtener réditos en un futuro y que para esto necesitan comprar un inmueble a un bajo precio.

Porcentaje de preferencias por niveles socioeconómicos y por sectores

Cuadro 4.9²⁰

Sectores	Total	Nivel Socioeconómico (%)				
		Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
Norte	56	91.1	74	59.7	37.2	44.2
Sur	28.5	4.8	9.6	21.6	39.6	46.8
Centro	1.8	0	1.6	0	3.6	2.6
Valles	12.3	4.8	11	16.3	16.8	3.9

Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

En el cuadro anterior se puede analizar que los interesados en adquirir vivienda prefieren todavía, en un 56% del total, al sector norte de la Ciudad de Quito, ya sea para invertir, o para vivir en ella.

También se puede ver de la misma manera, que el sector del Norte de Quito abarca la mayor parte del nivel socio económico alto, y prácticamente en todos los niveles va disminuyendo en su porcentaje conforme disminuya el nivel socio económico.

Si se analiza solamente los niveles socio económicos alto, medio alto y medio, que son los que interesa a Aire y Tierra Inmobiliaria, se puede ver que el norte de Quito es el sector que se lleva la mayor cantidad de demanda, pero también se puede ver, especialmente en el segmento medio alto, que los Valles tienen mayor porcentaje de demanda que el Sur de Quito.

²⁰ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Como se verá más adelante, el de Cumbayá y Tumbaco es el valle que mayor demanda tiene en el nivel socio económico medio alto, por lo que gran porcentaje de ese 11% de demanda del nivel socio económico medio alto en los valles pertenece a dicho sector.

A continuación se podrá ver un cuadro en donde se dividirá al segmento "Valles", en 3 de los 4 valles existentes en la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito.

Se analizará primero la demanda total dividida en los 3 valles y luego se lo hará por niveles socio económicos.

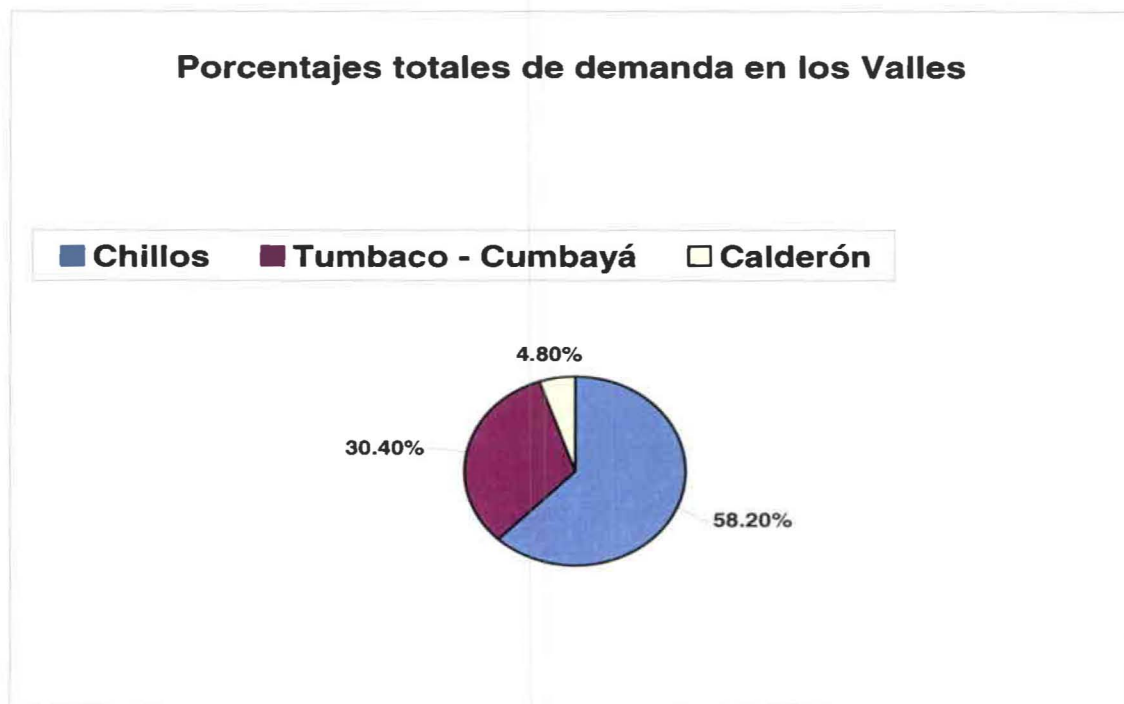
En el Distrito Metropolitano de Quito existen cuatro valles pero para efecto de esta investigación solo se tomó en cuenta los valles de Tumbaco – Cumbayá, Calderón y Los Chillos, y se dejó afuera al valle de Pomasqui.

Gráfico 4.9²¹**Demanda Total en los Valles**

Cuadro 4.10

Sector Valles	Total %
Chillos	58.20%
Tumbaco - Cumbayá	30.40%
Calderón	4.80%

Gráfico 4.9



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

Se puede ver que El Valle de Los Chillos abarca más del 50% del total de demanda en el sector de Los Valles.

El porcentaje que abarca Cumbayá y Tumbaco dentro de la demanda total de viviendas en Los Valles es un porcentaje bastante alto, especialmente si se toma en cuenta que en este Valle la demanda del nivel socio económico medio

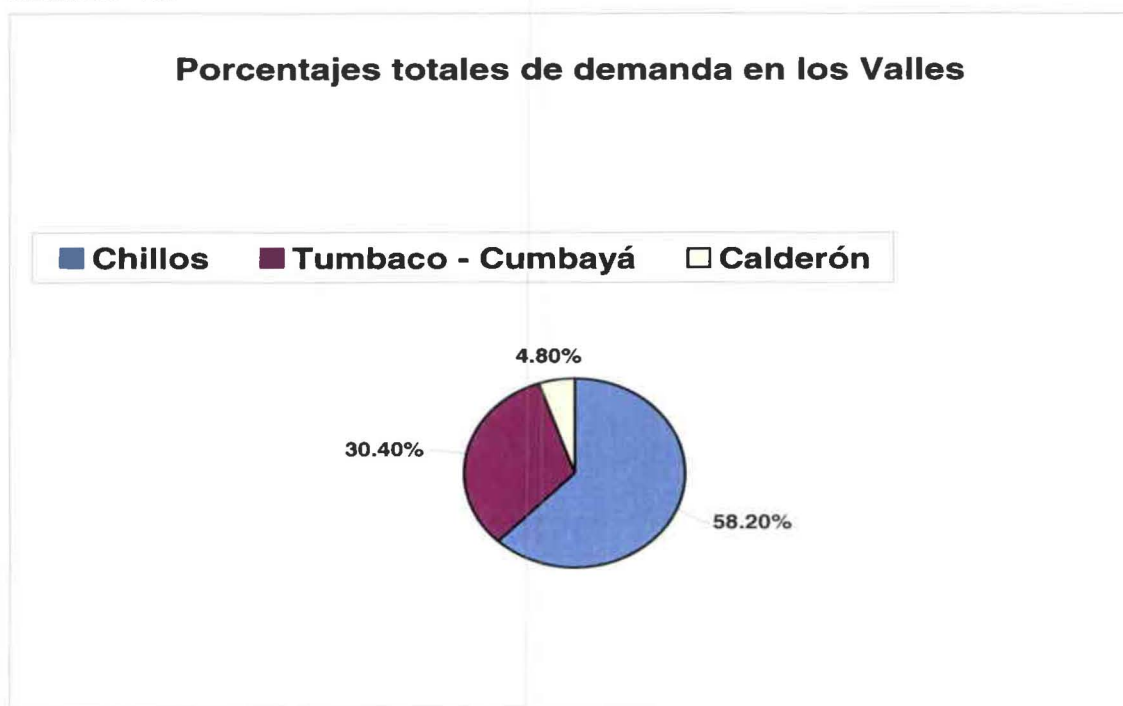
²¹ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Gráfico 4.9²¹**Demanda Total en los Valles**

Cuadro 4.10

Sector Valles	Total %
Chillos	58.20%
Tumbaco - Cumbayá	30.40%
Calderón	4.80%

Gráfico 4.9



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

Se puede ver que El Valle de Los Chillos abarca más del 50% del total de demanda en el sector de Los Valles.

El porcentaje que abarca Cumbayá y Tumbaco dentro de la demanda total de viviendas en Los Valles es un porcentaje bastante alto, especialmente si se toma en cuenta que en este Valle la demanda del nivel socio económico medio

²¹ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

es muy escasa y que prácticamente no existe demanda en el nivel socio económico bajo.

Esta no es la situación con el Valle de Los Chillos, que en la actualidad es considerado como un Valle multitarget. Esto quiere decir que Los Chillos es actualmente codiciado por todos los niveles socioeconómicos.

En el siguiente cuadro se podrá comprobar la demanda existente en los tres valles dentro de los distintos niveles socio económicos.

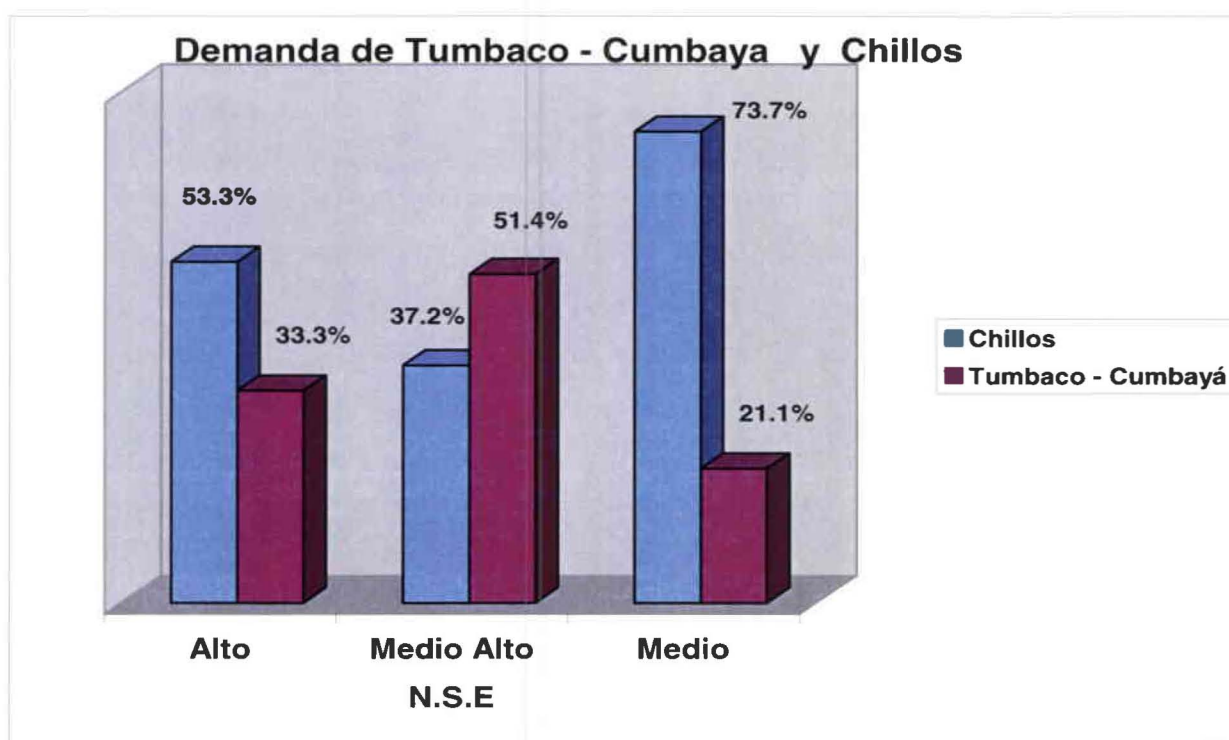
Además se analizará un gráfico, el cual no fue proporcionado por Gridcon consultores, en el cuál se hace una comparación entre los Valles de Cumbayá – Tumbaco y Los Chillos en los niveles alto, medio alto y medio.

Cuadro 4.11²²

Demanda en los Valles por Niveles Socioeconómicos

Sector Valles	Nivel Socioeconómico				
	Alto	Medio Alto	Medio	Medio Bajo	Bajo
Chillos	53.3%	37.2%	73.7%	56.7%	70.0%
Tumbaco - Cumbayá	33.3%	51.4%	21.1%	32.4%	5.0%
Calderón	0.0%	8.6%	2.6%	0.0%	15.0%

Gráfico 4.10



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

En el cuadro anterior se puede ver que todo el nivel socio económico alto se dividen entre el valle de Cumbayá – Tumbaco y el Valle de Los Chillos.

El valle de los Chillos tiene mayor demanda en este nivel socio económico, en comparación con el Valle de Cumbayá y Tumbaco, contrario a lo que sucede con el nivel socio económico medio alto, en el cual la demanda ya se divide

²² Gridcon consultores, “Estudio sobre la demanda inmobiliaria” Ciudad de Quito, Octubre del 2005

entre los tres valles, y en este caso Cumbayá y Tumbaco se llevan la mayor cantidad de demanda de viviendas.

El nivel socio económico medio alto ha crecido mucho en Cumbayá y Tumbaco en este último año, eso se podrá comprobar más adelante cuando se analizará la oferta de viviendas en el año 2.004 contra la demanda de viviendas en el año 2.005.

Algo muy interesante que se puede ver en el cuadro anterior, es el alto porcentaje de demanda que existe en el nivel medio bajo en Cumbayá y Tumbaco.

Este porcentaje es un dato a tomar en cuenta, especialmente por los constructores, que de acuerdo a lo que al momento están ofertando, piensan que Cumbayá y Tumbaco solamente es un nicho de mercado para familias de niveles socio económicos altos y medio altos.

Este estudio confirma que realmente la mayor demanda lo ocupa el nivel socio económico medio alto, pero que de igual manera existe demanda del nivel socio económico medio bajo.

Seria muy interesante ver la posibilidad de incluir este tipo de proyectos en el sector, pero algo muy importante que se tiene que tomar en cuenta es que este estudio realizado por Gridcon Consultores es dirigido a Hombres y Mujeres con intención de compra de Vivienda en los próximos 3 años.

Esta intención de compra por parte de los entrevistados pudo haber sido intención de comprar en Cumbayá, en Tumbaco, en los Chillos o en Calderón.

Por esta razón se tendrá que realizar muchos y muy buenos análisis para comprobar si daría resultado un proyecto en Cumbayá o Tumbaco enfocado al nivel socio económico medio bajo.

Además existe un factor importantísimo, y que algún rato tendrá que ir cambiando, ya que alguna vez este fenómeno también sucedió en Los Chillos y debe haber sucedido en un principio en muchos barrios de Quito.

Este factor es la zonificación impuesta por el municipio metropolitano de Quito, que es la cantidad de metros cuadrados que se permite construir dentro de un predio, y la cantidad de metros cuadrados de terreno que impone el municipio por unidad arquitectónica.

Actualmente, Cumbayá y Tumbaco todavía cuentan con zonificaciones en las cuales no se permite construir densamente, por lo tanto no se puede realizar proyectos destinados a niveles socio económicos bajos, ya que en estos proyectos los lotes por cada unidad de vivienda son muy pequeños, y la utilidad de los constructores al lanzar dichos proyectos está en la cantidad de casas construidas.

Ellos ganan muy poco por casa, pero construyen tantas casas que, por efectos de economías de escala, la utilidad total es muy buena. Esta es otra razón por la cual se tendría que realizar un buen estudio para ver si vale la pena y si se puede introducir a este nivel socio económico en Cumbayá y Tumbaco, pero el dato es muy interesante.

Como se puede ver en el gráfico anterior, Cumbayá y Tumbaco tienen más del 50% de demanda en el nivel socio económico medio alto dentro de los Valles.

Este dato es extremadamente alto si se compara con lo que expuesto por Gridcon Consultores en el estudio sobre la oferta de viviendas realizado en el año 2004.

En el Capítulo 1 en el Cuadro de Distribución porcentual de la oferta de unidades disponibles la Ciudad de Quito y Los Valles en los distintos niveles socio económicos (cuadro 1.3), se pudo ver que la oferta inmobiliaria en el nivel socio económico alto era mayor a la oferta inmobiliaria en el nivel socio económico medio alto.

Este cambio se ha suscitado principalmente en este último año, y la razón principal del porqué de esto se la puede ver en el gráfico anterior.

En el cuadro 4.11 se ve que la demanda inmobiliaria en el valle de Tumbaco y Cumbayá en el nivel socio económico medio alto es inclusive mayor a la demanda del mismo nivel socio económico en el valle de los Chillos.

Esta es la razón por la cuál la mayoría de proyectos actuales están dirigidos ya no al segmento alto, sino al medio alto. Ya no existe tanta demanda como hace un año destinada al nivel socio económico alto, ahora el nivel socio económico que codicia Cumbayá y Tumbaco es el medio alto.

Esta afirmación se la puede respaldar gracias a la investigación realizada personalmente, conociendo absolutamente todos los proyectos inmobiliarios nuevos a la venta en el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

En esta investigación se pudo comprobar que el precio de la mayoría de las viviendas de dichos proyectos de casas por estrenar en el sector oscilan en un rango de \$100.000 a \$150.000, a diferencia de proyectos de hace uno o dos años, que en su mayoría sobrepasaban los \$150.000.

Esto quiere decir que los promotores se han dado cuenta de la intención de compra de las familias en general y han empezado a construir, en su gran mayoría, proyectos destinados al nivel socio económico medio alto.

Gran parte de esto se da principalmente porque la gran mayoría de familias que tengan capacidad de comprar una casa que tenga un precio de mas de \$150.000 van a realizar el siguiente análisis:

Ellos saben que gastando esa cantidad de dinero se podrán comprar un terreno a su gusto, y en la mayoría de las veces más grande a lo que se les ofrece, a

parte de esto con una casa construida a su gusto, a su estilo, con el estilo arquitectónico de su preferencia, y en base a sus necesidades.

Esto no sucede con los compradores de niveles socio económicos menores principalmente porque ellos, a diferencia de los compradores de niveles socio económicos altos, no están en capacidad de pagar un terreno o una casa de contado.

En su mayoría necesitan préstamos bancarios o financiamiento directo de las constructoras, facilidades con las que difícilmente podrán contar si contratan a un arquitecto para construirse su casa a su gusto o si se compran terrenos que no estén dentro de un proyecto inmobiliario.

Esta es la principal razón por la cuál es más difícil para un promotor, vender una casa de precios elevados dirigida justamente a niveles socio económicos altos.

Este tipo de proyectos ya no son muy populares en el sector, pero eso no significa que las personas de nivel socio económico alto no vayan a ser futuros clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

La forma de satisfacer las necesidades de estos clientes es justamente buscar el terreno al gusto del comprador. Generalmente, los terrenos más demandados por ellos serán terrenos dentro de urbanizaciones cerradas, muy bien ubicados, cercanos a las principales zonas comerciales del sector,

del nivel socio económico medio alto y el 3,4393% del nivel socio económico medio, prefieren al valle de Tumbaco – Cumbayá como el lugar en el Distrito Metropolitano de Quito para comprar una vivienda, ya sea esta para vivir o para propósitos de inversión.

Si a estos porcentajes de la demanda los comparamos con los porcentajes de la oferta de viviendas investigados en el año 2.004 por gridcon, se puede sacar conclusiones muy interesantes, y para efectos de esto se realizará un cuadro que se analizará a continuación y que tampoco fue proporcionado por Gridcon:

Comparaciones entre oferta y demanda por niveles socio económicos en los valles

Cuadro 4.12

Investigaciones Gridcon Consultores	Niveles Socio Económicos		
	Alto	Medio Alto	Medio
Investigación de la Oferta (Año 2.004)	11,2%	4%	2,7%
Investigación de la Demanda (Año 2.005)	1.5984%	5.654%	3.4393%

Fuente: Autor
Elaboración: Aurtor

Este cuadro es muy interesante.

Se ve que en el 2.004 existió muchísima oferta de viviendas para el nivel socio económico alto. No existe un estudio de la demanda para el 2.004 por lo que no se puede saber si en ese año existió una sobre oferta.

Como se puede ver en el cuadro, la oferta de viviendas para el nivel socio económico medio alto en el año 2.004 fue menor a la demanda de casas en el 2.005. Como se dijo antes, este porcentaje del 4% a ido aumentando, especialmente en estos dos últimos años.

El nivel socio económico medio se encuentra un poco desatendido, ya que como se puede ver existe demanda, inclusive mayor demanda que el sector socio económico alto.

El cuadro que viene a continuación es un cuadro, igualmente proporcionado por información de Gridcon Consultores, en el cual se analiza cuales son los medios más populares para buscar información sobre viviendas a la venta por parte de los compradores. El cuadro es muy importante para este estudio ya que confirma que los medios publicitarios que utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria son los medios donde buscan información los futuros compradores, y futuros clientes de Aire y Tierra.

Cuadro 4.13²³

MEDIOS DONDE COMPRADORES BUSCAN INFORMACION

Medios	Porcentaje
Prensa	45%
Televisión	29%
Ferias	24%
Amigos	15%
Revistas	7%
Internet	2%
Constructores	1%

Revistas	Porcentaje
Constructores	13,5%
El Portal	8,1%
Inmobiliaria	8,1%
Mutualista	5,4%
Ecuhabitat	5,4%
P.Habitacionales	2,7%

Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

Como se puede ver en el primer cuadro, la prensa es el mejor medio para la búsqueda de vivienda, según Gridcon²⁴ siempre ha sido el mejor medio de búsqueda para los compradores. Las ferias de la vivienda y la televisión también captan buena porción del mercado. Las revistas anteriormente ocupaban solamente un 0,6% del mercado, pero ahora como se puede ver ocupan un 7,4% de las preferencias, donde los principales son el material promocional de promotores y constructores, y la Revista El Portal Inmobiliario para los niveles socio económicos Alto, Medio Alto y Medio.

Lo anotado anteriormente confirma que al utilizar la Revista El Portal Inmobiliario como una de las herramientas que Aire y Tierra Inmobiliaria utilizará para promocionarse, es una buena decisión, y de eso se hablará en un próximo capítulo.

²³ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

²⁴ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

El Portal Inmobiliario debería ser una herramienta eficaz y se sabe que la información impresa en la revista será leída por un porcentaje de los interesados en adquirir vivienda en Cumbayá y Tumbaco, ya que como se ha dicho antes, es un sector en donde se oferta y demanda casas destinadas a los niveles socio económicos Alto, Medio Alto y Medio.

Otro de los medios que utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria para promocionarse será la prensa, y como se confirma en el cuadro anterior, la prensa ocupa casi el 50% del mercado. Casi la mitad de futuros compradores buscan los inmuebles promocionados en la prensa.

Demanda Potencial

Según Gridcon la Demanda Potencial se refiere al número de hogares en la ciudad de Quito que están interesados en adquirir vivienda en un periodo de 3 años.

Por Periodo de intención de compra

Según Gridcon el interés por la compra de vivienda en los próximos tres años para la ciudad de Quito y para todos los niveles socio económicos es del

37,5%²⁵. Este porcentaje viene de la cantidad de contactos que Gridcon tuvo que localizar para alcanzar la muestra propuesta, que fue de 500 personas.

Gridcon contactó a 1.355 personas, de las cuales el 37,5% de ellas son los 500 contactos.

Esta cifra es menor a los estudios realizados en los años anteriores, pero las cifras son muy parecidas a las que se daban antes de la dolarización.

Este 37,5% representa para la ciudad de Quito un total de 167.158²⁶ hogares que quieren adquirir vivienda en los próximos tres años.

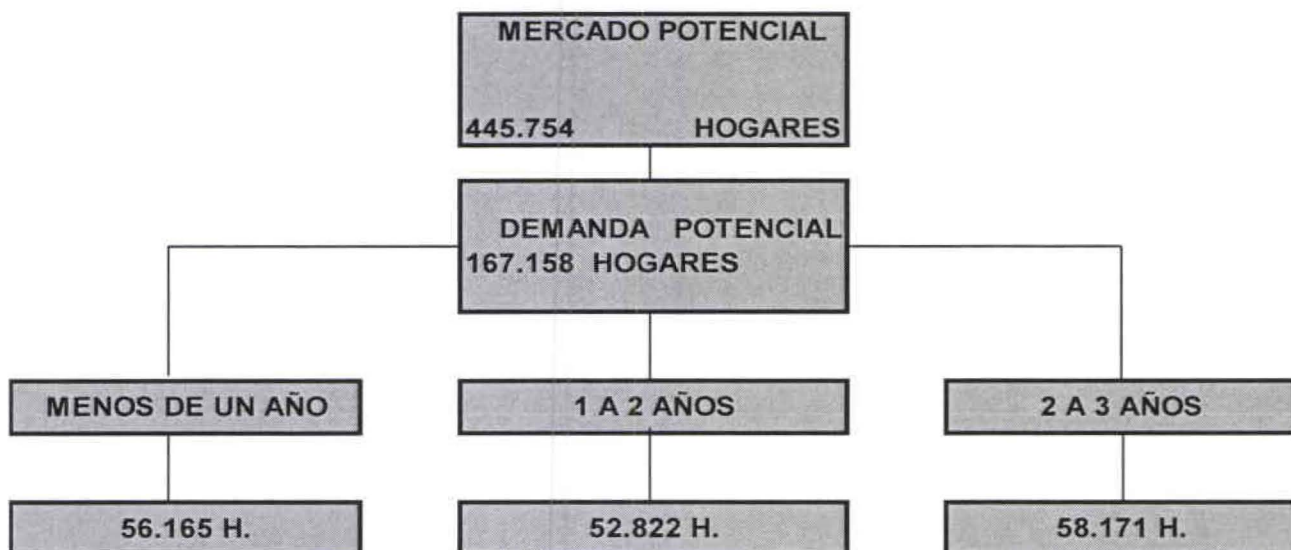
A continuación se podrá ver la diferencia en los porcentajes y las cifras de adquirir vivienda en los tres períodos distintos. Menos de 1 año, de 1 a 2 años y de 2 a 3 años.

²⁵ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

²⁶ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Cuadro 4.14²⁷

Número de hogares interesados en adquirir vivienda



Fuente: Estudio sobre la Demanda Inmobiliaria, Octubre 2.005

Como se puede ver en los cuadros anteriores, el mercado potencial que está conformado por todos los hogares en la Ciudad de Quito.

De estos 445.754²⁸ hogares, **167.158** son el total de hogares que conforman la demanda potencial.

De este total de demanda potencial, el 33,6% desea adquirir una casa en menos de un año, el 31,6%, la quiere en el rango de un año a dos años, y el 34,8% de la demanda potencial quiere adquirir una casa en el rango de dos a tres años.

²⁷ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

²⁸ INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos) de acuerdo al último censo realizado en el año 2.001

A continuación, se analizará un cuadro y un gráfico que sintetizan los hogares que están interesados en adquirir vivienda en cada nivel socio económico en número de hogares.

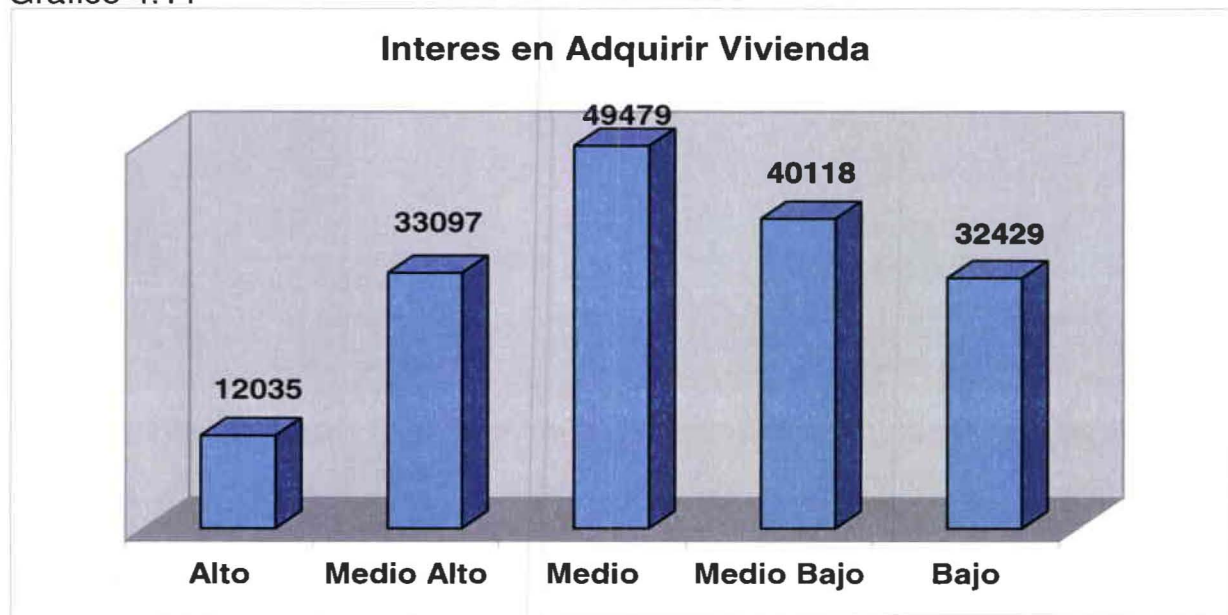
A partir de dichos cuadro y gráfico, se enfocará este estudio hacia Tumbaco y Cumbayá. De esta manera se podrá saber cuál es la cantidad de hogares que buscan vivienda en el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

**Interés en Adquirir Vivienda por Nivel Socio Económico en un período de
3 años
(Demanda Potencial)²⁹**

Cuadro 4.15

Nivel Socio Económico	Numero de Hogares	Porcentajes (%)
Alto	12,035	7.20
Medio Alto	33,097	19.80
Medio	49,479	29.60
Medio Bajo	40,118	24.00
Bajo	32,429	19.40
Total	167,158	100.00

Gráfico 4.11



Fuente: Estudio sobre la demanda Inmobiliaria, Octubre 2005

²⁹ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

En el gráfico anterior se puede ver la cantidad de hogares en los distintos niveles socio económicos que desean adquirir una vivienda en los próximos tres años.

Según Gridcon estos porcentajes han aumentado significativamente en los niveles socio económicos Alto y Medio alto con respecto a años anteriores.

Al mismo tiempo se puede ver que los niveles socio económicos Alto y Medio Alto solamente representan el 27% del total de interesados.

Puede parecer un porcentaje bajo, pero si se transforma a número de hogares, específicamente en el Sector de Cumbayá y Tumbaco como se hará a continuación, se podrá ver que el negocio de una Inmobiliaria en un sector todavía no muy explotado por intermediarios para la venta o arriendo de inmuebles parece ser un excelente negocio.

Para saber exactamente cuantos hogares en total y cuantos hogares por niveles socio económicos desean adquirir una casa en el Sector de Cumbayá y Tumbaco se realizaron las siguientes actividades, cuyos respectivos cuadros fueron realizadas exclusivamente para este estudio.

Como se vio anteriormente, con lo cálculos realizados, Cumbayá y Tumbaco representan el 3,7392% del mercado total de demanda de vivienda en los próximos tres años en el Distrito Metropolitano de Quito.

Esto representa a 6.250 Hogares.

El Valle de Cumbayá y Tumbaco es demandado para vivir por el 1,5984% del nivel socio económico alto, esto se puede confirmar en el cuadro 4.12.

Este porcentaje representa a 192 Hogares. Es un porcentaje altísimo si se toma en cuenta los precios de las casas que dicho nivel socio económico adquiere.

El 5,654% del nivel socio económico medio alto, cuadro 4.12, quiere adquirir una vivienda en Cumbayá o Tumbaco, esto equivale a 1.871 hogares.

Son gran cantidad de hogares, y de acuerdo a lo que ha sucedido en el mercado en los pasados dos años, este porcentaje de hogares que busquen casas irá aumentando conforme pase el tiempo.

El 3,4393% del nivel socio económico medio quiere adquirir una vivienda en Cumbayá o Tumbaco, Cuadro 4.12.

Este porcentaje representa a 1.702 hogares.

Si bien el porcentaje con relación al total del nivel socio económico medio no parece alto, en hogares la cantidad es casi igual a la demanda del nivel socio económico medio alto.

La suma de todos los hogares dentro de los tres niveles socio económicos antes mencionados que quieren adquirir una vivienda en el sector de Cumbayá y Tumbaco es de 3.765 hogares. Muchos de ellos serán en un futuro clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Los 2.485 restantes hogares pertenecen al nivel socio económico medio bajo y bajo, pero en realidad prácticamente ninguno de estas personas u hogares serán futuros clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria, ya que como se vio en el estudio de oferta realizado por Gridcon en el año 2.004, y se comprobó en el estudio realizado analizando proyecto por proyecto en la actualidad, no existe oferta de casas destinadas a estos niveles socio económicos.

Como se pudo ver, estos 6.250 hogares, son los hogares que quieren adquirir vivienda en el sector de Cumbayá y Tumbaco, que tienen el interés de adquirir una vivienda en el sector, pero una cosa muy distinta es querer a poder, por esta razón para saber en realidad cuantos serían los interesados, y al mismo tiempo los que estén en capacidad de adquirir una vivienda en el Valle de Cumbayá y Tumbaco, no se tiene que tomar en cuenta la Demanda Potencial, sino que se tiene que tomar en cuenta la Demanda Potencial Calificada Total.

Demanda Potencial Calificada (D.P.C)³⁰

Según Gridcon la Demanda Potencial Calificada muestra la magnitud o tamaño real del mercado y refleja el interés en la compra de vivienda determinada en los anteriores análisis como Demanda Potencial, pero además los interesados tienen la capacidad económica para poder adquirirla bajo las condiciones actuales del mercado.

Para los cálculos de la Demanda Potencial Calificada se diferencia entre quienes manifiestan la intención de comprar la nueva vivienda al contado y quienes lo harán a crédito.

Los hogares que cumplen con los requisitos para ingresar en la Demanda Potencial Calificada deben cumplir con las 3 siguientes condiciones:

- * Que estén interesados en adquirir vivienda en el plazo de 3 años
- * Que tengan calificación para acceder a la oferta de vivienda, en términos de independencia laboral o profesional, hábiles para contratar y dentro de los parámetros de edad para ser sujetos de crédito.
- * Que tengan capacidad económica, es decir que disponen del valor de la cuota inicial y de las cuotas mensuales de la vivienda que quieran comprar, o que tengan la capacidad de pagar de contado.

³⁰ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Demanda Potencial Calificada Total ³¹

El tamaño real de la Demanda Potencial Calificada Total para el periodo de 3 años es de 26.033 hogares, que resulta de la suma de los que piensan comprar de contado que representan 16.716 hogares y 9.317 hogares que realizarán la compra a crédito.

A continuación se realizará un cuadro y un gráfico en el que se podrá ver cuál es la Demanda Potencial Calificada Total dividida por niveles socio económicos.

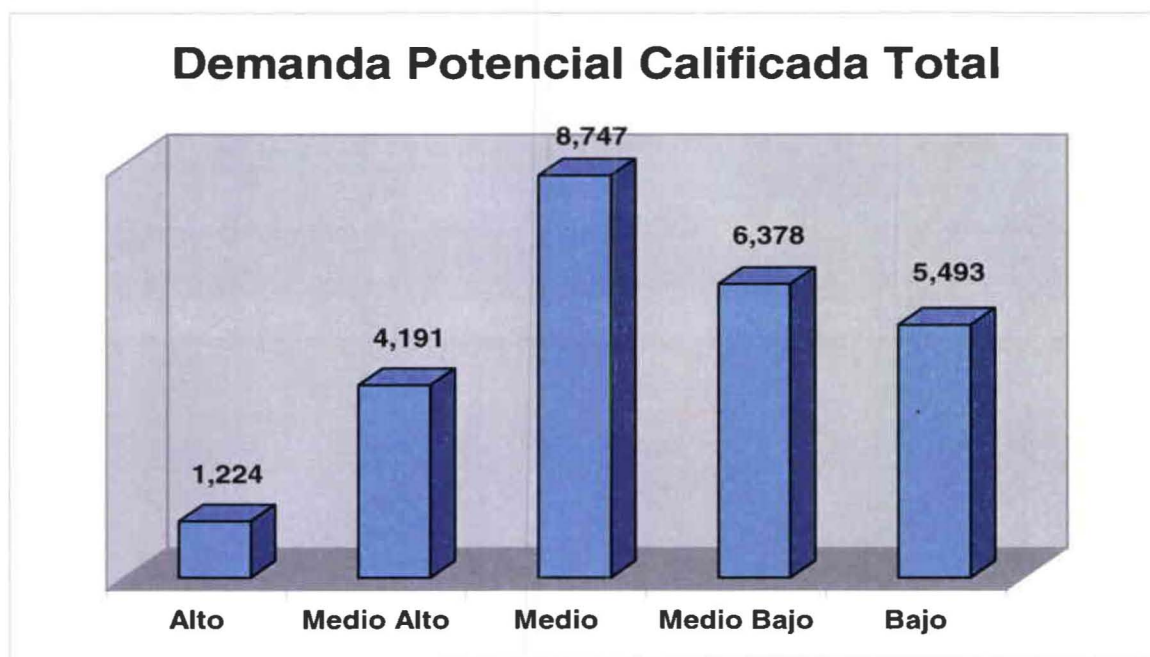
³¹ Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

**Interés en Adquirir Vivienda por Nivel Socio Económico en un período de
3 años
(Demanda Potencial Calificada Total)³²**

Cuadro 4.16

Nivel Socio Económico	Numero de Hogares	Porcentajes (%)
Alto	1,224	4.70
Medio Alto	4,191	16.10
Medio	8,747	33.60
Medio Bajo	6,378	24.50
Bajo	5,493	21.10
Total	26,033	100.00

Gráfico 4.12



Fuente: Estudio sobre la demanda inmobiliaria, Octubre 2005

Como se puede ver, el número de hogares que pueden y quieren comprar una vivienda en los próximos tres años disminuyó de una manera notable.

³² Gridcon consultores, "Estudio sobre la demanda inmobiliaria" Ciudad de Quito, Octubre del 2005

Si se calcula el 3,7392% de 26.033 hogares, que es la Demanda Potencial Calificada Total, se tiene que son 972 hogares los que desean y tienen la capacidad de comprar una vivienda en Cumbayá o Tumbaco.

El 1,5984% de hogares que pertenecen al nivel socio económico Alto, representan un total de 20 familias que desean adquirir vivienda en Cumbayá o Tumbaco.

Este número de hogares no es alto, pero para entender el negocio de Aire y Tierra Inmobiliaria se puede explicar que si la Inmobiliaria solamente vende 1 casa mensual para el nivel socio económico alto, en promedio, una casa de \$300.000 y la comisión a recibir sería del 4%, Aire y Tierra Inmobiliaria tendría un ingreso anual de \$144.000. Estos \$144.000 vendrían solamente por la intermediación en la compra y venta de casas destinadas a este nivel socio económico.

De igual manera, los arriendos que pagan hogares del nivel socio económico alto oscilan entre \$3.000 a \$4.000, y algunas veces hasta mayores.

El 5,654% del nivel socio económico medio alto puede y quiere adquirir una vivienda en Cumbayá o Tumbaco, esto equivale a 237 hogares.

Como se puede este valor si es significativo, y muchas de estas familias serán clientes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

El 3,4393% del nivel socio económico medio quiere adquirir una vivienda en Cumbayá o Tumbaco, este porcentaje representa a 300 hogares.

Este altísimo número de hogares del nivel socio económico Medio Alto y Medio son los principales causantes del cambio en el mercado inmobiliario en el Sector de Cumbayá y Tumbaco en estos últimos años.

Este alto número de hogares demandantes de bienes inmuebles en el sector han hecho que ahora la oferta de inmuebles estén en su mayoría enfocados a estos niveles y no al nivel socio económico alto como hace dos años.

La suma de hogares que quieren adquirir una casa en el sector de Cumbayá y Tumbaco dentro de los niveles socio económicos Alto, Medio Alto y Medio es de 557 hogares.

Los 415 hogares restantes que quieren y pueden adquirir una vivienda en Cumbayá y Tumbaco pertenecen al nivel socio económico medio bajo y bajo, pero como se dijo anteriormente, en la actualidad no existe oferta de casas destinadas a estos niveles socio económicos, a pesar de que el número de hogares es muy alto.

Por esta razón, sería muy interesante realizar un estudio, especialmente por las disposiciones municipales, para analizar si es conveniente realizar un proyecto inmobiliario enfocado a estos niveles socio económicos.

interesadas en conocer los inmuebles que estén a la venta en sus proyectos inmobiliarios.

Se entrevistó y se encuestó a dichos futuros clientes compradores después de que estos hayan conocido las características del proyecto y de los inmuebles.

De la misma manera que se hizo con los entrevistados en la feria de la construcción se les explicaba que el objetivo era mejorar el servicio de intermediación inmobiliaria.

En este caso fue un poco más difícil conseguir entrevistas buenas por la falta de tiempo disponible de los mismos, en general fueron entrevistas muy puntuales, sin muchos comentarios por parte de estos, pero siempre importantes para efectos del estudio de mercado. El 100% de los futuros clientes compradores llenaron la encuesta.

- La tercera herramienta utilizada para encuestar y entrevistar fue sacar provecho al trabajo empleado anteriormente en la constructora Falproyec S.A. Lo que se hizo fue contactarse con casi todos los clientes que llamaron, visitaron y estuvieron interesados en un proyecto realizado en el Sector de La Viña en Tumbaco. En total fueron 72 los clientes que llamaron o visitaron el proyecto de La Viña antes de que el mismo se venda en su totalidad.

De la totalidad de llamadas realizadas se pudo encuestar y entrevistar telefónicamente a 28 de ellos. Esto es un 38,88% de la totalidad.

Como se puede apreciar, las cuatro herramientas utilizadas para contactar a clientes compradores fueron en base a proyectos por estrenar.

Las primeras entrevistas y encuestas se realizaron en a la feria de la construcción, que obviamente son todos proyectos por estrenar.

Las segundas entrevistas y encuestas se realizaron en base a visitas a proyectos por estrenar.

Las terceras entrevistas y encuestas se realizaron en base a los clientes captados en el proyecto La Viña, que fue un proyecto por estrenar vendido ya en su totalidad hace algunos meses.

La cuarta herramienta utilizada fue en base al proyecto La Escondida, que se vende en planos.

Después de este análisis se podría decir que todos los clientes compradores entrevistados y encuestados solamente buscaban inmuebles nuevos, pero no es así, a diferencia del caso de los clientes vendedores, se pudo ver que de hecho existen muchos clientes compradores que buscan inmuebles ya sean usados o por estrenar.

Muchos clientes compradores no buscan específicamente inmuebles nuevos o inmuebles usados, ellos buscan inmuebles que satisfagan sus necesidades, ya

sean estas de servicios de la urbanización, del entorno, tipos de acabados, distribución de la casa, número de cuartos, espacios sociales, cercanía a centros comerciales, al hospital, al supermaxi, estilo de construcción, precio, metros cuadrados de construcción y de terreno, y muchos otros aspectos que influyen en la decisión de compra de un inmueble.

Esto casi no se da en el caso de clientes vendedores, ellos o solo venden proyectos propios por estrenar o solo venden casas propias usadas.

Muy raro será el caso en el que un cliente vendedor esté intermediando un inmueble propio usado y un inmueble propio por estrenar al mismo tiempo

Esto se puede dar en casos extremos como que un promotor de algún proyecto específico por estrenar, esté vendiendo su propia casa, ya utilizada.

En el caso de clientes compradores, se pudo confirmar gracias a la entrevista, que en su mayoría buscan inmuebles o nuevos o usados, siempre que estos estén dentro de su presupuesto.

Una importante conclusión que se logró sacar gracias a la entrevista realizada es que lo primero que se tiene que saber para dar un buen servicio al cliente comprador es su presupuesto, ya que hubo algunos entrevistados que afirmaron que en algunos casos los Corredores de Bienes Raíces les llevan a inmuebles que están totalmente fuera de su presupuesto, que talvez tengan las características que ellos necesitan, pero que es imposible para ellos

comprarlos porque se pasan del presupuesto. Se dijo que "les hacen perder el tiempo".³³

Esto es lógico y no solamente se pierde el tiempo de los clientes compradores, además de ellos se pierde el tiempo de los clientes vendedores y de los Corredores de Bienes Raíces o inmobiliarias que no han realizado una buena investigación y una buena recopilación de datos del cliente. No se han dado el trabajo de investigar exactamente que características tiene que tener el inmueble que buscan los clientes compradores.

Otra observación muy interesante que se pudo sacar de algunas de dichas entrevistas es la misma queja que se oyó de los clientes vendedores.

Se dijo que muchas veces no conocen ni siquiera el inmueble, que se nota que es la primera vez que han entrado al inmueble.

Textualmente se cita a continuación lo dicho por un cliente. "Es una vergüenza el servicio que dan, esta señora que me llevó a conocer una casa y ni siquiera la conocía, me parece una falta de respeto hacia mí y hacia el dueño de la casa".³⁴

En otra entrevista se dijo que "estuvieron paseando por media hora, y haciéndome perder el tiempo hasta encontrar el terreno".³⁵

³³ Sr. Fausto Saa, interesado en comprar casa hasta el Sector de Cumbayá

³⁴ Sra. Ivón Arízaga, interesada en comprar una casa hasta Tumbaco

³⁵ Sra. Mireya de León, interesada en comprar un Terreno hasta El Arenal

Como se puede ver, existen gran cantidad de Corredores de Bienes Raíces que dan un servicio deplorable.

Se cree que pueden existir casos en los cuales no se recuerda como dar con la ubicación del inmueble, pero eso es lo que se tratará de anticipar en Aire y Tierra Inmobiliaria.

Lo que harán los integrantes de la Inmobiliaria en esos casos es ir un día antes, o una hora antes a buscar la ubicación del inmueble para no pasar por ese tipo de inconvenientes con los futuros clientes compradores.

Además de eso se tiene que saber que inmuebles son los que se enseñará a los futuros clientes compradores antes de ir a la reunión, siempre sabiendo que se enseñará solamente inmuebles que se piense que puedan satisfacer las necesidades de los futuros clientes compradores, sabiendo que es extremadamente importante el presupuesto como se dijo anteriormente.

El personal de Aire y Tierra Inmobiliaria sabrá el recorrido que se realizará y los inmuebles que se visitarán antes de empezar la reunión, de esta manera no se hará perder tiempo a los clientes compradores, que por lo que se pudo ver, en su gran mayoría, especialmente si no es fin de semana, están apurados y muy cortos de tiempo.

Además de saber el recorrido que se realizará para conocer los inmuebles, se tiene siempre que confirmar con los clientes y dar las características básicas de

las casas o inmuebles que se conocerán, de tal manera que el cliente esté satisfecho con las casas que se van a visitar, además de asegurarse que el cliente no haya conocido dichas casas o dichos proyectos anteriormente.

Muchos de los entrevistados dijeron que hay veces en que conocen inmuebles totalmente diferentes y con características distintas a lo que ellos están buscando, no solamente en el presupuesto.

Un cliente nos comentó su disconformidad con ciertos Corredores de Bienes Raíces con estas palabras “yo pedí que me enseñen solamente casas en Cumbayá y me llevaron a ver tres casas en Tumbaco, me hicieron perder el tiempo, yo no quería casas en Tumbaco, yo quería en Cumbayá”.³⁶

Lo que se puede ver es que dichos Corredores de Bienes Raíces o inmobiliarias no realizan una buena investigación al cliente, no recopilaron los datos que se necesitan recopilar del cliente, para de esta manera encontrar lo más rápido posible el inmueble apropiado al cliente comprador, y no perder el tiempo del cliente, y por supuesto de Aire y Tierra.

Lo que hará el personal de Aire y Tierra inmobiliaria para no pasar por los mismas dificultades, es realizar un tipo de formulario, se llenará este formulario con las características de los inmuebles que quiere cada cliente antes de ir a conocer los inmuebles con el mismo.

³⁶ Sra. María Inés Falconí, interesada en comprar una casa hasta Cumbayá

Esto generalmente sucederá solamente cuando se hable por teléfono con los clientes, porque personalmente ya no se llena formularios o encuestas, lo que se hace es preguntar directa y específicamente las mismas preguntas planteadas en el formulario, pero sin llenar los datos de la misma.

En la formulario se planteará todo tipo de preguntas claves para saber a perfección las necesidades básicas del inmueble que quiere adquirir el cliente comprador.

El formulario que se llenará será la siguiente:

Quiere comprar o arrendar -----

Que tipo de inmueble busca

Casa ----- Departamento ----- Terreno ----- Otros -----

Hasta donde estaría dispuesto a irse.

Miravalle----- Cumbayá ----- Tumbaco ----- Puembo -----

Cual es el Presupuesto -----

Si quiere casas, las quiere por estrenar ----- usadas -----

Número de cuartos -----

Busca, Seguridad ----- Cercanía ----- Comodidad -----

Espacios grandes ----- Terreno grande ----- Vista -----

Observaciones -----

Se tiene que saber que este formulario lo llenará cada uno de los vendedores de Aire y Tierra, de tal manera que si se tiene que aumentar algún otro requerimiento específico del cliente se anotará en observaciones.

El objetivo primordial del formulario es saber que es lo que busca el cliente y como lo quiere. De esta manera no se perderá el tiempo del cliente y se llegará a cerrar negociaciones de una manera más rápida.

Otra queja que se recibió por parte de los clientes compradores al momento de realizar la entrevista fue que ellos afirman que muchos de los Corredores de Bienes Raíces dan un muy buen servicio pero solamente en la primera reunión. Que después de la primera reunión no les llaman nunca más.

En conclusión que no hacen un seguimiento al cliente, que los mismos clientes son los que les tienen que llamar o para que les busquen otros inmuebles o para volver a ver un inmueble que les ha interesado.

Se piensa que esto se da por la falta de organización que dichos Corredores de Bienes Raíces tienen, esto ocasiona que queden mal con los clientes y además que puedan perder una venta o un arriendo de un inmueble solamente por el hecho de no realizar un buen seguimiento del cliente.

Aire y Tierra Inmobiliaria realizará siempre un seguimiento a los futuros clientes compradores y vendedores.

Para la técnica de las encuestas se realizó una muestra de 82 encuestas, y al igual que las encuestas realizadas para los clientes vendedores se planteó solamente preguntas cerradas para tratar de llegar a tener una información justa y precisa, que ayude a tomar las mejores decisiones y conclusiones que sirvan para el futuro funcionamiento de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Para saber la muestra de encuestas que se tenían que realizar se siguió la fórmula que se plantea mas adelante. Mediante la fórmula planteada el resultado de la muestra fue de 82 encuestas en una población de 557 hogares, que son los hogares que conforman la demanda potencial calificada en los niveles socio económicos alto, medio alto y medio.

Como se vio antes esta población de 557 clientes compradores viene de una fuente muy precisa y actualizada.

Los cálculos para obtener los 557 hogares se han hecho en base a la Investigación realizada por Gridcon consultores por lo que se sabe que los datos y las conclusiones que se puedan sacar serán muy provechosas para la investigación.

La fórmula que dio el resultado una muestra de 82 clientes compradores se ve a continuación:

³⁷ **Fórmula (4.2)**

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Tamaño muestral

N = Tamaño de la población

Z = Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$

p = Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse hay que aplicar

p = 0.5

q = 1 - p

i = Error que se prevé cometer.

Los autores recomiendan calcular tamaños muestrales para $\alpha = 0,05$, y un error 0,1.

³⁷ Carrasco JL. El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid. Editorial Ciencia.

Hulley SB, Cummings SR. Diseño de la investigación clínica. Ed Doyma. Barcelona 1993.

Kelsey IL, Thompson WD, Evans A. Methods in observational epidemiology. New York. Oxford University Press 1986.
Mira JJ, Gómez J, Aranz J, Pérez E. Auditoría de historias clínicas: ¿Cuál es el tamaño adecuado de la muestra?.
Todo Hospital 1997; octubre: 58-64

$$N = 557$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$i = 0.1$$

El resultado aplicando la fórmula con los datos anteriores es de 82 encuestas.

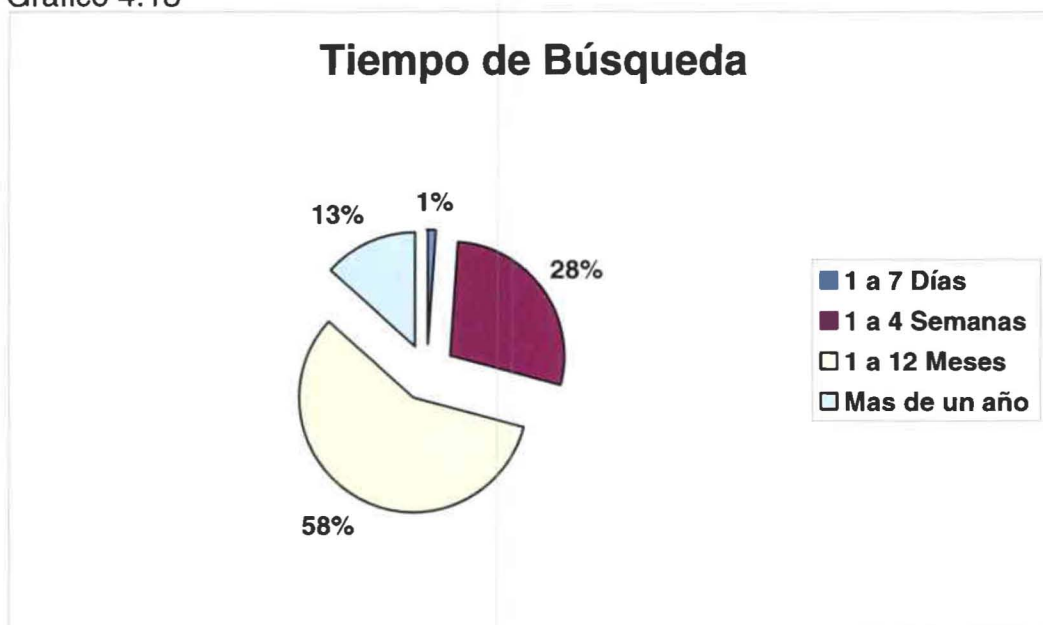
A continuación, se tabulará los resultados de las encuestas dirigidas a los futuros clientes compradores y se analizará los pros y contras que tendrá Aire y Tierra Inmobiliaria, en base al resultado de las mismas.

1.- Tiempo de búsqueda de los inmuebles de los encuestados

Cuadro 4.17

Tiempo de Búsqueda	Cantidad	%
1 a 7 Días	1	1.22
1 a 4 Semanas	23	28.05
1 a 12 Meses	47	57.32
Mas de un año	11	13.41
Total	82	100

Gráfico 4.13



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autor

La primera pregunta de la encuesta fue realizada para analizar cuanto tiempo estaban buscando inmuebles los clientes compradores al momento que se les encuestó.

Se pensó que el resultado iba a ser muy parecido a lo que en realidad se tabuló.

Casi el 60% de los encuestados, 319 interesados si se toma en cuenta la población total, después de haber tomado la decisión de comprar un inmueble, y ser capaces de comprarlo, se toman de 1 a 12 meses para comprar el inmueble que haya llenado sus expectativas.

Este valor es bastante lógico según lo que se piensa, semanas es muy poco tiempo para tomar una decisión de que inmueble comprarse y años es demasiado tiempo para decidirse, por lo que meses es el intervalo lógico en demorarse en encontrar el inmueble ideal.

Como se puede ver, el 1,22% de ellos llevaba solamente días buscando su inmueble ideal, este porcentaje es relativo, fue solamente coincidencia, tendría que ser un caso extremadamente especial y raro si un cliente conoce una casa y decide comprarla sin ver otras opciones.

Se puede dar, pero el porcentaje será muy cercano a cero.

El 28% de los encuestados lleva semanas buscando sus inmuebles. Es un porcentaje bastante alto, pero se tiene que tomar en cuenta que la mayoría de ellos pasarán en muy poco tiempo al intervalo de meses.

El porcentaje de interesados en inmuebles que ya han estado durante mas de un año buscando inmuebles es sorprendente. Se hubiera pensado que este porcentaje sería bastante menor.

Se tiene que tomar en cuenta que dichos encuestados ya son parte de la Demanda Potencial Calificada Total, son personas que están en la capacidad de comprar un inmueble, por lo tanto son personas que encuentran el inmueble que llene sus expectativas y lo compran.

Otro punto que se tiene que saber es que dichos encuestados quieren comprar un inmueble solamente en Cumbayá o Tumbaco, por esto sorprende ver que un 13,41% de ellos después de un año de búsqueda no haya encontrado todavía el inmueble ideal.

Si se calcula el 13,41% del total de interesados en comprar viviendas en Cumbayá o Tumbaco, se tiene que 75 familias se han demorado mas de un año en encontrar el inmueble que llene sus expectativas.

Como se puede ver, en base a esta pregunta se sacaron conclusiones importantes pero en cierto modo un poco predecibles.

El objetivo principal de realizar esta pregunta a los encuestados fue para apreciar cuanto tiempo estuvieron utilizando Corredores de Bienes Raíces o inmobiliarias hasta el momento de llenar los formularios.

En base a las respuestas percibidas, solamente uno de ellos podría no tener experiencia con Corredores de Bienes Raíces o inmobiliarias, pero todos los

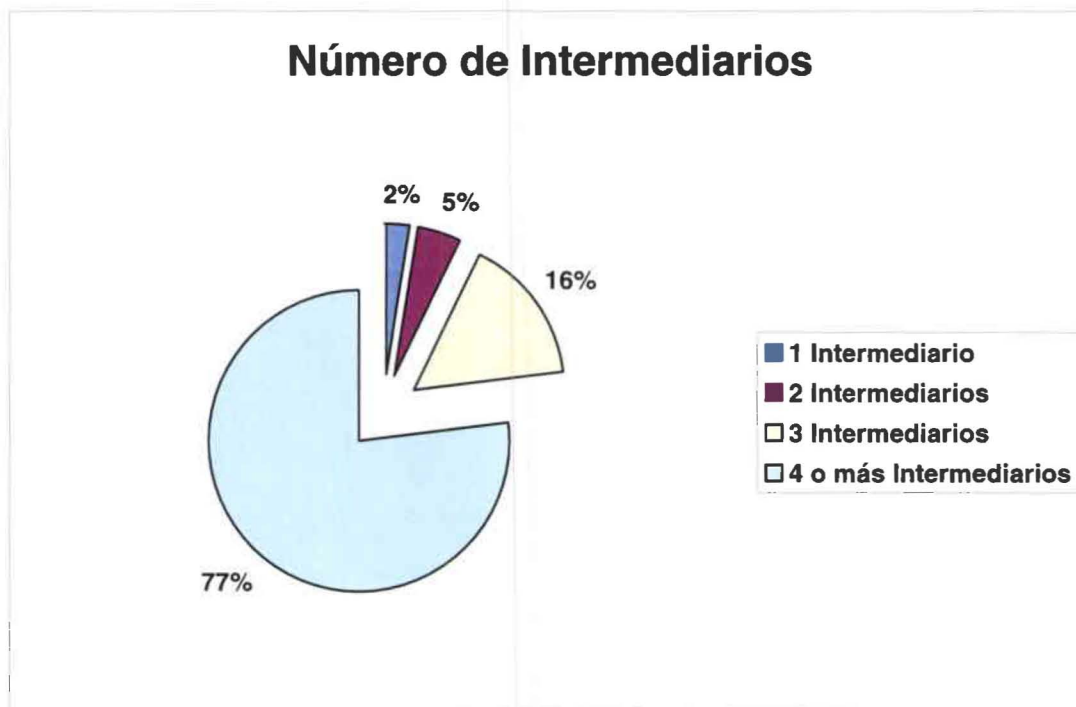
demás encuestados darán respuestas claves, y muy útiles a las preguntas subsiguientes.

2.- Número de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias que les han dado servicio a los clientes compradores.

Cuadro 4.18

Número de Intermediarios	Cantidad	%
1 Intermediario	2	2.44
2 Intermediarios	4	4.88
3 Intermediarios	13	15.85
4 o más Intermediarios	63	76.83
Total	82	100

Gráfico 4.14



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

Como se puede ver en el cuadro y el gráfico, solamente el 2,44% de los encuestados habían utilizado los servicios de una sola inmobiliaria o un solo Corredor de Bienes Raíces al momento de llenar la encuesta. 1 de ellos es el que hasta ese momento llevaba solamente días buscando inmuebles.

El porcentaje de encuestados que han utilizado 2 intermediarios también es muy bajo, llegando a un 4,88%.

Como se ve claramente en el gráfico, la mayoría de los encuestados, el 76,83% para ser exactos, ha utilizada a cuatro o más inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces para intentar encontrar el inmueble indicado.

Este 76,83% equivale a 428 familias si se habla de la población total.

Esto es bueno para Aire y Tierra, ya que, de hecho habrá muchas veces en las cuales muchos de los compradores ya hayan visto inmuebles con algunas inmobiliarias o Corredores de Bienes Raíces, pero al mismo tiempo que no les importe ver otras opciones con distintos intermediarios.

Cualquiera de estos clientes que hayan visto ya inmuebles con cuatro o mas intermediarios pueden llegar a ser nuestros clientes, y se puede llegar a cerrar negociaciones con ellos.

Aire y Tierra tiene que tratar de encontrar inmuebles que satisfagan a los demandantes, y procurar cerrar la venta lo más rápido posible.

De hecho existirán ocasiones en las cuales otro Corredor de Bienes Raíces u otra Inmobiliaria encuentren el inmueble apropiado para algún ex cliente de

Aire y Tierra. Lo más importante es tratar de cerrar la mayor cantidad de ventas o arriendos posibles, y tratar de nunca perder a un cliente. No dejar que los clientes de Aire y Tierra se vayan con otros Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias.

Si ya se le ha enseñado todos los inmuebles que ha consignado Aire y Tierra lo aconsejable es trabajar conjuntamente con máximo un Corredor de Bienes Raíces mas u otra Inmobiliaria, conocer sus inmuebles disponibles, encontrar uno que satisfaga las necesidades del cliente comprador y ahí si llevarlo a conocer.

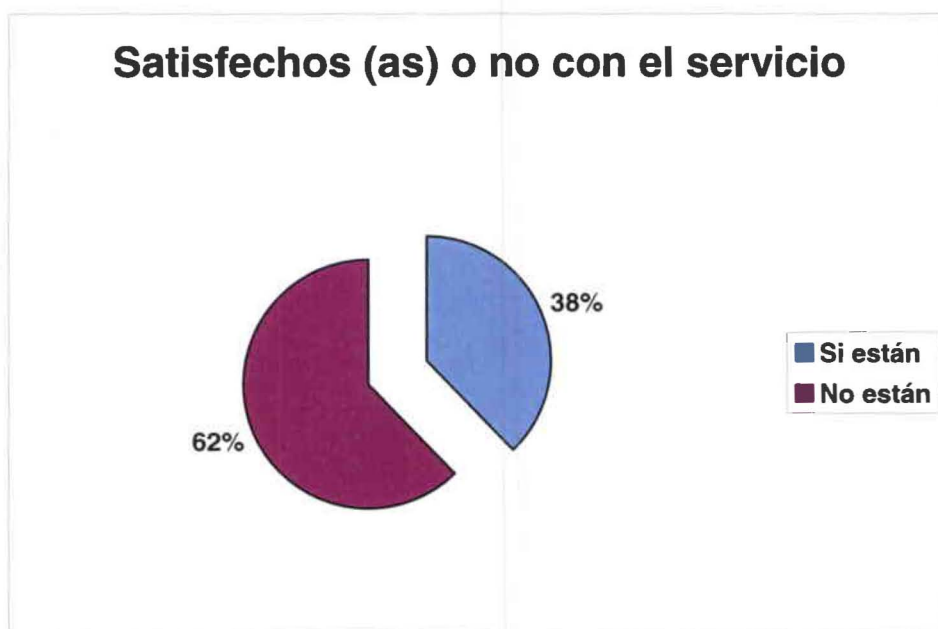
Desde luego que, mientras tanto, se tendrá que estar buscando consignar más inmuebles directamente para ver si se encuentra uno con las características y necesidades que busca el cliente.

3.- Satisfecho (a) o insatisfecho (a) por el servicio recibido.

Cuadro 4.19

Satisfechos o no	Cantidad	%
Si están	31	37.80
No están	51	62.20
Total	82	100

Gráfico 4.15



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Como demuestran el gráfico y el cuadro anteriores, más de la mitad de los encuestados sienten que el servicio que han recibido, ya sea por Corredores de Bienes Raíces o por Inmobiliarias, es malo. El 62,20% de ellos están insatisfechos por el servicio recibido.

En general la mayoría de los encuestados que sienten que el servicio recibido ha sido malo, piensan que no todos los Corredores e Inmobiliarias dan pésimo servicio, pero si, que gran parte de ellos.

Si a este 62,20% se lo lleva a valores reales, se tiene que 346 personas o familias de un total de 557, están insatisfechas por el servicio que dan los intermediarios inmobiliarios.

El número de familias insatisfechas es muy grande, por lo que la calidad en el servicio será una ventaja muy importante que tendrá Aire y Tierra Inmobiliaria con respecto al resto de intermediarios inmobiliarios.

El servicio es uno de los puntos en los cuales se pondrá mayor énfasis, no solamente por el hecho de que si la empresa es de servicios, lógicamente se tiene que dar un excelente servicio, sino también porque hay que sacar provecho de la cantidad de encuestados insatisfechos que hay al momento.

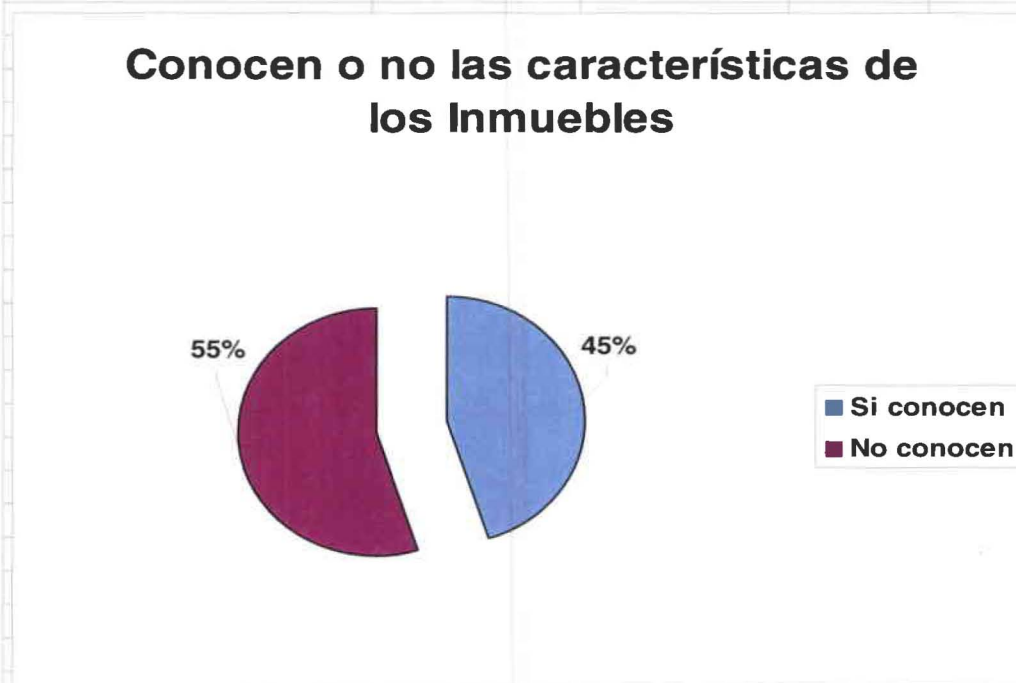
Al dejar satisfechos a estos próximos usuarios de Aire y Tierra Inmobiliaria, se estará aumentando la cartera de futuros clientes de la empresa, esto solamente por el hecho de diferenciarse de la competencia.

4.- Conocen o no los Corredores e Inmobiliarias a fondo las características de los inmuebles.

Cuadro 3.20

Conocen o no	Cantidad	%
Si conocen	37	45.12
No conocen	45	54.88
Total	82	100

Gráfico 3.16



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Como se habló anteriormente, el no conocer un inmueble que se está intermediando es una falta de respeto hacia el cliente vendedor y hacia el cliente comprador.

Al ver los resultados de esta pregunta se ve que el 54,88% de los encuestados están disconformes, y piensan, o están seguros de que los Corredores de Bienes Raíces que les enseñaron los inmuebles no conocían las características de los inmuebles, no conocían bien el inmueble.

Este porcentaje es realmente alto. Son 306 hogares si se toma en cuenta la población total.

Esto es inaceptable para Aire y Tierra Inmobiliaria. Esto no sucederá con la Inmobiliaria. Todo el personal de Aire y Tierra conocerá a fondo las características de los inmuebles, y dará a conocer estas características a los clientes, sean estas buenas o malas.

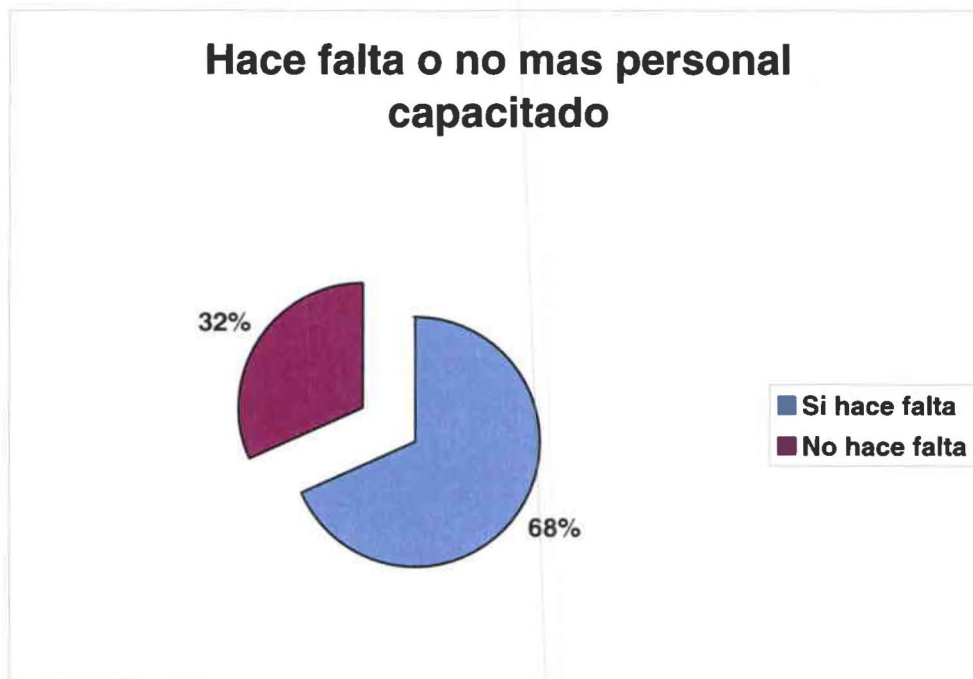
El objetivo de una inmobiliaria o de un Corredor de Bienes Raíces es cerrar las ventas o los arriendos inmobiliarios de la manera más rápida y eficaz posible, el hecho de conocer bien el inmueble antes de enseñarlo es una herramienta que facilitará la venta o el arriendo del mismo, de tal manera que se piensa que es indispensable conocer un inmueble de arriba hacia abajo antes de enseñarlo.

5.- Hace falta o no mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas inmobiliarias en el sector del valle de Cumbayá y Tumbaco.

Cuadro 4.21

Hace falta o no	Cantidad	%
Si hace falta	56	68.29
No hace falta	26	31.71
Total	82	100

Gráfico 4.17



Fuente: Encuesta
Elaboración: Autor

Como se puede ver, el 68,29% de los encuestados piensan que el personal intermediario de venta o arriendo de inmuebles en los Valles de Cumbayá y Tumbaco está incapacitado.

Este porcentaje es muy parecido al de la pregunta número 3 de la encuesta en el cuál se les preguntó si están satisfechos con el servicio que han recibido.

El 62,20% de ellos estuvieron insatisfechos con el servicio ofrecido, por lo que se ve que este 68,29% va de la mano con la pregunta número 3 de la encuesta.

Definitivamente este resultado hace ver que si el personal de Aire y Tierra recibe capacitaciones constantes en lo que se refiere a ventas inmobiliarias y conocimientos del mercado inmobiliario en el sector, tendrá una gran ventaja con respecto al resto.

Además, y muy importante, el personal estará capacitado para aconsejar, si es necesario, ya sea a los clientes compradores o a los clientes vendedores.

Estará capacitado para aconsejar a los clientes y refutarlos si en algún caso no se encuentran de acuerdo con lo expuesto por los futuros clientes.

Aire y Tierra Inmobiliaria tiene dentro del personal a dos personas experimentadas en ventas o arriendos inmobiliarios, por lo que el deber de estos es transmitir su conocimiento al personal que no se encuentra experimentado al momento.

Desde un comienzo, se explicará al personal inexperimentado que tipo de acabados tiene cada casa que se visita, tratando de que noten o haciéndoles notar la diferencia entre los peores acabados y los mejores acabados.

Se les asesorará en precios de mercado, en preferencias del cliente, técnicas de venta y muchos otros aspectos que irán aprendiendo en base al trabajo diario y a la dedicación.

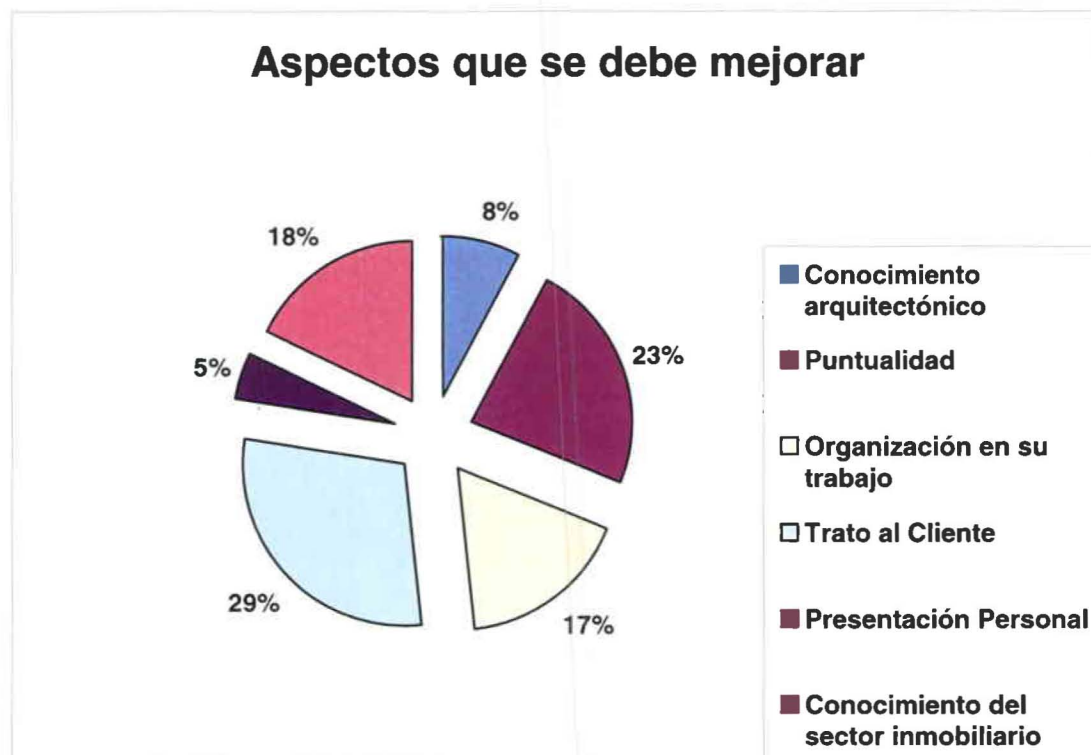
Se sabe también que esta experiencia irán adquiriendo conforme pase el tiempo, por lo que en un comienzo, necesitarán de asesoramiento y, para eso, estarán el Vendedor Master y el Gerente **General**.

- 6.- **Clientes compradores que aseguran que las Inmobiliarias y los Corredores de Bienes Raíces deberían dar un mejor servicio o tener una mejor capacitación en aspectos como: Conocimiento arquitectónico, Puntualidad, Organización en su trabajo, Trato al cliente, Presentación Personal, Ventas y Conocimiento del Sector Inmobiliario.**

Cuadro 4.22

Servicios por mejorar	Cantidad	%	% de los 82
Conocimiento arquitectónico	16	7.66	19.51
Puntualidad	49	23.44	59.76
Organización en su trabajo	36	17.22	43.90
Trato al Cliente	61	29.19	74.39
Presentación Personal	10	4.78	12.20
Conocimiento del sector inmobiliario	37	17.70	45.12
Total	209	100	

Gráfico 4.18



Fuente: Encuestas
Elaboración: Autor

La pregunta número 6 de la encuesta es sin duda la más importante, ya que se puede analizar en que está fallando la competencia, y que aspectos de los planteados son los más relevantes para los clientes compradores.

Que áreas ellos valoran mas en cuanto a atención, servicio y conocimiento por parte de los (as) Corredores (as) e Inmobiliarias.

En el cuadro anterior se ve en la primera columna el porcentaje de importancia de cada opción de respuestas, y luego, en la siguiente columna se ve el porcentaje sobre el total de encuestados, que en total fueron 82 interesados en adquirir una vivienda.

Se tiene que tomar en cuenta que en esta pregunta se podía contestar mas de una respuesta, de hecho eso fue lo que sucedió, por esto es que los porcentajes sobre los 82 encuestados sobrepasan el 100%.

Como se puede ver, para la mayoría de clientes compradores no resulta muy trascendente el hecho de que los intermediarios inmobiliarios no tengan un conocimiento arquitectónico.

El 19,51% de ellos opinan lo contrario.

Como se dijo antes, el personal de Aire y Tierra Inmobiliaria no será experto en arquitectura, ni estructuras, pero si tendrá un conocimiento general, especialmente sobre materiales, precios y acabados de la construcción.

Como se ve en los resultados, esto no es muy valorado por los clientes compradores, pero ese no es un impedimento, ni un pretexto para Aire y Tierra, ya que definitivamente el personal de la Inmobiliaria recibirá capacitación en estos ámbitos, especialmente para poder aconsejar y refutar a los clientes cuando sea necesario.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, el conocimiento arquitectónico se lleva el 7.66% sobre el total de opciones de respuesta en la pregunta.

Algo que es inconcebible es la impuntualidad que tiene la futura competencia de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Seguramente los impuntuales son los Corredores de Bienes Raíces informales y no las Inmobiliarias.

Se tiene que saber que la pregunta no plantea en los aspectos que los clientes compradores piensan que se debe dar un buen servicio o capacitar. Se pregunta en que aspectos creen que se debe mejorar.

Son todos clientes compradores que ya tienen experiencia con inmobiliarias y Corredores de Bienes Raíces, por lo que este 59,76% de encuestados piensan que los intermediarios inmobiliarios tienen que mejorar su servicio dejando de ser impuntuales.

Se cree que la impuntualidad solamente se da por los Corredores de Bienes Raíces, informales especialmente.

Pero esto solamente es subjetivo, porque puede ser que el personal de alguna inmobiliaria, o algún Corredor de Bienes Raíces formal también lo sea.

Al menos pareciera así dado el alto porcentaje de encuestados que han afirmado esta situación.

Si se representa a este 59,76% en números reales se tiene que de los 577 hogares que están buscando casas ya sea para vivir o invertir, 345 afirman que los Corredores de Bienes Raíces e inmobiliarias son impuntuales.

El número es demasiado alto, y una excelente forma de que Aire y Tierra se diferencie de la competencia es demostrando seriedad y formalidad desde un principio. Empezando por llegar siempre a tiempo a las reuniones.

La puntualidad se lleva el 23,44% tomando en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados. Es el segundo porcentaje mas alto tomando en cuenta las seis opciones de respuesta planteadas.

Algo que también ha sorprendido es el alto porcentaje que se lleva la falta de organización que tienen los intermediarios para la venta o arriendo de inmuebles.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta en esta pregunta, la desorganización en el trabajo se lleva un 17,22% sobre el total.

La pregunta que tuvo el número más alto de respuestas positivas fue sobre el trato al cliente. 74,39% de los encuestados, esto equivale a 429 hogares en total opinan que se les trata mal cuando se les da el servicio de intermediación de inmuebles.

Como se explicó antes tratar mal al cliente no significa ser grosero con ellos, tratar mal al cliente puede significar nunca llegar a una reunión pactada o ir a enseñar un inmueble a dos clientes distintos al mismo tiempo.

El objetivo de realizar estas preguntas fue saber en que puntos falla en mayor proporción la futura competencia de Aire y Tierra, y como se puede comprobar en base a las respuestas, el servicio que se les da como trato al cliente es pésimo.

Se sabe que el objetivo principal de los clientes compradores es encontrar el inmueble con las características que ellos buscan y comprarla o arrendarla si este es el caso.

Aire y Tierra Inmobiliaria obviamente cumplirá este objetivo pero tratando de una manera correcta al cliente, para que en el caso que no se les pueda ayudar a encontrar el inmueble que ellos han buscado por cualquier razón, ellos se

queden con una excelente impresión sobre la Inmobiliaria y refieran la misma a otros hogares.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta que tuvieron los encuestados, el trato al cliente se lleva el 29,29% sobre el total de opciones.

El 12,20% de los encuestados afirman que la presentación personal de los Corredores de Bienes Raíces, ya sean formales o informales o personal de las inmobiliarias es inadecuada.

Esto también es inconcebible. No puede ser que 70 clientes compradores estén de acuerdo en este aspecto.

Es la opción que se lleva el menor porcentaje, pero se asegura que el personal de Aire y Tierra no contribuirá en el futuro para aumentar dicho porcentaje.

Si se habla de la totalidad, 260 hogares de los 577 están de acuerdo en que se capacite más al personal en lo que se refiere a conocimiento del sector inmobiliario, esto es lógico ya que algunos de ellos sienten que necesitan asesoramiento y en muchos momentos se sienten sin la capacidad de tomar decisiones por la falta de conocimiento del mercado inmobiliario.

Ahí es donde el personal de Aire y Tierra Inmobiliaria tiene que asesorar a los futuros clientes, esto en base al conocimiento y la experiencia adquirida, para

así ayudar a tomar la decisión a los clientes a realizar una oferta y empezar la negociación.

Además, al entrevistar a algunos de ellos, se quejaron porque los intermediarios de venta o arriendo de inmuebles no supieron dar información sobre precio promedio por metro cuadrado de construcción o promedio de metros cuadrados de construcción en el sector, o precio por metro cuadrado de terreno y muchos otros aspectos que son realmente necesarios saber, especialmente al tratarse de una Inmobiliaria.

Todos estos datos definitivamente los tiene que saber de derecho al revés el personal de Aire y Tierra.

Estos 260 hogares que coinciden en que se tiene que capacitar a los intermediarios en la venta o arriendo en el sector de Cumbayá y Tumbaco pertenecen al 45,12%. Es decir casi la mitad de los encuestados estuvieron de acuerdo en dicha respuesta.

Si se toma en cuenta todas las opciones de respuesta en esta pregunta, el capacitar al personal en lo que se refiere al mercado inmobiliario se lleva un altísimo 17,70% sobre el total de opciones.

En conclusión, como se puede ver todas las respuestas de la encuesta destinada ya sea para los clientes vendedores o para los clientes compradores

favorece a Aire y Tierra si se muestra seriedad, se trata bien al cliente y se capacita en ciertos aspectos al personal de Aire y Tierra.

Es justamente lo que se hará desde un principio, sabiendo siempre que el objetivo final y principal es cerrar el mayor número de ventas o arriendos posibles.

En el próximo capítulo se podrá ver como estará estructurada la empresa y cuantas personas formarán parte de Aire y Tierra Inmobiliaria.

CAPÍTULO V

ORGANIZACION ESTRUCTURAL

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se sabe que uno de los factores más importantes para el futuro éxito de Aire y Tierra Inmobiliaria es tener una estructura organizacional organizada, por esta razón para empezar a conformar una estructura organizacional efectiva se tomó en cuenta lo expuesto por Henry Mintzberg que plantea 5 configuraciones naturales, "siendo cada una de ellas una combinación de ciertos elementos estructurales y situacionales, que son como piezas de un rompecabezas".³⁹

Mintzberg afirma también que "la organización efectiva es aquella que logra coherencia entre sus componentes y que no cambia un elemento sin evaluar las consecuencias en los otros".⁴⁰

Henry Mintzberg plantea cinco componentes básicos:

³⁹ Mintzberg, H., "Diseño de Organizaciones Eficientes", /ma. Editorial El Ateneo. Buenos Aires, 1989

⁴⁰ Mintzberg, H., "Diseño de Organizaciones Eficientes", /ma. Editorial El Ateneo. Buenos Aires, 1989

1. **Cúspide estratégica o administración superior:** es la persona que tuvo la idea que dio origen a la organización.
2. **Centro operativo:** que está compuesto por las personas que realizan los trabajos medulares o básicos de la organización.
3. **Línea Media:** administradores intermedios entre el ejecutivo superior y los operativos.
4. **Estructura técnica:** son los analistas que diseñan sistemas referidos al planteamiento formal y al control del trabajo.
5. **Personal de apoyo:** proporcionan servicios indirectos al resto de la organización.

Mintzberg dice que no todas las organizaciones requieren de los cinco componentes y que el propósito de la estructura es coordinar el trabajo que se ha dividido.

Existen también cinco tipos de estructuras y la estructura que se asemeja más al manejo que se quiere tener en Aire y Tierra Inmobiliaria es la Estructura Simple.

Este tipo de estructura es justamente lo que se necesitará para que Aire y Tierra funcione correctamente, ya que en este caso la Cúspide estratégica es la que lleva la coordinación de la Organización y se necesita un mínimo de personal y de línea media.

Por el mismo hecho de que la Inmobiliaria es una empresa intermediaria, y no existen procesos complicados dentro de la misma, la estructura más adecuada para utilizar es la Estructura Simple, en la que el Gerente General o cúspide estratégica, será el encargado de coordinar la organización en general de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Dentro del componente de la línea media, se tendrá a una persona que llevará el nombre de vendedor master.

Este vendedor master será el encargado de coordinar, capacitar y organizar las funciones y el trabajo de los vendedores.

Además de esto el vendedor master también tiene la función de intermediar la venta y el arriendo de inmuebles, de esta manera, es también un vendedor más de la Inmobiliaria pero tiene la función de encaminar las ventas de los no tan experimentados vendedores.

El vendedor master es el intermediario entre el Gerente General y los vendedores, y sus funciones principales son vender, organizar al centro operativo y comunicar los resultados y conclusiones a la cúspide estratégica.

Aire y Tierra empezará con un solo vendedor Master con el objetivo de ir aumentando el personal conforme va creciendo La Inmobiliaria.

Un componente básico y fundamental dentro de Aire y Tierra Inmobiliaria, y que va a depender el éxito de la misma es del centro operativo.

Estos son los vendedores de la Inmobiliaria.

Si ellos no venden o no arriendan bienes inmuebles el negocio simplemente no funciona, por esto es que el centro operativo es el componente más importante de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Ellos serán tres en un comienzo, y estarán controlados y asesorados por la línea media y por la cúspide estratégica.

Para intermediar bienes raíces se utiliza mucho la herramienta del teléfono y especialmente los celulares, por esta razón Aire y Tierra Inmobiliaria contratará un plan de \$250 mensuales que se repartirá entre el Gerente General, el Vendedor Master y los 3 vendedores.

En el siguiente cuadro se podrá ver que cuantos minutos y cuantos dólares recibirán en el celular cada uno de los integrantes de Aire y Tierra.

Celulares Aire y Tierra Inmobiliaria

Cuadro 5.1

Cargo	Valor	Minutos
Gerente General	\$70	634
Vendedor Master	\$45	407
Vendedor 1	\$45	407
Vendedor 2	\$45	407
Vendedor 3	\$45	407
Total	\$250	2262

Fuente: Movistar plan flexible

Elaboración: Autor

Aire y Tierra inmobiliaria contará con una secretaria que al mismo tiempo realizará labores de auxiliar de contabilidad, y que formará parte del componente de estructura técnica y también de la nómina de Aire y Tierra.

Por último contará con un abogado y un contador como componentes de personal de apoyo.

El abogado y el contador serán extremadamente importantes para el funcionamiento de Aire y Tierra Inmobiliaria.

El abogado es muy importante ya que absolutamente en todos los cierres de negociación se necesitarán contratos escritos, ya sean de promesas de compraventas, de escrituras de compraventas, de contratos de arrendamientos y cualquier otro tipo de contrato que se necesite para concluir de forma acertada y legal una venta o un arriendo de un inmueble, y en muchas

ocasiones ni los clientes vendedores ni los clientes compradores tienen abogados de confianza.

En los casos en los cuales no se utilice abogados de los clientes vendedores o compradores se acudirá al abogado de confianza de Aire y Tierra, por eso, este personaje es muy importante para el buen desempeño de la empresa.

El abogado que en estos casos utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria tiene su oficina en Tumbaco por lo que se facilitará todos los trámites y papeleo previo a la firma de los contratos.

En los casos que se utilice los servicios de dicho abogado, el comprador del inmueble será el que cancele los honorarios del mismo.

Por último se contará con los servicios de un contador.

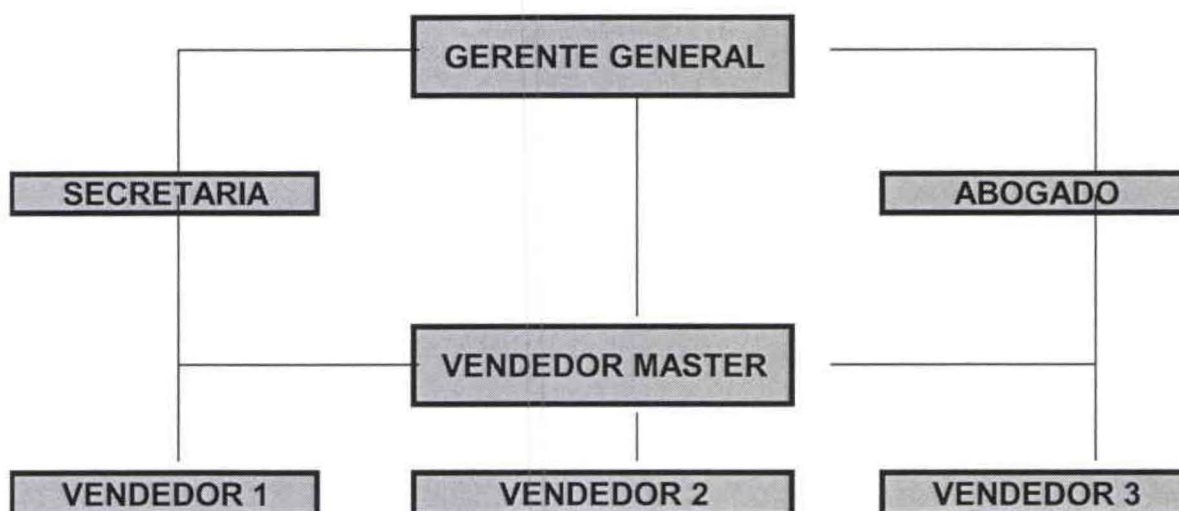
De esta forma se puede ver que la Estructura Simple es una opción acertada, ya que se utilizarán los cinco componentes y a la vez se tendrá bastante control y se podrá asesorar a los componentes más influenciados en el éxito de la Inmobiliaria, que como se dijo antes, son los tres vendedores, y el vendedor master.

Una de las características de las organizaciones que utilizan Estructuras Simples es que tienen que ser organizaciones flexibles ya que operan en medios dinámicos, y es exactamente lo que sucederá con la Inmobiliaria.

El mercado, los compradores y los vendedores cambian constantemente dentro del sector inmobiliario, por lo que se necesitará flexibilidad por parte del personal de Aire y Tierra Inmobiliaria para poder darles siempre un excelente servicio.

Organigrama Aire y Tierra Inmobiliaria

Cuadro 5.2



Fuente: Autor
Elaboración: Autor

Cuadro de Sueldos Compañía Aire y Tierra Inmobiliaria CIA. LTDA.

Cuadro 5.3

Cargo	Sueldo
Gerente General	\$1,200
Vendedor Master	\$300
Vendedor	\$200
Vendedor	\$200
Vendedor	\$200
Secretaria	\$300
	\$2,400

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

Como se puede ver, el personal que estará en el rol de pagos de la Compañía Aire y Tierra Inmobiliaria, ya sea este administrativo o de Marketing y Ventas representa un gasto fijo mensual a la inmobiliaria de \$2.400 en sueldos.

Mas adelante se podrá analizar el rol de pagos.

El vendedor master de Aire y Tierra cuenta con una gran experiencia en ventas inmobiliarias, ya que durante dos años trabajó en el departamento de ventas de una constructora, y cuenta ya con la capacidad necesaria para programar, apoyar y ayudar a cada uno de los vendedores de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Por el mismo hecho de que el vendedor master que se contratará ya trabajo en el área de ventas, este, estará en capacidad de capacitar y organizar a los tres

vendedores que no cuentan con experiencia en lo que se refiere a ventas inmobiliarias.

El vendedor master básicamente tiene que encargarse de la logística de los tres vendedores que están a su cargo.

Él, y generalmente el Gerente General, serán los encargados de escuchar el plan de día que tienen sus vendedores y aconsejar o intervenir cuando sea necesario.

Muchas veces, especialmente en un comienzo, el Vendedor Master y el Gerente General tendrán que ir a muchas reuniones con los clientes de los vendedores a su cargo, ya sean estos clientes vendedores o clientes compradores.

Generalmente esto se dará cuando se esté aproximando al cierre de las negociaciones.

Esta es una de las funciones del vendedor master, pero una función tan importante como la anterior, es que el vendedor Master es un vendedor más de Aire y Tierra inmobiliaria y recibirá comisión, al igual que los otros vendedores, por las ventas que realice.

Además de esto el vendedor master compartirá la comisión con sus respectivos vendedores en el caso de que uno de ellos venda o arriende un inmueble.

Más adelante, en el capítulo del análisis financiero se verá los porcentajes que cada uno de ellos recibirá por la venta o el arriendo de inmuebles, ya sea si el vendedor master vende o arrienda un inmueble por su lado o si alguno de los vendedores vende o arrienda un inmueble.

CAPÍTULO VI

PLAN DE MARKETING

6.1 HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS

Aire y Tierra Inmobiliaria abrirá sus puertas en Agosto del 2.006, una buena época en lo que se refiere a oferta y demanda de Bienes Raíces en el distrito metropolitano de Quito.

En este año en el mes de Octubre se realizarán las elecciones para presidente de la República del Ecuador, lo que obviamente creará incertidumbre en el país, y esto traerá menor inversión por parte de la población, pero en general se cree que el 2.006 será un muy buen año para que Aire y Tierra Inmobiliaria empiece a operar.

El primer paso que se realizará para dar a conocer a Aire y Tierra Inmobiliaria será el siguiente:

Se realizará un brunch con motivo de la inauguración y el lanzamiento de Aire y Tierra Inmobiliaria y se invitará a las personas cercanas al gerente general, al vendedor master y a los vendedores.

Se tratará de invitar especialmente a personas que estén involucradas en el ámbito de la construcción, sean estos constructores, algún pariente o conocido interesado en adquirir viviendas, personas del sistema bancario, personas que posean medios de publicidad inmobiliaria, en fin, personas que puedan verse interesados y que puedan ser próximos clientes o refieran a cualquier otro conocido a Aire y Tierra

A este brunch se invitará a aproximadamente 150 personas y se les dará información sobre Aire y Tierra, esperando conseguir los primeros clientes ese mismo día.

Se contratará a una empresa encargada de realizar este brunch y el precio total por el mismo será de \$985.4.

En este precio se incluye IVA, servicio y comida.

En segunda instancia la Inmobiliaria colocará una valla de 3 m² X 2 m² de lado y lado ubicada en la parte alta de la oficina, que como se dijo anteriormente estará ubicada entre Cumbayá y Tumbaco, exactamente en el kilómetro 12 de la Vía Intervalles e Interoceánica a 60 metros del destacamento de policía. La valla es suficientemente grande, y la oficina está suficientemente cerca como para divisarle desde la vía Interoceánica por lo que se espera tener los primeros clientes en base a la misma.

Este letrero estará ubicado estratégicamente para que los dos lados del mismo puedan ser vistos desde la carretera por automovilistas y pedestres que vayan de Cumbayá hacia Tumbaco y de Tumbaco a Cumbayá por la Vía Interoceánica.

En la valla estarán especificados muy claramente el nombre de la empresa, así como los teléfonos de la oficina, con el objetivo de captar la mayor cantidad de llamadas y visitas directamente a la inmobiliaria y así empezar a formar una buena base de datos de clientes.

La valla tiene un costo de \$672 incluido el IVA y la empresa encargada de diseñar y colocar valla se llama Pintomanía, que sus oficinas están ubicadas en Tumbaco, en el sector de la Villavega.

Otra técnica que se utilizará en un comienzo y que puede o no ser efectiva es la llamada Técnica del 200 Alfredo.

Esta técnica consta en poner a disposición la inmobiliaria a todos los conocidos de cada uno de los integrantes de Aire y Tierra. La técnica se llama 200 Alfredo ya que afirma que se puede conseguir por lo menos 200 contactos por persona, estos 200 contactos vienen de familia, vecinos, profesionales al servicio, proveedores, compañeros de estudio, compañeros de anteriores trabajos, contactos empresariales, contactos en viajes, clubes o asociaciones, gremios, vínculos financieros, vínculos religiosos, vínculos

políticos, clientes de otras empresas, recomendados de otros vendedores, tarjetas de presentación recibidas y agendas anteriores.

Utilizar esta técnica puede parecer una pérdida de tiempo, pero nunca se sabe, y puede ser que gracias a esta gestión que se realizará al momento de abrir la Inmobiliaria, se pueda conseguir una buena cartera de clientes.

Gracias a la experiencia adquirida durante estos últimos 10 meses, trabajando en el área de ventas dentro de Falproyec S.A , empresa constructora que realizó un proyecto inmobiliario de tres casas en la Urbanización La Viña, y que actualmente está empezando un proyecto llamado La Escondida que consta de la construcción de 16 casas y cinco suites ubicadas en la Urbanización Pallares – Meneses en la Vía a Cununyacu, se logró sacar muchas conclusiones en base a errores y aciertos cometidos.

Esta experiencia adquirida definitivamente servirá para realizar una mejor publicidad y una mejor comercialización de los inmuebles que comercializará y publicitará Aire y Tierra Inmobiliaria.

Se cree que hablar de dicha experiencia cuando se trabajó en el área de ventas de dicha constructora es muy importante para efectos de este estudio, ya que no se volverán a cometer errores que se cometieron con anterioridad. Especialmente errores en publicitar los inmuebles.

Por dicha razón para hablar del tipo de publicidad que utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria para promocionarse, se hablará primero de lo que se experimentó cuando se realizó la publicidad para la empresa constructora Falproyec S.A, específicamente para el proyecto de 3 casas ubicado en la urbanización La Viña.

Para promocionar e intentar vender el proyecto realizado en La Viña por la constructora Falproyec, lo que se hizo en primera instancia fue contratar a una empresa llamada Merkatidirecto que tenía acceso a la base de datos de los clientes Diners Club AAA y consumidores.

Se utilizó dicha base de datos y se envió información general y personalizada sobre el proyecto a estos clientes de Diners Club.

Algo que se sabía desde un principio es que los portadores de la tarjeta Diners Club que recibieron la información del proyecto La Viña pondrían haber estado buscando casa en ese momento, o por lo contrario, podrían no haber estado interesados en adquirir una casa.

Este fue el riesgo que se corrió y analizando los resultados, este fue el error que se cometió.

Se escogió lugares específicos para mandar la información, ya que la empresa a la que se contrató tenía la base de datos sectorizada.

Los sectores a los cuales se envió dicha información fueron los siguientes:

Gonzáles Suárez, Tamayo, La Pradera, Colegio Militar, Villalengua, Rumipamba, NNUU, Bellavista, República del Salvador, Estadio, Jipijapa, Plaza de Toros, El Bosque, Pinar Alto, El Condado, Cumbayá, Tumbaco, Conocoto y San Rafael.

Primeramente se trató de escoger sectores en los cuales existan personas de alto nivel socio económico, ya que el precio de las casas daba para que una familia de nivel socio económico alto sea el que compre la casa, pero que sus barrios o sectores donde estén viviendo, hayan perdido la categoría o el estatus que tenían, barrios que dejaron de ser residenciales y se empezaron a desarrollar comercialmente como por ejemplo el sector de la Plaza de Toros.

Otro punto que se tuvo en cuenta para tomar decisiones de a que sector enviar la información fue personas que vivan en sectores residenciales de alto nivel socio económico como por ejemplo la Gonzáles Suárez, con la idea de que sigan viviendo en el mismo nivel económico, con la capacidad de tener los mismos servicios a su disposición, y rodeados de hogares de su mismo nivel socio económico, pero viviendo en la naturaleza y con bastante jardín propio como lo hubieran hecho si hubieran comprado alguna casa en el Proyecto La Viña ubicado en Tumbaco.

También se envió a personas que viven en Cumbayá y Tumbaco, pensando que tal vez quieran una casa por estrenar pero manteniéndose en el mismo sector.

Se tomó en cuenta el Valle de los Chillos de igual manera ya que puede haber personas que quieran seguir viviendo rodeados de la naturaleza, pero que prefieran vivir en un sector de mayor plusvalía.

Como se puede ver, para tomar las decisiones de a que sectores enviar la publicidad del proyecto La Viña, se enfatizó en el nivel económico.

Esto se debe a que las casas que se construyeron y se vendieron tenían un valor de \$350.000 cada una, por lo que los futuros compradores tenían que tener un nivel económico alto para poder adquirirlas.

Se enviaron 4.000 sobres personalizados con cartas de presentación y trípticos que contenían información general sobre el proyecto.

El costo total sin contar con lo gastado en hojas membretadas, trípticos, sobres y diseño del logotipo fue de \$2.450.

De las 4.000 personas que recibieron la información solamente 72 personas llamaron a las oficinas demostrando interés por el proyecto La Viña, esto es un 1.8% de la totalidad de personas a las que se envió información.

La mayoría de estas llamadas no fueron específicamente de personas que querían adquirir un inmueble, en muchas ocasiones fueron curiosos que querían información general del conjunto, pero sin demostrar interés en las casas de venta.

Ninguna de estas 72 personas compró una casa en el proyecto La Viña.

El hecho de que no hayan comprado ninguna casa estos 72 interesados es muy relativo, ya que cualquiera de estos interesados pudo haber comprado una casa, o quien sabe, puede ser que las 3 casas, pero si se compara con la publicidad realizada después para poder vender dicho proyecto en su totalidad, se podrá notar la diferencia.

En segunda instancia, ya analizando los errores de la primera opción, se publicó información en una revista destinada solamente para proyectos inmobiliarios llamada El Portal Inmobiliario.

Dicha revista tiene un tiraje de 50.000 ejemplares con una frecuencia bimensual y se distribuye en Quito, Guayaquil, Ibarra, Cuenca y Ambato en Supermaxi, Fybeca, Martinizing, Car Wash, Nescafé, Ferias, Graitman, Sala Vip, Pasajes Tame.

La revista no tiene ningún costo para los interesados en adquirirla.

El costo de publicitar el proyecto en media página en la revista el Portal, que es lo que se contrató para el Conjunto La Viña es de \$840 + IVA.

Durante los dos meses que estuvo en circulación la revista se recibió 68 llamadas.

La diferencia entre la publicidad realizada a través de la revista El Portal, con la publicidad realizada a través de la base de datos Diners Club, es que las llamadas a través de la revista El Portal fueron llamadas de clientes realmente interesados en adquirir casas.

Además, y muy importante, el costo.

La publicidad en base a Merkadirecto, sin contar con gastos de trípticos, logo, y papelería fue de \$2.450, el costo de una media página en la revista el portal fue de \$840 mas IVA.

El Portal es una revista en la que se oferta Proyectos Inmobiliarios, por lo que la gran mayoría de las personas que adquieren la revista y llaman interesados por los proyectos publicitados en la misma, definitivamente, en su gran mayoría, lo hacen porque quieren adquirir un inmueble.

De hecho, se vendieron dos de las tres casas gracias a dicha publicidad.

Se realizó este análisis ya que Aire y Tierra Inmobiliaria utilizará la revista El Portal Inmobiliario como una de las principales herramientas para promocionarse específicamente como Inmobiliaria.

Los tipos de anuncios que irán en la revista serán promocionando que la inmobiliaria intermedia la venta o el arriendo de casas, departamentos, oficinas y terrenos.

Y, si el caso lo amerita, se promocionará también en dicha revista páginas enteras, o medias páginas de proyectos específicos en los que Aire y Tierra Inmobiliaria sea la encargada de intermediar.

Esto se dará generalmente cuando sean proyectos inmobiliarios relativamente grandes, y preferiblemente cuando existan contratos de exclusividad y cuando el caso amerite.

Como se dijo antes, el costo de publicitar media página en dicha revista es de \$840 + IVA, que da un total de \$940.80, y el costo de publicitar una página entera es de \$1.480 + IVA.

Dependiendo cual sea el caso se publicitarán medias páginas o páginas enteras, pero en un comienzo solamente se publicitará media página por edición.

Si se toma el caso anterior del proyecto La Viña como ejemplo, se puede decir que si Aire y Tierra Inmobiliaria hubiera sacado publicidad en dicha revista

hubiera tenido 68 clientes, y el propósito de la inmobiliaria será servir de excelente manera a estos 68 clientes, ya que se tendrá proyectos de distintos costos y características, por lo que cada llamada es un nuevo cliente.

Solamente arrendando una casa de \$1.000 a cualquiera de los 68 posibles clientes de los que se está hablando, ya se está pagado el costo por publicidad.

No se diga si se hubieran vendido las dos casas de la Viña.

Estas casas se vendieron a un precio de \$350.000 cada una, si se vendían las dos casas y la comisión pactada hubiera sido el 4%, como generalmente se hace, la Inmobiliaria hubiera tenido una entrada de \$14.000 por casa.

Por lo que se puede ver, es una ventaja haber tenido dicha información y contar con una herramienta de publicidad que realmente es efectiva, y no es costosa.

Otra herramienta extremadamente importante que utilizará Aire y Tierra Inmobiliaria para promocionar los inmuebles que se encuentren a disposición será la sección de los Clasificados del diario El Comercio. Esta herramienta es realmente efectiva para promocionar inmuebles, porque al igual que la revista El Portal Inmobiliario, está direccionada a personas interesadas directamente en comprar o arrendar inmuebles, que son los que leen los anuncios, y en el caso que estos llenen sus expectativas, llaman para pedir información de los mismos.

La tercera casa del proyecto La Viña antes mencionado se vendió por un anuncio del comercio, por lo que se pudo constatar que dicha herramienta también es realmente efectiva.

No importa cual sea el valor de la casa anunciada, cualquier persona interesada, ya sea de una casa de \$80.000 o una casa de \$400.000 lee la página de clasificados para ver si encuentra inmuebles que llene sus expectativas.

Otra pauta por la cual se sabe que los Clasificados del diario EL Comercio es efectivo, es porque la mayoría de Corredores de Bienes Raíces e inmobiliarias promocionan los inmuebles que intermedian de esta manera, y lógicamente si no fueran efectivos no lo seguirían haciendo de esta forma.

Lo que la mayoría de ocasiones hará Aire y Tierra Inmobiliaria es sacar anuncios de los diferentes tipos de inmuebles los días Sábados y Domingos, que definitivamente son los mejores días para sacar anuncios ya que son los días en los que la mayoría de los interesados en adquirir cualquier tipo de inmueble tienen el tiempo de analizar los anuncios impresos y conocer los inmuebles anunciados.

Además que los interesados saben que los días Sábados y Domingos son los días en los que se sacan mayor variedad de inmuebles en las páginas de Clasificados de El Comercio.

Esto es porque los interesados en adquirir un inmueble dedican un buen tiempo para encontrar publicaciones de inmuebles que satisfagan sus necesidades, y no se limitan en buscar solamente en la sección construir, sino que también se dan el tiempo de buscar en la sección de clasificados del Comercio, por lo que definitivamente la publicidad que sacará Aire y Tierra en El Comercio solamente será en la sección de clasificados.

Aire y Tierra Inmobiliaria sacará un promedio de cuatro anuncios semanales. Esto quiere decir que se incurrirá en un costo de \$60 semanales.

Se piensa que se sacará cuatro anuncios semanales ya que Aire y Tierra cuenta con cuatro vendedores, uno de ellos es el vendedor master, pero de igual manera es un vendedor más de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Cada uno de estos vendedores sacará un anuncio semanal y siempre antes de sacarlo habrá una previa discusión en la que se hablará que clase de anuncio conviene sacar.

Generalmente se sacará anuncios variados de inmuebles para llegar a la mayor cantidad de clientes posibles, y obviamente vender el anuncio anunciado.

Por ejemplo, se sacará una casa de venta, una casa de arriendo, un terreno en venta y talvez una oficina o una quinta en venta, dependiendo la disponibilidad.

De esta manera se tratará de llegar a la mayor cantidad de interesados para que estos puedan llegar a ser futuros clientes de Aire y Tierra, y obviamente se tratará de vender o arrendar los inmuebles publicitados en Los Clasificados de El Comercio.

Lo único que se anunciará por parte de Aire y Tierra Inmobiliaria en dichos escritos es una descripción muy rápida y concisa del inmueble a venderse, con la ubicación, el metraje y los teléfonos, que en este caso serían los de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Es mejor no ser muy detallista en lo que se refiere a la descripción del inmueble, un ejemplo para demostrar esto se puede ver a continuación:

En la ubicación es recomendable no ser muy detallista, solamente poner por ejemplo o Sector de Cumbayá o Sector de Tumbaco, esto es porque se puede estar poniendo un anuncio en base a un inmueble ubicado en El Arenal, que es dentro del valle de Tumbaco, pero que se encuentra más lejos que el pueblo de Tumbaco.

Puede haber un interesado que este leyendo este anuncio y que por cualquier razón solamente esté buscando inmuebles ubicados hasta el pueblo de Tumbaco.

Si se pone en el anuncio "Sector de Tumbaco", y si las características del inmueble anunciadas llenan las expectativas de dicho comprador, es casi

seguro que este llame por información del mismo, y de esta manera no se pierda la oportunidad de que dicho interesado sea un cliente más de Aire y Tierra.

El objetivo es que el interesado llame a Aire y Tierra Inmobiliaria, al momento que éste llame se le explicará que el inmueble anunciado es en el sector del Arenal pero que si él desea, se le puede dar información en base a inmuebles que solamente lleguen hasta el pueblo de Tumbaco.

En el caso de que la persona acepte que se le de información sobre otros inmuebles disponibles, pasa de ser un interesado a ser un nuevo cliente de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Esta es la principal razón por la cual muchas veces es mejor no ser tan específico al anunciar los inmuebles en los Clasificados del Comercio.

Hablando del mismo anuncio, si un interesado en un inmueble ubicado en el sector del Arenal lee el anuncio, obviamente va a llamar a pedir información sobre el mismo, ya que como se dijo antes, el Arenal está ubicado en el "Sector de Tumbaco".

Si en la casa anunciada de la cual se habló anteriormente se ponía sector del Arenal, era casi seguro que el cliente del cual se habló anteriormente no hubiera llamado ya que el solo buscaba inmuebles hasta Tumbaco. De esta manera se estuviera perdiendo la oportunidad de tener un cliente más.

Habrá ocasiones en las cuales se tiene que ser un poco más específicos en lo que se refiere a anunciar los inmuebles, por ejemplo cuando se est  anunciando inmuebles que est n a un precio de oportunidad por cualquier razón que esta fuera.

Si los inmuebles est n a precios de oportunidad quiere decir que los inmuebles se est n ofertando a un precio menor o bastante menor de lo que realmente cuestan.

En este caso es mejor demostrar que en realidad son inmuebles de oportunidad, y la forma de demostrarlo es poniendo en el anuncio el precio del inmueble.

Este factor de poner o no el precio del inmueble en los anuncios es un factor muy importante y muy discutible.

La opinión personal es solamente poner el precio del inmueble si lo que se est  anunciando es un inmueble de oportunidad.

Si los inmuebles anunciados son de alrededor de \$400.000 para la venta o de \$4.000 para el arriendo personalmente se piensa que también es aconsejable poner el precio, ya que se sabe que los interesados por información por el mismo serán hogares que tengan la capacidad de pagar estos valores.

Si es un inmueble con un precio normal en relación a lo que dicta el mercado, se cree que no es conveniente poner el precio del inmueble ya que se puede perder posibles clientes que no tengan el presupuesto para comprar dicho inmueble, pero que si tengan un presupuesto para comprar otro inmueble que esté intermediando y esté a disposición de Aire y Tierra Inmobiliaria.

De esta manera el interesado que ha llamado y que no tenga la capacidad de comprar el inmueble anunciado, puede comprar cualquier otro inmueble intermediado por Aire y Tierra Inmobiliaria pero de menor valor.

Se tiene que saber que podrán existir casos en los cuales Aire y Tierra Inmobiliaria no tenga a su haber inmuebles con las características que el cliente busque, en ese caso se explicará al cliente que en el momento no se cuenta con inmuebles de esas características pero que se tratarán de buscar y que Aire y Tierra Inmobiliaria se contactará con ellos al momento de tener dichos inmuebles a la disposición.

Como se ve, no es fácil anunciar inmuebles, y es muy importante la forma de anunciar los mismos, se sabe que conforme pase el tiempo se irá aprendiendo más y más en base a la experiencia que se adquiera a lo largo de la vida de Aire y Tierra Inmobiliaria, teniendo siempre en cuenta que los objetivos de poner un anuncio es vender el inmueble anunciado, y a la vez captar la mayor cantidad de clientes compradores.

Esta es una de las razones principales por las cuales siempre antes de anunciar inmuebles, ya sea en los clasificados del Comercio o ya sea en la revista El Portal Inmobiliario, existirán reuniones previas entre el vendedor master, los tres vendedores y el gerente general, para analizar que tipo de inmuebles se promocionarán y que tipo de anuncios se publicarán

Se cree que es una ventaja para Aire y Tierra Inmobiliaria haber tenido experiencia previa en lo que se refiere a publicitar los inmuebles, y se puede confirmar con hechos reales la efectividad de los mismos, por lo que se cree que en un comienzo es suficiente publicitar los inmuebles intermediados por Aire y Tierra con estas herramientas para conseguir especialmente clientes compradores.

Se dice que dicha publicidad realizada en la Revista El Portal Inmobiliario y los anuncios en la página de Clasificados del Comercio va dirigida a clientes compradores especialmente, porque es un poco más complicado que clientes vendedores se contacten con Aire y Tierra Inmobiliaria gracias a dicha publicidad, pero de igual manera se puede dar, especialmente por la publicidad que se realizará en la revista El Portal.

Pueden darse casos en los que ciertas constructoras, promotoras o dueños de inmuebles llamen para poner inmuebles a disposición de Aire y Tierra.

La valla ubicada en la parte alta de la oficina servirá de igual manera para atraer a clientes compradores y clientes vendedores.

Una de las formas más exitosas de consignar inmuebles es buscar todo el tiempo por inmuebles que estén a la venta o al arriendo en los sectores de Cumbayá y Tumbaco, ver las vallas, los letreros, anuncios y contactarse directamente con los propietarios de los mismos.

Al contactarse, como se explicó anteriormente, se tratará de convencer al propietario o dueño del inmueble de que la Inmobiliaria sea la que se haga cargo de vender o arrendar su o sus inmuebles.

Si el propietario de los inmuebles ha aceptado que Aire y Tierra Inmobiliaria intermedie la venta o arriendo de sus inmuebles, y ha aceptado pagar la comisión pertinente, lo aconsejable es realizar una reunión lo más rápido posible para conocer a fondo las características de los mismos y comenzar a intermediar la venta o arriendo de estos.

Por el hecho de que Aire y Tierra se centralizará en un principio en lo que es el Valle de Cumbayá y Tumbaco, los vendedores estarán todo el tiempo en reuniones, o conociendo inmuebles en el sector, por lo que estarán siempre atentos a nuevos anuncios de inmuebles a la venta o al arriendo que se encuentren en el sector, para de ahí seguir con los pasos que se explicaron anteriormente.

Por esta razón es que la búsqueda de anuncios de inmuebles en la carretera no será cada cierto período específico, sino que todo el tiempo se tendrá que

estar atentos a conseguir anuncios, letreros y vallas que publiciten inmuebles a la venta o al arriendo en el sector.

Otra forma muy efectiva para consignar inmuebles es utilizar la herramienta de El Portal Inmobiliario o Clasificados de El Comercio y llamar a los proyectos o inmuebles publicitados en los mismos, para después contactarse con los promotores y dueños, conocer los inmuebles de arriba hacia abajo, ver los puntos a favor y en contra y luego intermediar y concluir la venta o el arriendo de dichos inmuebles.

Esta manera de conseguir clientes vendedores es realmente efectiva y la gran ventaja es que no tiene un costo en lo que se refiere a publicidad.

Lo que se tiene que tener es paciencia.

Utilizando esta herramienta se incurrirán en gastos de teléfono y de tiempo principalmente.

Lo aconsejable es que el mismo vendedor que llame a los propietarios o dueños de los inmuebles que quiere tratar de intermediar, sea el que se vaya a conocer y consigne los inmuebles.

Esto es porque se puede dar el caso en el que los propietarios no den todas las características, o no den bien ciertas características del o de los inmuebles por teléfono, pero si las den en vivo y en directo, o viceversa.

Se puede dar que los datos recibidos por teléfono no son los mismos a los recibidos ya en el inmueble en vivo y en directo.

Estas son las razones por las que se aconseja que el mismo vendedor que llame por teléfono a consignar, sea el mismo que conozca personalmente el inmueble.

Para evitar pérdidas de tiempo en llamadas, ya que como se dijo anteriormente, muchos de estos anuncios son de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias, la Secretaria de Aire y Tierra será la primera en contactarse y realizar las llamadas, y pondrá a la disposición de los futuros clientes a Aire y Tierra Inmobiliaria, comentándoles que uno de los vendedores se comunicará con ellos para hablar sobre las características del inmueble e ir a conocer el mismo.

De esta manera cuando los vendedores llamen a estos futuros clientes no perderán el tiempo y solamente llamarán a propietarios de inmuebles para ponerse de acuerdo con ellos y vender o arrendar sus inmuebles dependiendo cual sea el caso.

La secretaria se comunicará primero, ya que como se dijo antes muchos de los anuncios del comercio principalmente son de Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias, entonces lo que se trata de hacer es no perder el tiempo de los vendedores de Aire y Tierra.

Estas llamadas que realizará la secretaria son muy importantes, por esto es que la secretaria tiene que ser una persona bien entrenada, con la capacidad de convencer a los dueños de los inmuebles que les llame más tarde algún vendedor de la inmobiliaria. Y estos vendedores sean los encargados de convencer a los dueños de los inmuebles de que Aire y Tierra se encargue en vender o arrendar sus inmuebles.

Como se puede ver la Inmobiliaria se promocionará todos los fines de semana con anuncios en Los Clasificados del Comercio, y bimensualmente en La Revista El Portal Inmobiliario.

Otra forma de promocionar inmuebles y conseguir clientes es poner letreros pequeños en las casas que Aire y Tierra esté vendiendo o arrendando, o en los predios que se estén vendiendo, o en las oficinas, en general en todos los inmuebles en los cuales existan vista desde la carretera por parte de vehículos y pedestres.

Todas las personas interesadas que pasen por los inmuebles copiarán los números y llamarán por información.

Esta es una buena herramienta de conseguir clientes, y quién sabe, talvez vender o arrendar el inmueble solamente por poner un letrero que diga se vende. Esto en realidad si da resultado.

Para empezar a implantar todas estas herramientas para promocionar a Aire y Tierra y promocionar a los inmuebles que haya consignado Aire y Tierra se necesita papelería.

Lo primero que se tendrá que hacer es contratar el diseño del logotipo de Aire y Tierra Inmobiliaria, se mandarán a hacer hojas membretadas, sobres y tarjetas personales para los tres vendedores, el vendedores master y el Gerente General.

Se mandarán a hacer en un comienzo 1.000 hojas membretadas por un valor de \$75 y 1.000 sobres por un valor de \$60.

El Logotipo tiene un valor de \$100.

Se mandarán a hacer 300 tarjetas para cada uno de los integrantes de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Se harán en total 1500 tarjetas, por lo que el valor total que se gastará en tarjetas será de \$218.

Se cree que las herramientas que se utilizarán serán la adecuadas para promocionar a Aire y Tierra Inmobiliaria.

Conforme pase el tiempo y la gente vaya conociendo más a la Inmobiliaria, se tendrá clientes solamente por el hecho de ser una inmobiliaria conocida en el Sector.

Se espera que Aire y Tierra se haga conocer en el mercado pronto, sabiendo siempre que eso dependerá del mismo personal de la inmobiliaria.

Una idea a mediano plazo para Aire y Tierra Inmobiliaria es realizar una página web para promocionar los inmuebles dentro de la misma.

El costo de una página web es de alrededor \$3.000 mas aproximadamente \$40 anuales de mantenimiento

Esta, definitivamente, es una excelente herramienta para promocionar los inmuebles, pero se cree que es conveniente hacerlo en unos pocos años, dependiendo como vaya posicionándose Aire y Tierra Inmobiliaria en el mercado conforme pase el tiempo.

Plan de Medios

Cuadro 6.1

Medio	Frecuencia	# de Publicaciones	Costo Mensual	Costo Anual
Revista El Portal	Bimensual	1	\$470.40	\$5,644.80
Anuncios El Comercio	Semanal	4	\$240.00	\$2,880.00
Total			\$710.40	\$8,524.80

Fuente: Autor

Elaboración: Autor

CAPÍTULO VII

ASPECTOS LEGALES

7.1 AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA COMPAÑIA LIMITADA

Existen cinco especies de compañías de comercio que a continuación se las enumerará:

1. La compañía en nombre colectivo;
2. La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. La compañía de responsabilidad limitada;
4. La compañía anónima; y,
5. La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Aire y Tierra Inmobiliaria se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada.

En anexos se podrá encontrar todas las características que tiene que tener una compañía de responsabilidad limitada.

En el capítulo III de la Ley de los Corredores de Bienes Raíces se afirma:⁴¹

⁴¹ Ley de los corredores de Bienes Raíces, Ley No 173 Registro oficial No 790, Osvaldo Hurtado Larrea, Capítulo III, Artículo 13. "Disposiciones Legales", 19 Julio de 1984

Art. 13.- En el caso de las personas jurídicas constituidas con el objeto de dedicarse al corretaje de bienes raíces, el gerente o representante legal será necesariamente un Corredor Profesional de Bienes Raíces. Las personas jurídicas podrán contratar personal que hagan las veces de agentes de bienes raíces.

En el caso de Aire y Tierra Inmobiliaria el Gerente General y representante legal de la compañía será el Señor Juan Javier Armendaris Falconí, con licencia profesional de Corredor de Bienes Raíces No. 601.

Para obtener la licencia profesional de Corredor de Bienes Raíces, el Señor Juan Javier Armendaris, recibió y aprobó el curso dictado por la Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha, por lo que se encuentra capacitado y autorizado a constituir la compañía inmobiliaria.

El personal de Aire y Tierra Inmobiliaria no cuenta con la licencia profesional de Corredores de Bienes Raíces, pero se encuentran en capacidad de ejercer el corretaje ya que estarán trabajando para una inmobiliaria en la que el representante legal tiene la Licencia profesional de Corredor de Bienes Raíces.

En el Artículo 12 del Capítulo III, del reglamento a la ley de Corredores de Bienes Raíces, en el que se habla de la Defensa Profesional, se afirma:⁴²

⁴² Reglamento de la Ley de Corredores de Bienes Raíces, Capítulo III, De la Defensa Personal, Artículo 12, León Febres Cordero, 23 Junio, 1986

Art. 12.- Quienes carecieren de licencia, solo podrán practicar legalmente actividades de corretaje haciéndolo bajo la dependencia de un Corredor profesional o de una persona jurídica constituida de conformidad con el Art. 13 de la Ley.

Aire y Tierra Inmobiliaria se constituirá como una compañía de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio será el Cantón de Quito, Parroquia de Tumbaco.

Se podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares del territorio nacional o en el exterior sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

El Capital Social de Aire y Tierra Inmobiliaria Compañía Limitada será de dos mil dólares americanos (\$2.000), dividido en veinte participaciones nominativas de cien dólares americanos (\$100) cada una.

Aire y Tierra Inmobiliaria será entonces una compañía de responsabilidad limitada, de la cual formarán parte 3 socios capitalistas, que como se vio anteriormente es el monto mínimo de personas que se pueden asociar para poder crear una compañía limitada.

El número de socios que formarán parte de Aire y Tierra Inmobiliaria Compañía Limitada, con su respectivo número de participaciones se podrán ver en el cuadro de integración de capital que viene a continuación.

Cuadro de integración de Capital

Cuadro 7.1

CUADRO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL				
AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA COMPAÑÍA LIMITADA				
ACCIONISTAS	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	CAPITAL POR PAGAR	NUMERO DE PARTICIP.
SOCIO # 1	1000	500	500	10
SOCIO # 2	900	450	450	9
SOCIO # 3	100	50	50	1
TOTALES	2000	1000	1000	20

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

Cada uno de los socios ha invertido como capital propio los siguientes montos:

Montos invertidos por cada socio

Cuadro 7.2

MONTOS INVERTIDOS POR CADA SOCIO	
AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA COMPAÑÍA LIMITADA	
ACCIONISTAS	PORCENTAJE DE ACCIONES
SOCIO # 1	\$21,913.40
SOCIO # 2	\$19,722.06
SOCIO # 3	\$2,191.34
TOTALES	\$43,826.80

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

El porcentaje de acciones que tiene cada socio de Aire y Tierra Inmobiliaria es el siguiente:

Porcentaje de acciones de cada socio

Cuadro 7.3

PORCENTAJE DE ACCIONES POR SOCIO	
AIRE Y TIERRA INMOBILIARIA COMPAÑIA LIMITADA	
ACCIONISTAS	PORCENTAJE DE ACCIONES
SOCIO # 1	50%
SOCIO # 2	45%
SOCIO # 3	5%
TOTALES	100%

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

CAPÍTULO VIII

VENTAS

8.1 TÉCNICAS Y MANEJO DE LAS VENTAS

Manejo óptimo de las reuniones diarias de ventas

En Aire y Tierra Inmobiliaria se tratará de realizar reuniones diarias o pasando un día entre todo el personal de ventas de la Inmobiliaria y el gerente general para analizar errores, aciertos, agenda, publicidad, anuncios y demás temas de cada uno de los vendedores, e ir aprendiendo en base a la experiencia diaria de todo el personal de Aire y Tierra.

En las reuniones diarias se tratarán los siguientes puntos:

- 1.- Revisar los resultados del día anterior.
- 2.- Revisar los prospectos del día.
- 3.- Hacer dramatizaciones de venta. (Anotando Críticas Constructivas).
- 4.- Tener diálogo personal con el vendedor que se le observa decaído durante la reunión.

Como enseñar un inmueble en forma óptima

Existen muchas maneras de enseñar los inmuebles a los clientes, pero existen algunas tácticas que se analizarán a continuación y que pueden ser muy importantes para facilitar las ventas.

A continuación, se nombrarán cada una de esas técnicas sugeridas por el Dr. Guillermo Azula⁴³ y se hará un breve comentario sobre cada una de ellas, basándose en la experiencia adquirida al trabajar en el área de ventas de la constructora Falproyec.

* **Asegurarse de mostrar el inmueble a todos los que influyen en la decisión.**

Muchas veces uno puede entrar en el error de solamente enseñar el inmueble a una o dos personas, generalmente esposo y esposa, y no darse cuenta de que talvez la decisión no está solamente en ellos, sino que por ejemplo la opinión de los papas de uno de los interesados también es influenciante para la decisión de compra.

Esta es la razón por la cual se tiene que enseñar los inmuebles, y comentar sobre ellos a todos los que han ido a conocer los mismos. Siempre se tiene que tratar de investigar quienes son los que tomarán la decisión analizando sus opiniones y las conversaciones que entablan

⁴³ Dr. Guillermo Azula
Consultor internacional
Seminario Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha

entre ellos, para así tratar de influenciar en los comentarios que se hagan a todos los que tengan la decisión de compra.

* **Indagar con el cliente sus gustos y necesidades**

Como ya se dijo anteriormente, es sumamente importante saber con exactitud que es lo que el cliente está buscando. Primeramente saber en donde quiere que su inmueble esté ubicado, si lo quiere nuevo o usado, que estilo de construcción le gusta si está buscando una casa, que tipo de acabados, saber si la vista que tenga el inmueble es un argumento muy influyente para la compra o si solamente es complementario, indagar si les interesa saber que tipo de vecinos tendrán, analizar si es muy importante para ellos el área verde en los alrededores, en fin, existen muchos factores que influyen en la decisión de compra, y nunca estos son los mismos cuando se compara un cliente con otro, por esto es que es muy importante conocer gustos y necesidades del cliente.

De esta manera no se perderá el tiempo de los clientes y del personal de Aire y Tierra, además de que existe mayores posibilidades de cerrar las negociaciones, que es el objetivo principal de la Inmobiliaria.

* **Destacar las cualidades que mas sobresalen del inmueble**

No todos los inmuebles tienen siempre las mismas cualidades, ya sean estas buenas o malas, por esto es que es importante destacar frente a los clientes las cualidades que sobresalgan de cada inmueble.

Si una casa está un poco alejada a la carretera principal, pero al mismo tiempo tiene una excelente vista, lo aconsejable es recalcar en el hecho de la excelente vista que existe en el inmueble. Hacerles ver a los clientes la vista panorámica desde los dormitorios, la sala, el porche, y de la mayor cantidad de áreas posibles. Tratar siempre de destacar lo bueno que tiene el inmueble, y tratar de comentar lo menos posible en este caso, que el inmueble se encuentra distanciado a la carretera.

* **Acomodar las necesidades del cliente a las características del inmueble.**

La ventaja de saber los gustos y necesidades del cliente ayudará para buscar inmuebles que satisfagan sus necesidades y al mismo tiempo ayudará a acomodar las necesidades del mismo a las características de la casa, el terreno, la oficina, etcétera. Un ejemplo de esto puede ser lo siguiente:

Muchos clientes son muy insistentes en lo que es la seguridad.

Lo importante en estos casos es llevarles a inmuebles donde exista excesiva seguridad. Que exista garita de seguridad en la entrada, que existan guardias en los alrededores de la urbanización y que la casa esté totalmente alarmada.

En estos casos es aconsejable empezar a hablar de la excelente seguridad que tiene la urbanización y el entorno desde el momento de llegar a la urbanización, y recalcar sobre lo seguro que se sentirá viviendo en dicho inmueble.

Existen muchísimos ejemplos y maneras acomodar las necesidades del inmueble a las características del cliente, pero la clave de este punto es saber que es lo que el cliente necesita, y saber lo que el cliente piensa, por esto es tan importante saber las necesidades del mismo.

* **Destacar la ubicación en función a las necesidades del cliente**

La ubicación del inmueble es uno de los puntos principales y más influyentes cuando se trata de escoger un inmueble. Se sabe que la mayoría de clientes con los que trate Aire y Tierra Inmobiliaria van a querer vivir en Cumbayá o Tumbaco, pero eso no es todo, hay que saber que es lo que busca el cliente, cerca de “qué” y de “donde” quiere estar para tratar de llenar sus expectativas.

Un ejemplo puede ser el siguiente:

Muchos de los demandantes de inmuebles en Cumbayá y Tumbaco buscan viviendas rodeadas de áreas verdes pero cerca a la vía interoceánica, esto es especialmente porque siguen trabajando en la ciudad de Quito y quieren hacer poco tiempo a sus trabajos, pero al mismo tiempo desean respirar aire puro y vivir rodeados de áreas verdes.

En el caso de que exista un cliente de estas características y se le lleve a conocer una vivienda central, lo aconsejable es decirle, hacerle ver, y recalcar que está a muy poco tiempo de la carretera principal, que

analice la vista y los árboles de alrededor pero que al mismo tiempo piense que en 20 minutos va a estar en el trabajo.

El secreto está en insistirle en estos detalles y realizar comparaciones con inmuebles vistos anteriormente que no hayan llenado sus expectativas ya que no tuvieron las características que ellos buscaban.

* **Ser creativo en lo que respecta a la decoración y distribución de los muebles para lograr mejores ambientes**

Muy pocas veces habrá la posibilidad de mover los muebles y decorar viviendas que se estén enseñando, pero lo que si se puede hacer es tener un criterio sobre este punto y dar opiniones de donde se podrán poner los muebles para crear un ambiente mas acogedor.

Se puede aconsejar donde poner las camas por ejemplo, para aprovechar los espacios y la vista a la ventana principal del dormitorio, pero en realidad es muy difícil tener acceso a mover los muebles de viviendas que Aire y Tierra esté vendiendo o arrendando.

* **Fortalecer las bondades del inmueble y minimizar sus defectos**

Todos los inmuebles tienen bondades y defectos, por esto es que se tiene que tratar de hablar lo que menos se pueda sobre los defectos y recalcar las veces que más se pueda las bondades del mismo. Una manera de decir bondades y defectos puede ir de la siguiente manera:

El inmueble no es barato, pero vea usted el entorno del que está rodeado, vea usted lo exclusiva que es esta urbanización y fíjese en los acabados que tiene la casa. Otro ejemplo puede ser:

El terreno no es cerca, pero este sector será uno de los sectores que mayor plusvalía tendrá en el Valle, si usted compra aquí estará haciendo la mejor inversión.

El objetivo es intentar de convencerle al cliente que si compra el inmueble estará haciendo es un buen negocio, sabiendo que siempre se tiene que decir la verdad.

Si se piensa que no existirá plusvalía en el sector no se tiene porqué decir que existirá plusvalía, ya que de esta manera se estará engañando al cliente.

Si se sabe que el inmueble a enseñar tiene humedad, se tiene que decir que el inmueble tiene humedad.

Lo importante es saber cuales son los pros y los contras del inmueble y saberlo transmitir al cliente de la mejor manera posible, pero nunca ocultando los contras ni exagerando los pros. Esto es lo importante.

* **Conocer el entorno del inmueble para resaltar los recursos del mismo.**

Es bueno siempre saber de que se encuentra rodeado el inmueble, y de la misma manera saber si existirá especialmente plusvalía en el sector, o si es de los lugares más exclusivos del valle o si está ubicado dentro de las mejores urbanizaciones, en fin, saber las características del entorno para poderlas transmitir a los clientes. Hay que tratar siempre de resaltar lo bueno que tenga el entorno y así facilitar la decisión a los clientes acerca de realizar una oferta.

* **Aportar testimonios positivos del vecindario**

Siempre es importante saber rodeado de que personas va uno a vivir, por esto es siempre bueno saber sobre las personas con las que el cliente convivirá en el caso de que este compre o arriende el inmueble. Si es verdad, es bueno decir que el vecindario es tranquilo, si los compradores tienen hijos pequeños es bueno decir que la mayoría de familias que viven en el sector son familias recién casadas con hijos pequeños.

A veces es bueno preguntar en que colegios están los hijos de los compradores y relacionarlos con los hijos de las personas que viven en el vecindario.

La decisión de comprarse algún inmueble no es fácil, por esta razón todo aspecto positivo que se pueda dar el inmueble siempre será importante para ayudar en la decisión de compra.

- * **Iniciar la demostración por los sitios mas atractivos del inmueble y terminar en un ámbito también agradable.**

Como se dijo anteriormente, no todos los inmuebles tienen todos sus espacios atractivos, ni tampoco todos los inmuebles tienen ambientes desagradables o poco acogedores.

Esta es la razón por la cual siempre es mejor empezar demostrando el inmueble por los espacios más acogedores y atractivos.

Hay un dicho que dice que la primera impresión es la que cuenta.

Cuando se enseña inmuebles es muy importante que el cliente se sienta a gusto desde un principio.

Por ejemplo, si una casa tiene los ambientes sociales grandes y muy agradables pero los dormitorios pequeños y mal distribuidos es esencial empezar la visita por la sala y comedor y luego ir a los dormitorios.

Si se ve que el cliente se interesa por el inmueble y va a empezar a hablar de precio o intentará empezar a negociar el inmueble es aconsejable volver a los espacios más atractivos, como la sala en el caso anterior.

Esto es principalmente para que el cliente se sienta cómodo y no se arrepienta de la oferta que está a punto de realizar.

* **Interpretar los gustos de los diferentes aspirantes a ocupar el inmueble**

Para saber los gustos y necesidades del cliente es indispensable dejarle hablar y expresarse, de esta manera, conforme se demuestra los inmuebles al cliente, se logrará descifrar cuales son los gustos del cliente, si le interesa la vista, la seguridad, el entorno, que tipo de acabados le gustan, si le gustan espacios grandes, espacios acogedores, casas rústicas o modernas, en fin tantas características que se pueden ir descifrando conforme se le va enseñando inmuebles.

Lo importante es interpretar los gustos del cliente lo más rápido posible y encontrar el inmueble que llene sus expectativas.

Ya sabiendo los gustos del interesado se puede aconsejar al mismo en muchos aspectos, y de cierta forma tener gran influencia en su decisión de compra, que es el objetivo final.

Se tiene que saber interpretar también, y tomar en cuenta las opiniones no solo de la persona que paga, sino también de todos los que formen parte de la decisión de compra. Un ejemplo de esto son los hijos, casi siempre un padre está influenciado por la decisión de los hijos, y es bueno cuando se ve que a los hijos también les ha interesado el inmueble ya que se sabe que ese inmueble puede ser una de las opciones que tendrá el comprador.

- * **Escuchar con detenimiento las observaciones del cliente sobre la propiedad para orientar mejor su posición frente al cubrimiento de las necesidades del cliente.**

Justamente este punto va de la mano con el anterior. Es muy importante escuchar y poner mucha atención a lo que el cliente tiene que decir sobre las propiedades que ha visitado, para así realizar comentarios que influyan en el futuro comprador, teniendo siempre en cuenta que no se debe mentir al cliente.

Si al cliente no le ha interesado las propiedades visitadas, y ya se tiene un punto de vista de los gustos y necesidades del comprador, en el futuro será más fácil encontrar inmuebles que llenen sus expectativas.

- * **Sugerir, no imponer puntos de vista**

Aunque el punto de vista que se tenga sea totalmente distinto al del interesado, lo importante es sugerir y no imponer. Un ejemplo sobre un caso así puede ser que se le enseñe al cliente un terreno en el que se piense que la plusvalía aumentará en altísimas proporciones en el futuro. Se pueden dar casos, y de hecho se darán, en los cuales el cliente no esté de acuerdo con la afirmación expuesta. En estos casos lo importante es dar argumentos sobre el punto de vista expuesto, pero no imponer y decirle al cliente que el está errado. Sugerir y no imponer.

Estas han sido algunas de las técnicas de ventas que de hecho es necesario saberlas y es muy importante que todo el personal que conformará Aire y Tierra

Inmobiliaria las sepa, y poco a poco conforme pase el tiempo las vaya perfeccionando.

Por estas razones se cree que es muy importante realizar reuniones diarias o pasando un día comentando las experiencias adquiridas en el día a día, para de esta manera aprender de todo el personal de Aire y Tierra Inmobiliaria.

El Señor Guillermo Azula afirma que existen tres etapas para enseñar el inmueble que a continuación se las va a mencionar:

Primera etapa⁴⁴

Como captar la atención

- * Rompa bien el hielo
- * Gánese a su cliente desde el principio inspirándole confianza
- * Formule preguntas útiles
- * Registre la información destacada
- * Analice el tipo de cliente que va a atender
- * Cerciórese que el cliente está atento
- * Maneje su imagen
 - * Tono de voz
 - * Postura
- * Apariencia
- * No toque temas negativos
- * No acuda a temas conflictivos

⁴⁴ Dr. Guillermo Azula
Consultor internacional
Seminario Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha

Segunda etapa:**Como despertar el interés**

- * Anuncie los beneficios que obtiene el comprador antes de mostrar las características del inmueble

Tercera etapa:**Como lograr la convicción y el deseo**

- * Demuestre las características del inmueble y mencione el beneficio para el cliente.
- * Haga vivir anticipadamente los beneficios y satisfacciones que le traerá el inmueble
- * Utilice palabras selectivas que despierten la emotividad
- * Utilice los verbos en tiempo presente
- * Las afirmaciones dirigidas hacia el cliente crean en él deseos positivos
- * Utilice los móviles de compra como:

- Velar por la satisfacción de la familia
- Obtener un precio de oportunidad
- Obtener calidad en el servicio
- Lograr tranquilidad por la seguridad brindada
- No exagere ni mienta
- Explicar sencillamente el aspecto legal

- La primera etapa, que es cuando se conoce al cliente y se tiene que captar la atención del mismo, es muy importante, ya que lo que se busca es que el cliente demuestre interés sobre lo que los intermediarios están hablando, y la forma de lograr esto principalmente es formulando preguntas útiles, preguntas que conciernen a lo que el cliente necesite, para de esta forma demostrar al cliente que existe interés por encontrar inmuebles que satisfagan sus necesidades.

Este tipo de preguntas son también muy importantes para el intermediario porque en este caso él sabrá que es lo que el cliente está buscando.

Un punto muy importante de esta primera etapa y del que ya se habló en capítulos anteriores es manejar la imagen.

Es indispensable hablar con seguridad para así crear confianza con el interesado y hacerle sentir que está hablando con una persona empapada en el tema.

Es importante también ser limpio y vestirse de acuerdo a la ocasión, siempre demostrándole y haciéndole sentir al cliente que él es una persona importante.

Cuando se enseña un inmueble se habla de todo un poco, se dan conversaciones de todo ámbito, y algo extremadamente importante es no hablar de temas conflictivos como política o religión.

No es bueno entrar en controversias y polémicas con los clientes. Hay que tratar de mantener siempre un espacio armónico y pacífico con los clientes.

- La segunda etapa es en la que se trata de despertar el interés del inmueble por parte del cliente, y para esto siempre es bueno empezar a hablar bien del inmueble antes de que el cliente lo conozca.

Se pueden decir cosas como, por ejemplo, "este momento nos vamos a ver una casa que tiene una vista espectacular, está rodeado de áreas verdes y de seguro le va a encantar". Lo que se está haciendo ese momento es entusiasmarle al cliente y lograr que vaya con buena disposición a conocer la casa.

Este tipo de estrategias no harán que el cliente compre la casa, ya que obviamente si el inmueble no le gusta al cliente simplemente no le gusta y no lo compra.

Lo que hacen este tipo de estrategias es facilitar al cliente a tomar la decisión de compra o de oferta del inmueble en caso de que este le haya gustado.

Si en la segunda etapa lo que se trata de hacer es despertar el interés del cliente, en la tercera, ya conociendo el inmueble, lo que se trata de lograr es que el cliente quiera, que le entre un deseo de comprar o arrendar el inmueble. Una estrategia muy eficaz es hacer vivir anticipadamente los beneficios y satisfacciones que le traerá el inmueble al cliente.

Se puede decir ejemplos como "Usted en esta casa tiene esta acogedora área de Barbacoa donde puede hacer unas parrilladas con sus amigos y aprovechar de las áreas verdes y el campo que tiene".

Lo importante es hacerle sentir al cliente que ya vive ahí, y una forma de hacerlo es hablar en tiempo presente.

Se puede dar el caso en el cuál ciertas frases o palabras claves incentiven al comprador; una que se utilizará mucho y que realmente funciona es: "Usted está comprando una casa, o un terreno, o una oficina, o una quinta a un precio de oportunidad, por esto si le gusta la casa trate de hacer la oferta lo más rápido posible porque esta casa se va a vender muy rápido".

Se le está diciendo al cliente que si compra la casa estará haciendo un negocio rentable del cual no se arrepentirá y que tiene que apurarse porque de otra manera va a perder el negocio.

El personal de Aire y Tierra será entrenado e irá perfeccionando estas técnicas conforme pase el tiempo, pero lo importante es inculcarles la cultura de

utilizarlas y de aprender a apreciar que es lo que busca y que es lo que le gusta que le digan al cliente.

Existen algunos signos que tienen los clientes cuando están a punto de tomar la decisión de realizar una oferta por algún inmueble.

Es muy importante darse cuenta cuando el cliente está a punto de tomar esa decisión de realizar la oferta, ya que, el personal de Aire y Tierra puede presionar al cliente o ayudarlo a tomar la decisión realizando preguntas como: "Si quiere, usted puede realizar una oferta y yo le aviso si la aceptan o no".

De esta forma se le está alentando al cliente a realizar la oferta y tomar la decisión de comprar el inmueble.

Guillermo Azula da a conocer algunos signos que el cliente puede tener cuando está dudando en realizar una oferta sobre algún inmueble.

Signos⁴⁵

- * Un cambio notorio en la actitud del cliente
- * El cliente pide la opinión a un tercero
- * El cliente pide el precio, lo anota o hace cuentas
- * El cliente pide garantías formales
- * El cliente habla del inmueble como si ya lo hubiese adquirido

⁴⁵ Dr. Guillermo Azula
Consultor internacional
Seminario Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha

- * El cliente hace una comparación positiva del inmueble con respecto a la competencia
- * El cliente recorre por segunda vez el inmueble

Como se ve lo importante es darse cuenta si el cliente está dudando en realizar una oferta y comprar o arrendar el inmueble dependiendo cual sea el caso.

Hay que tener en cuenta siempre que lo importante es vender o arrendar el inmueble, lo importante es cerrar las negociaciones, de esta manera, un paso muy importante es tratar siempre de que el cliente realice una oferta sobre cualquier inmueble, y mientras más rápido lo hace mejor para Aire y Tierra.

Desde que el cliente hace la oferta empieza la negociación por parte de los clientes vendedores y los clientes compradores, siempre con la intermediación de la inmobiliaria.

Se tiene siempre que presionar de la mejor manera posible a los dos tipos de clientes para cerrar las negociaciones de la manera más rápida posible, y así dejar contentos al cliente vendedor, al cliente comprador y a Aire y Tierra Inmobiliaria.

El personal de Aire y Tierra estará siempre capacitado, especialmente en lo que se refiere a técnicas de ventas, conocimientos del mercado inmobiliario en

el sector, internet, Excel, trato al cliente y todos los aspectos referentes a las ventas inmobiliarias ,ya que recibirán por lo menos doce cursos de capacitación anuales.

Estos cursos duran aproximadamente 10 horas cada uno de ellos, y tienen una duración promedio de una semana por curso, con un costo en promedio de \$100 la hora, por lo que se incurrirá en un gasto aproximado de \$12.000 anuales en capacitación.

Se sabe que el costo en el que se incurrirá por capacitación es alto, pero es la mejor manera de diferenciarse de la competencia y de crecer como empresa en el futuro.

CAPÍTULO IX

ANÁLISIS FINANCIERO

El objetivo de este capítulo es analizar si el negocio de formar Aire y Tierra Inmobiliaria Compañía Limitada es rentable.

9.1 COMISIONES

El porcentaje de comisión por ventas o por arriendo de inmuebles que Aire y Tierra pagará al vendedor master y a los vendedores de Aire y Tierra serán los siguientes:

Como se sabe existe un Vendedor Master y tres vendedores.

Si el vendedor master vende o arrienda algún inmueble recibirá el 15% sobre el total de honorarios que reciba Aire y Tierra.

Si alguno de los otros tres vendedores vende o arrienda algún inmueble recibirá el 10% sobre el total de honorarios que reciba Aire y Tierra, y el vendedor master recibirá el 5% por todas las ventas o arriendos de cualquiera de los tres vendedores que se encuentran a su cargo.

De esta manera, Aire y Tierra tendrá que comisionar siempre a sus vendedores un 15% sobre el total que haya comisionado la empresa, ya sea si el vendedor

master sea el que haya vendido o arrendado el inmueble, o ya sea si cualquiera de los tres vendedores hayan sido los que hayan vendido o arrendado el inmueble.

A continuación se podrá ver un cuadro que demuestre lo anterior con mayor claridad:

Venta o arriendo del vendedor master

Cuadro 9.1	Comisión por Venta	Comisión por Arriendo
Vendedores Master	15%	15%
Vendedores	0%	0%
Total	15%	15%

Venta o arriendo de cualquier vendedor

Cuadro 9.2	Comisión por Venta	Comisión por Arriendo
Vendedores Master	5%	5%
Vendedores	10%	10%
Total	15%	15%

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

Como se puede ver la comisión por la venta o por el arriendo de un inmueble siempre va a ser la misma, esto es para que no solamente se enfoquen en una, sino en las dos funciones principales que tendrán Aire y Tierra Inmobiliaria.

9.2 ESTIMACIÓN DE VENTAS

Para efectos de estimar las ventas mensuales y anuales que tendrán los vendedores de Aire y Tierra, y por ende estimar las utilidades de la inmobiliaria se hicieron los siguiente análisis:

Como se vio en el capítulo 4, existe en la actualidad gran cantidad de demanda y gran cantidad de oferta inmobiliaria en el sector de Cumbayá y Tumbaco.

Para ser exactos, existen 791 inmuebles por estrenar a la venta, 570 si no se cuentan las 221 oficinas destinadas a la venta en el sector, y existen 557 hogares que están demandando inmuebles en el sector.

Para efectos de calcular el monto en ventas de cada uno de los vendedores de Aire y Tierra, se ha supuesto que cada uno de ellos venda o arriende un inmueble por mes.

Analizando la oferta y la demanda sin tener en cuenta terrenos, arriendos, oficinas y la oferta de casas usadas de venta, se piensa que se está estimando un número muy razonable.

Como Aire y Tierra también se dedicará, y de hecho será uno de sus fuertes el intermediar terrenos e intermediar casas destinadas para arrendar, e intermediar casas usadas destinadas a la venta, se calculó que cada uno de los

vendedores de Aire y Tierra venderá una casa por mes, o un terreno por mes, o arrendará una casa por mes.

De esta manera, para una mejor comprensión, para efectos de calcular los montos mensuales y anuales que recibirá Aire y Tierra Inmobiliaria se separó en tres a la forma que comisionará Aire y Tierra:

Ventas de Casas, ventas de terrenos y arriendo de casas.

Si cada uno de los cuatro vendedores vende o arrienda uno de los tres ítems antes mencionados por mes, se venderá o arrendará 48 inmuebles por año, ya sean estas casas, terrenos o arriendos de casas.

En base a la experiencia adquirida trabajando en bienes raíces en estos últimos 6 meses y en base a los inmuebles ofertados y demandados en el sector, se ha llegado a la conclusión que los inmuebles que más se negociarán serán casas de venta, luego terrenos de venta y por último arriendos de casas.

De los 6 meses en los cuales se trabajó seriamente como Corredor de Bienes Raíces se logró vender 3 casas, dos terrenos y se arrendó una casa.

De esta manera, en base a la experiencia y en base a la oferta y demanda de bienes inmuebles, siempre será más factible vender casas que vender lotes o que arrendar casas.

Si a estas ventas se las llevan a porcentajes se puede decir que el 50% de las comisiones que se recibirán, será por ventas de casas, el 33,33% de las comisiones que se recibirán será por ventas de terrenos y el 16,66% de las comisiones que se recibirán será por arriendos de casas.

En base a estos porcentajes, de los 48 inmuebles que se negociarán por año, 24 serán por venta de casas, 16 por venta de terrenos y 8 por arriendo de casas.

Una de las principales razones por las cuales es más difícil arrendar casas es porque no existe mucha oferta de casas destinadas al arriendo al momento en el sector, entonces cuando aparece un posible arrendatario todos los intermediarios se pelean por enseñarle las pocas casas destinadas al arriendo en el sector. Especialmente si este es extranjero, ya que estos generalmente vienen de empresas multinacionales y es la misma empresa la que paga sus arriendos que oscilan entre \$2500 y \$3500.

Lo ideal en estos casos sería tener casas firmadas en contratos de exclusividad, pero como se dijo esto se irá dando con el pasar del tiempo, demostrando la seriedad de la empresa y dando un excelente servicio.

Basándose en lo dicho anteriormente, se puede pensar: “para que formar una empresa inmobiliaria”, si trabajando como Corredor de Bienes Raíces independiente se vende o se arrienda en seis meses seis inmuebles.

La diferencia constituyendo una empresa es la siguiente:

En absolutamente todos los cierres de negociación que se dieron en los pasados seis meses se tuvo que compartir la comisión con por lo menos tres distintos intermediarios. Esto es lo que no sucederá formando una empresa inmobiliaria ya que se contará con mucho más clientes compradores y clientes vendedores y no será necesario compartir las comisiones, sabiendo siempre que existirán excepciones, pero como se dijo en capítulos anteriores, solo se compartirá con un intermediario más, y esto como política de Aire y Tierra Inmobiliaria.

Los precios finales de los seis inmuebles vendidos trabajando como Corredor de Bienes Raíces fueron los siguientes:

Precios de los inmuebles negociados

Cuadro 9.3

	Casa 1	Casa 2	Casa 3	Terreno 1	Terreno 2	Arriendo 1
Precios	\$130,000	\$105,000	\$220,000	\$120,000	\$84,000	\$1,200

Cuadro 9.4

	Casas	Terrenos	Arriendo
Promedio	\$151,666.67	\$102,000.00	\$1,200.00

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

En base al precio de los inmuebles que se ofertan en el mercado en la actualidad, y en base al precio de las casas, terrenos y casas destinadas al arriendo que se negociaron en los seis meses trabajando como Corredor de Bienes Raíces que se pueden ver en los cuadros anteriores, se llegó a la conclusión que los precios promedios para efectos de cálculos posteriores serán los siguientes:

Precios promedios de los inmuebles negociados

Cuadro 9.5

	Casas de venta	Terrenos de venta	Arriendos de casas
Precios promedio	\$150,000	\$100,000	\$1,000

Fuente: Autor

Elaboración: Autor

De acuerdo a las proyecciones realizadas anteriormente, los ingresos que percibirá Aire y Tierra Inmobiliaria en el primer año de funcionamiento, recibiendo el 4% en todas las ventas y el primer canon de arrendamiento en todos los arriendos realizados serán los siguientes:

Proyecciones de ventas y arriendos realizados

Cuadro 9.6	Venta de Casa	Venta de Terreno	Arriendos
Ingresos por inmueble	\$6,000	\$4,000	\$1,000
# de Inmuebles Vendidos	24	16	8
Totales	\$144,000	\$64,000	\$8,000

Total	\$216,000
--------------	------------------

Fuente: Autor
Elaboración: Autor

Como se puede ver anteriormente, los vendedores de Aire y Tierra Inmobiliaria recibirán el 15% sobre cada venta que realicen, de esta manera, el valor total anual que se pagará en comisiones teniendo en cuenta el cuadro anterior será de \$32.400.

Esto es el 15% de \$216.000.

Otro factor muy importante, que es necesario mencionarlo y que influirá en las ventas mensuales, especialmente en el primer año es que Aire y Tierra Inmobiliaria será una de las empresas encargadas de vender los proyectos inmobiliarios de la constructora Falproyec S.A.

A corto plazo, se intermediará la venta del proyecto La Escondida, en la vía Intervalles en Cununyacu.

Este proyecto consta de 16 casas que oscilan en precios de \$135.000 a \$180.000 por lo que es una gran ventaja para Aire y Tierra el poder empezar con la intermediación de un proyecto grande.

Proyecciones de crecimiento demográfico⁴⁶

Cuadro 9.7

	Proyección año y Tasa de Crecimiento (tc)					
	2005	tc	2010	tc	2015	tc
Total Administración	68,776	3.7	80,276	3.1	91,776	2.7
Cumbayá	24,142	3.5	27,886	2.9	31,530	2.5
Tumbaco	44,634	3.8	52,390	3.3	60,246	2.8

Fuente: www.quito.gov.ec

Elaboración: Autor

Como se puede ver, la tasa de crecimiento va disminuyendo conforme pasan los años, de esta manera se confirma que al momento Tumbaco y Cumbayá se encuentran en una etapa de desarrollo urbanístico y comercial, y formar una empresa inmobiliaria en este momento es totalmente apropiado.

⁴⁶ Quito Distrito Metropolitano, Dirección Metropolitana de Planificación Territorial, Proyección poblacional de la administración zonal, Tumbaco por Quinceños según parroquias.
www.quito.gov.ec

Como se puede ver en el cuadro anterior, la tasa de crecimiento en Tumbaco siempre es mayor a la tasa de crecimiento de Cumbayá.

A la principal consecuencia de este suceso ya se la mencionó anteriormente, y es que actualmente en Cumbayá no existen muchos espacios en donde se puedan destinar proyectos inmobiliarios.

Por esta razón la población va creciendo hacia Tumbaco y en un futuro irá creciendo hacia Puembo y sectores aledaños, por lo tanto siempre será un buen negocio formar una Inmobiliaria en este Valle.

Se tiene que saber que para efectos de realizar las proyecciones de ventas en los próximos 10 años la tasa que se tomará en cuenta es la de toda la Administración, que es un promedio de las tasas de Cumbayá y Tumbaco y es la tasa que se deberá tomar, ya que Aire y Tierra Inmobiliaria dará servicios en Cumbayá y en Tumbaco, no solamente en Cumbayá ni solamente en Tumbaco.

De esta manera, del año 2.006 al año 2.010 se tomará la tasa de crecimiento de 3,7% anual, del año 2.010 al 2.015 la tasa de crecimiento del 3.1% anual y del 2.015 al 2.020 la tasa de crecimiento del 2.7% anual.

Para poder proyectar dichas tasas de crecimiento en una manera parcial en venta de casas, venta de terrenos y arriendos se realizó el siguiente ejercicio.

Como se vio anteriormente el 50% de la comisiones ingresarán por venta de casas, el 33,33% por venta de terrenos y el 16,66% por arriendo de casas.

De esta manera para poder alcanzar la tasa de crecimiento para cada una de estas formas de comisionar, se sacó el porcentaje que les corresponde sobre cada tasa de crecimiento y se llegaron a las siguientes tasas de crecimiento:

Proyecciones de crecimiento trasladadas a venta de casas, venta de terrenos y arriendos de casas

Cuadro 9.8

	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Casas	1.85%	1.85%	1.85%	1.85%	1.55%
Terrenos	1.23%	1.23%	1.23%	1.23%	1.03%
Arriendos	0.62%	0.62%	0.62%	0.62%	0.52%
Total	3.70%	3.70%	3.70%	3.70%	3.10%

	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Casas	1.55%	1.55%	1.55%	1.55%	1.35%
Terrenos	1.03%	1.03%	1.03%	1.03%	0.90%
Arriendos	0.52%	0.52%	0.52%	0.52%	0.45%
Total	3.10%	3.10%	3.10%	3.10%	2.70%

Fuente: Autor

Elaboración: Autor

Para tener como resultado estos porcentajes lo que se hizo es multiplicar la tasa de crecimiento de cada año por los respectivos porcentajes de venta de casas, venta de terrenos y arriendos, esto quiere decir 50%, 33,33% y 16,66%.

Los resultados son las tasas de crecimiento de cada año en lo que se refiere a venta de casas, venta de terrenos y arriendo de casas, y son las tasas que se utilizarán para las proyecciones de ventas futuras en Aire y Tierra Inmobiliaria.

Se tiene que saber que al momento de proyectar las ventas futuras se aproximó los resultados a números enteros por el hecho de que no pueden existir números decimales de comisiones por venta de casas, venta de terrenos o arriendo de casas.

9.3 ANÁLISIS FINANCIERO

El total de inversión inicial en Aire y Tierra Inmobiliaria es de \$133.826,80.

El capital propio asciende a \$43.826,8 que equivale al 32,75%.

Los \$90.000 restantes, los cuales se adquirió por medio de un crédito equivalen al 67,25% sobre el total de inversión.

En la inversión inicial están incluidos la oficina, un vehículo, muebles y equipos de oficina, equipos de computación, otros costos preinversión, gastos de constitución e inversión publicitaria, el capital de trabajo para poder provisionar los recursos necesarios para solventar los gastos corrientes y los intereses durante la compra de la oficina, que es el desembolso de la primera cuota del crédito a largo plazo.

Una herramienta extremadamente importante que facilita el trabajo del intermediario inmobiliario es el automóvil.

Todos los vendedores de Aire y Tierra Inmobiliaria tendrán carro y la Inmobiliaria destinará \$80 mensuales para la movilización de cada uno de ellos.

Los cuatro vendedores y el Gerente General recibirán \$80 mensuales para gasolina de sus vehículos. Esto genera un gasto total de \$400 mensuales en movilización.

La movilización es un costo directo par Aire y Tierra Inmobiliaria.

Se tiene tres rubros en lo que se refiere a los costos directos, estos son:

Los trámites que se requieren realizar y los documentos que se necesitan sacar, ya sea del Registro de la Propiedad o del municipio para intentar llegar a cerrar una negociación, como también algún gasto que se realice por asesoría legal, los gastos de movilización o gasolina que cada uno de los vendedores requiere para moverse y los gastos de atención al cliente que se puedan dar, como por ejemplo una comida que se realice con algún cliente.

Para poder alcanzar el valor de estos costos, de igual manera, se sacó un promedio de lo que se gasta y se lo multiplicó por el porcentaje correspondiente a cada uno de los tres rubros por los cuales ingresa dinero a la Inmobiliaria, esto es venta de casas, venta de terrenos y arriendo de casas.

El valor de los gastos generales anuales es de \$30.784,80 en donde están incluidos los gastos administrativos y los gastos de ventas.

Se gastará \$8.524,80 anualmente en publicidad y \$12.000 en capacitación.

El costo anual de mano de obra con todos los beneficios pertinentes asciende a \$38.656,80.

La depreciación se efectuó por el método de línea recta, con el tiempo necesario estipulado por la ley, para cada caso.

Las cuotas de capital e intereses que se cancelarán semestralmente por el préstamo adquirido a 5 años y a un interés del 12% ascienden a \$12.228,12.

El valor actual neto (VAN) del proyecto es de \$177.115 y el TIR es de 38.47% a una tasa de descuento del 12.98%, lo cual refleja que el proyecto es viable.

Esta tasa de descuento utilizada se la ha obtenido mediante el promedio de la tasa del crédito a largo plazo utilizada que es del 12% y de la tasa de riesgo del capital propio que se la ha valorado en un 15%, tomando en cuenta el riesgo país al 19 de junio del 2.006 que es de 5,06%⁴⁷, la tasa pasiva bancaria promedio del 19 al 25 de julio del 4,13%⁴⁸, y además una tasa de riesgo del capital del 5.81% para llegar al 15%, que es una tasa de rentabilidad bastante aceptable.

⁴⁷ www.bce.fin.ec

⁴⁸ www.bce.fin.ec

CUADROS FINANCIEROS

Inversión Inicial

Cuadro 9.9

RUBRO	VALOR USD.
OFICINA	80,750
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	1,318.24
VEHICULOS	30,000
CAPITAL DE TRABAJO	8,052.16
INVERSION PUBLICITARIA	1,757.40
GASTOS DE CONSTITUCION	2,500
EQUIPOS DE COMPUTACION	3,696
OTROS COSTOS PREINV.	353
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFICINA	5,400
TOTAL	133,826.80

Oficina

Cuadro 9.10

Objeto	M cuadrados	Precio x M2	Valor Total
Oficina	\$95.00	\$850.00	\$80,750.00
Total	\$95.00	\$850.00	\$80,750.00

Muebles y equipos de oficina

Cuadro 9.11

Objeto	Cantidad	Precio Unitario	IVA	Precio Total
Escritorios de Trabajo	3	\$194.00	\$23.28	\$651.84
Sillas Giratorias	3	\$58.00	\$6.96	\$194.88
Sillas Modelo Capri	12	\$24.00	\$2.88	\$322.56
Mesa de Reuniones	1	\$83.00	\$9.96	\$92.96
Archivador de oficina	1	\$50.00	\$6.00	\$56.00
Total	20	\$409.00	\$49.08	\$1,318.24

Vehículos

Cuadro 9.12

Objeto	Valor Unitario	IVA 12%	Valor Total
Camioneta Silverado	\$26,785.71	\$3,214.29	\$30,000.00
Total	\$26,785.71	\$3,214.29	\$30,000.00

Inversión publicitaria

Cuadro 9.13

Objeto	Valor Unitario	IVA 12%	Valor Total
Valla	\$600.00	\$72.00	\$672.00
Lanzamiento	\$879.82	\$105.58	\$985.40
Logotipo	\$89.29	\$10.71	\$100.00
Total	\$1,569.11	\$188.29	\$1,757.40

Gastos de constitución

Cuadro 9.14

Objeto	Valor USD
Capital social	\$2,000.00
Gastos legales	\$500.00
Total	\$2,500.00

Equipos de Computación

Cuadro 9.15

Objeto	Cantidad	Precio Unitario	IVA	Precio Total
Computadora	3	\$800.00	\$96.00	\$2,688.00
Impresoras	2	\$200.00	\$24.00	\$448.00
Telefax	1	\$150.00	\$18.00	\$168.00
Teléfonos y central	5	\$70.00	\$8.40	\$392.00
Total				\$3,696.00

Otros costos preinversión

Cuadro 9.16

Objeto	Cantidad	Precio Total
Ojas Memebretadas	1000	\$75.00
Sobres	1000	\$60.00
Tarjetas	1500	\$218.00
Total		\$353.00

Rol De Pagos

Cuadro 9.17

CARGO	SUELDO NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO RESERVA	APORTE PATRONAL	CANTIDAD DE PERSONAS	SUBTOTAL	TOTAL	TOTAL ANUAL
Gerente	\$1,200.0	\$100.0	\$10.2	\$50.0	\$100.0	\$130.2	\$1.0	\$1,590.4	\$1,590.4	\$19,084.4
Secretaria auxiliar contabilidad	\$300.0	\$25.0	\$10.2	\$12.5	\$25.0	\$32.6	\$1.0	\$405.2	\$405.2	\$4,862.6
Vendedor Master	\$300.0	\$25.0	\$10.2	\$12.5	\$25.0	\$32.6	\$1.0	\$405.2	\$405.2	\$4,862.6
Vendedores	\$200.0	\$16.7	\$10.2	\$8.3	\$16.7	\$21.7	\$3.0	\$273.5	\$820.6	\$9,847.2
Total									\$3,221.4	\$38,656.8

Costos Directos

Cuadro 9.18

COSTOS UNITARIOS DIRECTOS	Comisión por venta de casas	Comisión por venta de terrenos	Comisión por arriendos
	MARGEN DE COSTOS	6000	4000
Tramites	50	33.3333	16.6666
Movilización	200	133.3333	66.6666
Atención al cliente	50	33.33333	16.66666
TOTAL MARGEN DE COSTOS/VENTAS	0.05	0.05	0.1

Gastos administrativos

Cuadro 9.19

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANNUAL
Luz	\$20.00	\$240.00
Agua	\$25.00	\$300.00
Telefono	\$200.00	\$2,400.00
Utiles de oficina	\$20.00	\$240.00
Utiles de aseo	\$25.00	\$300.00
Honorarios contador	\$150.00	\$1,800.00
Internet	\$40.00	\$480.00
Mantenimiento Vehículo	\$125.00	\$1,500.00
Total	\$605.00	\$7,260.00

Gastos de Ventas

Cuadro 9.20

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANNUAL
Gastos de Publicidad	\$710.40	\$8,524.80
Gastos de Capacitación	\$1,000.00	\$12,000.00
Celular	\$250.00	\$3,000.00
Total	\$1,960.40	\$23,524.80

Gastos de Ventas

Cuadro 9.20

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANNUAL
Gastos de Publicidad	\$710.40	\$8,524.80
Gastos de Capacitación	\$1,000.00	\$12,000.00
Celular	\$250.00	\$3,000.00
Total	\$1,960.40	\$23,524.80

Ventas

Cuadro 9.21

AÑO	COMISIÓN POR VENTA DE CASAS			COMISIÓN POR VENTA DE TERRENOS			COMISIÓN POR ARRIENDOS			TOTAL
	Cantidad	Precio	Total sin IVA	Cantidad	Precio	Total sin IVA	Cantidad	Precio	Total sin IVA	Totales
1	24	\$6,000	\$128,571.43	16	\$4,000	\$57,142.86	8	\$1,000	\$7,142.86	\$192,857.14
2	24	\$6,000	\$128,571.43	16	\$4,000	\$57,142.86	8	\$1,000	\$7,142.86	\$192,857.14
3	25	\$6,000	\$133,928.57	16	\$4,000	\$57,142.86	8	\$1,000	\$7,142.86	\$198,214.29
4	25	\$6,000	\$133,928.57	17	\$4,000	\$60,714.29	8	\$1,000	\$7,142.86	\$201,785.71
5	26	\$6,000	\$139,285.71	17	\$4,000	\$60,714.29	8	\$1,000	\$7,142.86	\$207,142.86
6	26	\$6,000	\$139,285.71	17	\$4,000	\$60,714.29	8	\$1,000	\$7,142.86	\$207,142.86
7	27	\$6,000	\$144,642.86	17	\$4,000	\$60,714.29	8	\$1,000	\$7,142.86	\$212,500.00
8	27	\$6,000	\$144,642.86	17	\$4,000	\$60,714.29	8	\$1,000	\$7,142.86	\$212,500.00
9	27	\$6,000	\$144,642.86	18	\$4,000	\$64,285.71	8	\$1,000	\$7,142.86	\$216,071.43
10	28	\$6,000	\$150,000.00	18	\$4,000	\$64,285.71	8	\$1,000	\$7,142.86	\$221,428.57

Comisiones

Cuadro 9.23

AÑO	VENTAS	COMISIONES 15%
1	\$192,857.14	\$28,928.57
2	\$192,857.14	\$28,928.57
3	\$198,214.29	\$29,732.14
4	\$201,785.71	\$30,267.86
5	\$207,142.86	\$31,071.43
6	\$207,142.86	\$31,071.43
7	\$212,500.00	\$31,875.00
8	\$212,500.00	\$31,875.00
9	\$216,071.43	\$32,410.71
10	\$221,428.57	\$33,214.29

Financiamiento

Cuadro 9.24

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	\$43,826.80	32.75%
CREDITO	\$90,000	67.25%
TOTAL	\$133,826.80	100%

Tasa de descuento

Cuadro 9.25

CAPITAL PROPIO	32.70%	43,826.80	15.00%	6574.02
CREDITO	67.30%	90,000	12.00%	10800
		133,826.80	0.129824669	17374.02
TASA DE DESCUENTO			12.98%	

Tabla de amortización

Cuadro 9.26

MONTO USD.	90,000	PLAZO	5	SERVICIO	12,228
TASA INTERES	12%	PAGOS ANUALES	2	US \$.	
PERIODO	DESBOLSO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO	SALDO
0	90,000				90,000
1		5,400	6,828	12,228	83,172
2		4,990	7,238	12,228	75,934
3		4,556	7,672	12,228	68,262
4		4,096	8,132	12,228	60,130
5		3,608	8,620	12,228	51,509
6		3,091	9,138	12,228	42,372
7		2,542	9,686	12,228	32,686
8		1,961	10,267	12,228	22,419
9		1,345	10,883	12,228	11,536
10		692	11,536	12,228	0

Estado de situación inicial

Cuadro 9.28

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$8,052.2	PORCION CTE.L.PLAZO	\$14,065.9
TOTAL CIRCULANTE	\$8,052.2	PASIVO CORRIENTE	\$14,065.9
FIJO			
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0		
		TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$75,934.1
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	DEUDA L. PLAZO	\$75,934.1
DEPRECIACION ACUMULADA			
ACTIVO FIJO NETO	\$115,764.2	PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	\$43,826.8
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0		
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0	UTIL. DEL EJERCICIO	
AMORTIZACION ACUMULADA			
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$10,010.4	TOTAL PATRIMONIO	\$43,826.8
TOTAL ACTIVOS	\$133,826.8	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$133,826.8

Estado de balance año 1

Cuadro 9.29

DISPONIBLE	\$46,640.1	PORCION CTE.L.PLAZO	15804.467
TOTAL CIRCULANTE	\$46,640.1	IVA RETENIDO	\$2,160.0
FIJO		PASIVO CORRIENTE	\$17,964.5
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0		
		TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$60,129.6
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	DEUDA L. PLAZO	\$60,129.6
DEPRECIACION ACUMULADA	-\$11,401.3	TOTAL PASIVO	\$78,094.1
ACTIVO FIJO NETO	\$104,362.9	PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	\$43,826.8
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0		
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0	UTIL. DEL EJERCICIO	\$37,161.1
AMORTIZACION ACUMULADA	-\$1,931.5		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$8,078.9	TOTAL PATRIMONIO	\$80,987.9
TOTAL ACTIVOS	\$159,081.9	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$159,081.9

Estado de resultados año 1

Cuadro 9.30

GASTOS NOMINA	\$38,656.8	INGRESOS POR VTAS	\$192,857.1
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$38,656.8	COSTO DE VENTAS	-\$10,000.0
GASTOS FINANCIEROS	\$4,990.3		
DEPRECIACIONES	\$11,401.3		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	\$28,928.6		
AMORTIZACIONES	\$1,931.5		
TOTAL GASTOS	\$124,565.3		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$58,291.9		
15% PARTICIPACION TRAB.	-\$8,743.8		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$49,548.1		
IMPUESTO RENTA	-\$12,387.0		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$37,161.1		
TOTAL	\$182,857.1	TOTAL	\$182,857.1

Estado de balance año 2

Cuadro 9.31

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$78,995.3	PORCION CTE.L.PLAZO	\$17,757.9
		IVA RETENIDO Y NO PAGADO	\$2,160.0
TOTAL CIRCULANTE	\$78,995.3	PASIVO CORRIENTE	\$19,917.9
FIJO			
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0	TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$42,371.7
		DEUDA L. PLAZO	\$42,371.7
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	TOTAL PASIVO	\$62,289.6
DEPRECIACION ACUMULADA	-\$22,802.6	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	\$92,961.6	CAPITAL	\$43,826.8
OTROS ACTIVOS			
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	\$37,161.1
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0		
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-\$3,863.0	UTIL. DEL EJERCICIO	\$34,826.9
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$6,147.4	TOTAL PATRIMONIO	\$115,814.7
TOTAL ACTIVOS	\$178,104.4	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$178,104.4

Estado de resultados año 2

Cuadro 9.32

GASTOS NOMINA	\$38,656.8	INGRESOS POR VTAS	\$192,857.1
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$38,656.8	COSTO DE VENTAS	-\$10,000.0
GASTOS FINANCIEROS	\$8,651.8		
DEPRECIACIONES	\$11,401.3		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	\$28,928.6		
AMORTIZACIONES	\$1,931.5		
TOTAL GASTOS	\$128,226.7		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$54,630.4		
15% PARTICIPACION TRAB.	-\$8,194.6		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$46,435.8		
IMPUESTO RENTA	-\$11,609.0		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$34,826.9		
TOTAL	\$182,857.1	TOTAL	\$182,857.1

Estado de Balance año 3

Cuadro 9.33

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$113,434.6	PORCION CTE.L.PL.	\$19,952.8
		IVA RETENIDO Y NO PAGADO	\$2,220.0
TOTAL CIRCULANTE	\$113,434.6	PASIVO CORRIENTE	\$22,172.8
FIJO			
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0	TOTAL PASIVO L.PL	\$22,418.9
		DEUDA L. PLAZO	\$22,418.9
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	TOTAL PASIVO	\$44,591.7
DEPRECIACION ACUMULADA	-\$34,204.0	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	\$81,560.3	CAPITAL	\$43,826.8
OTROS ACTIVOS			\$0.0
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	\$71,987.9
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0		
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-\$5,794.4	UTIL. DEL EJERCICIO	\$38,804.3
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$4,216.0	TOTAL PATRIMONIO	\$154,619.1
TOTAL ACTIVOS	\$199,210.8	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$199,210.8

Estado de resultados año 3

Cuadro 9.34

GASTOS NOMINA	\$38,656.8	INGRESOS POR VTAS	\$198,214.3
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$38,656.8	COSTO DE VENTAS	-\$10,267.9
GASTOS FINANCIEROS	\$6,698.3		
DEPRECIACIONES	\$11,401.3		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	\$29,732.1		
AMORTIZACIONES	\$1,931.5		
TOTAL GASTOS	\$127,076.9		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$60,869.6		
15% PARTICIPACION TRAB.	-\$9,130.4		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$51,739.1		
IMPUESTO RENTA	-\$12,934.8		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$38,804.3		
TOTAL	\$187,946.4	TOTAL	\$187,946.4

Estado de balance año 4

Cuadro 9.35

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$148,433.0	PORCION CTE.L.PL.	\$22,418.9
		IVA RETENIDO Y NO PAGADO	\$2,260.0
TOTAL CIRCULANTE	\$148,433.0	PASIVO CORRIENTE	\$24,678.9
FIJO			
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0	TOTAL PASIVO L.PL	\$0.0
		DEUDA L. PLAZO	\$0.0
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	TOTAL PASIVO	\$24,678.9
DEPRECIACION ACUMULADA	-\$44,373.3	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	\$71,391.0	CAPITAL	\$43,826.8
OTROS ACTIVOS			
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	\$110,792.3
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0		
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-\$7,725.9	UTIL. DEL EJERCICIO	\$42,810.4
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$2,284.5	TOTAL PATRIMONIO	\$197,429.5
TOTAL ACTIVOS	\$222,108.4	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$222,108.4

Estado de resultados año 4

Cuadro 9.36

GASTOS NOMINA	\$38,656.8	INGRESOS POR VTAS	\$201,785.7
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$38,656.8	COSTO DE VENTAS	-\$10,446.4
GASTOS FINANCIEROS	\$4,503.5		
DEPRECIACIONES	\$10,169.3		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	\$30,267.9		
AMORTIZACIONES	\$1,931.5		
TOTAL GASTOS	\$124,185.7		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$67,153.6		
15% PARTICIPACION TRAB.	-\$10,073.0		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$57,080.5		
IMPUESTO RENTA	-\$14,270.1		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$42,810.4		
TOTAL	\$191,339.3	TOTAL	\$191,339.3

Estado de balance año 5

Cuadro 9.37

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$185,289.6	PORCION CTE.L.PL.	\$0.0
		IVA RETENIDO Y NO PAGADO	\$2,320.0
TOTAL CIRCULANTE	\$185,289.6	PASIVO CORRIENTE	\$2,320.0
FIJO			
OFICINA	\$80,750.0		
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$1,318.2		
VEHICULOS	\$30,000.0		
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$3,696.0	TOTAL PASIVO L.PL	\$0.0
		DEUDA L. PLAZO	\$0.0
TOTAL ACTIVO FIJO	\$115,764.2	TOTAL PASIVO	\$2,320.0
DEPRECIACION ACUMULADA	-\$54,542.6	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	\$61,221.6	CAPITAL	\$43,826.8
OTROS ACTIVOS			
INVERSION PUBLICITARIA	\$1,757.4		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$2,853.0	UTIL/ PERD. ACUMULADAS	\$153,602.7
INTERESES DURANTE LA COMPRA OFIC.	\$5,400.0		
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	-\$9,657.4	UTIL. DEL EJERCICIO	\$47,114.7
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$353.0	TOTAL PATRIMONIO	\$244,544.2
TOTAL ACTIVOS	\$246,864.2	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$246,864.2

Estado de resultados año 5

Cuadro 9. 38

GASTOS NOMINA	\$38,656.8	INGRESOS POR VTAS	\$207,142.9
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$38,656.8	COSTO DE VENTAS	-\$10,714.3
GASTOS FINANCIEROS	\$2,037.3		
DEPRECIACIONES	\$10,169.3		
GASTOS COMERCIAL. Y VENTAS	\$31,071.4		
AMORTIZACIONES	\$1,931.5		
TOTAL GASTOS	\$122,523.1		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$73,905.5		
15% PARTICIPACION TRAB.	-\$11,085.8		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$62,819.6		
IMPUESTO RENTA	-\$15,704.9		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$47,114.7		
TOTAL	\$196,428.6	TOTAL	\$196,428.6

Flujo de efectivo

Cuadro 9.39

AÑO	INVERSION	COSTOS OPERATIVOS	INTERESES	PART. TRABAJADORES	IMPUESTO RENTA	INGRESOS	FLUJO DESP. PART E IMP.	FLUJO OPER. ANTES. PART E IMP.
0	\$133,826.80						\$133,826.80	-\$133,826.80
1		\$121,232.48	\$4,990.31	\$8,743.78	\$12,387.02	\$192,857.14	\$50,493.86	\$76,614.97
2		\$124,893.93	\$8,651.77	\$8,194.56	\$11,608.96	\$192,857.14	\$48,159.69	\$76,614.97
3		\$124,011.93	\$6,698.33	\$9,130.43	\$12,934.78	\$198,214.29	\$52,137.14	\$80,900.69
4		\$122,531.34	\$4,503.46	\$10,073.04	\$14,270.13	\$201,785.71	\$54,911.20	\$83,757.83
5		\$121,136.61	\$2,037.29	\$11,085.82	\$15,704.91	\$207,142.86	\$59,215.53	\$88,043.54
6		\$119,099.31		\$12,581.13	\$17,823.27	\$207,142.86	\$57,639.14	\$88,043.54
7		\$120,170.74		\$13,223.99	\$18,733.99	\$212,500.00	\$60,371.28	\$92,329.26
8		\$120,170.74		\$13,223.99	\$18,733.99	\$212,500.00	\$60,371.28	\$92,329.26
9		\$120,885.03		\$13,652.56	\$19,341.13	\$216,071.43	\$62,192.71	\$95,186.40
10		\$121,956.46		\$14,295.42	\$20,251.84	\$256,956.44	\$100,452.72	\$134,999.99
TIR ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES E IMPUESTOS								59.28%
TIR DESPUES DE PARTICIPACIÓN E IMPUESTOS							38.47%	
VALOR ACUTAL NETO AL				12.98%			\$177,114.83	\$337,275.85

Índices financieros

Cuadro 9.40

ÍNDICES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ GENERAL	2.60	3.97	5.12	6.01	79.87
APALANCAMIENTO FINANCIERO	1.96	1.54	1.29	1.13	1.01
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO	84.79%	43.00%	33.51%	27.69%	23.86%
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	96.43%	53.78%	28.84%	12.50%	0.95%
ROTACION DE ACTIVO FIJO	1.85	2.07	2.43	2.83	3.38
ROTACION DE VENTAS	1.21	1.08	0.99	0.91	0.84
MARGEN BRUTO	1.0519	1.0519	1.0518	1.0518	1.0517
UTILIDAD / VENTAS	19.27%	18.06%	19.58%	21.22%	22.75%
ROA	23.36%	19.55%	19.48%	19.27%	19.09%

CAPÍTULO X

CONCLUSIONES

10.1 CONCLUSIONES

Después de haber ya terminado este estudio en el cuál se ha formado una empresa Inmobiliaria que llevará el nombre de Aire y Tierra, se puede concluir lo siguiente:

1. La línea entre el triunfo o el fracaso de formar una empresa Inmobiliaria ubicada en el valle de Cumbayá y Tumbaco está básicamente en el servicio que se dé a los clientes, ya sean estos clientes vendedores o clientes compradores.
2. Cumbayá y Tumbaco son dos parroquias que actualmente se encuentran en auge y cuentan con una gran plusvalía. Por esta y algunas otras razones como el clima, la naturaleza, el campo y la descongestión de tráfico, el sector es demandado al momento por gran cantidad de clientes vendedores y clientes compradores como se demostró durante el estudio.
3. Si se forma una Inmobiliaria en el sector, siempre habrá la posibilidad de atraer clientes, pero el secreto en triunfar está en ser efectivos y tratar de

satisfacer las necesidades de estos compradores y vendedores en el menor tiempo posible.

4. Uno de los grandes secretos está en demostrar que se domina el tema de bienes raíces, demostrar a los clientes que el personal de Aire y Tierra Inmobiliaria está en capacidad de guiar y aconsejar en la toma de decisiones a todos los clientes.

5. Si se sabe que la gran mayoría de competidores en el sector están incapacitados y no tienen conocimiento sobre bienes raíces, el secreto está en diferenciarse del resto y tener un amplio conocimiento sobre el tema.

6. Hay que capacitar constantemente al personal, especialmente en un mercado tan cambiante como es el de bienes raíces.

7. La construcción del aeropuerto de la Ciudad de Quito hará que sectores aledaños a Cumbayá y Tumbaco sean interesantes para realizar inversiones, ya sean estas urbanísticas o comerciales, por lo que la intermediación de inmuebles en estos sectores será otra opción de seguir creciendo como empresa.

8. Si el servicio es bueno y el personal es capacitado en el tema, Aire y Tierra Inmobiliaria tendrá éxito, por eso es que yo, Juan Javier Armendaris Falconí, he decidido formar Aire y Tierra Inmobiliaria en un futuro muy cercano.

ANEXOS

Anexo 1

La encuesta realizada a los constructores y promotores inmobiliarios fue la siguiente:

Encuesta dirigida a promotores y constructores de proyectos

Por este medio se pone a consideración la siguiente encuesta cuyos resultados permitirán conocer y satisfacer las necesidades de los promotores y constructores de proyectos inmobiliarios que estén realizando o realizarán en un futuro proyectos inmobiliarios en el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Por esta razón, le pedimos que llene los datos que vendrán a continuación con la mayor sinceridad posible.

Muchas gracias.

- 1.- ¿Quién es el encargado de comercializar sus inmuebles?
(Puede llenar mas de un espacio)

Solamente Departamento de ventas de la propia constructora -----

Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias -----

(Si la única forma de comercializar sus proyectos es por medio de un Departamento de ventas propio, termine la encuesta por favor)

- 2.- ¿Está usted satisfecho (a) por el trabajo realizado por ellos?
(Conteste solamente si trabaja con Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias)

Si-----

No-----

- 3.- ¿Cree usted que los corredores de bienes raíces o Inmobiliarias que están intermediando la venta o arriendo de sus inmuebles conocen a fondo las características de sus proyectos?

Si-----

No-----

- 4.- ¿Cree usted que es importante que ellos conozcan a fondo las características de sus proyectos?

Si-----

No-----

- 5.- ¿Cree usted que hace falta mayor capacitación y especialización en el tema de ventas y arriendos inmobiliarios por parte de las inmobiliarias y corredores que comercializan sus inmuebles en el sector del valle de Cumbayá y Tumbaco?

Si-----

No-----

- 6.- Conteste solamente si cree que es necesario hacerlo.
 ¿Específicamente en que aspectos cree que debería mejorar el servicio o existir mayor capacitación y conocimiento por parte de las inmobiliarias o los corredores de Bienes Raíces?
 (Puede tachar mas de una respuesta)

Conocimiento arquitectónico-----

Puntualidad-----

Organización en su trabajo -----

Trato al cliente -----

Presentación personal-----

Ventas -----

Conocimiento del mercado inmobiliario

Le agradecemos por su tiempo y colaboración.

Anexo 2

La encuesta realizada a clientes compradores de inmuebles en el sector de Cumbayá y Tumbaco fue la siguiente:

Encuesta dirigida a compradores de proyectos inmobiliarios

Por medio de la presente se pone a consideración la siguiente encuesta la cual permitirá considerar los resultados para de esta manera conocer y satisfacer las necesidades de los interesados en adquirir inmuebles nuevos o usados ya sean para la compra o el arriendo en el Valle de Cumbayá y Tumbaco.

Por esta razón le pedimos que llene los datos que vendrán a continuación con la mayor sinceridad posible.

Muchas gracias.

1.- Cuánto tiempo está usted ya buscando el inmueble?**1 a 7 Días -----****1 a 4 Semanas-----****1 a 12 Meses-----****Años -----**

2.- **Cuantos Corredores de Bienes Raíces o Inmobiliarias le han dado servicio hasta el momento?**

1 -----

2 -----

3 -----

4 o más -----

3.- **Está usted satisfecho (a) con el servicio que le han dado?**

Si -----

No -----

4.- **Cree usted que los (as) Corredores (as) o inmobiliarias conocen a fondo las características de los inmuebles que le han enseñado?**

Si-----

No-----

5.- **Cree usted que hace falta mayor personal capacitado y especializado en el tema de ventas inmobiliarias en el sector del valle de Cumbayá y Tumbaco?**

Si-----

No-----

- 6.- **Conteste solamente si cree que es necesario hacerlo.**
¿Específicamente en que aspectos cree que debería mejorar el servicio o existir mayor capacitación o conocimiento por parte de las inmobiliarias o los Corredores de Bienes Raíces? Puede Contestar mas de una respuesta.

Conocimiento arquitectónico-----	Puntualidad-----
Organización en su trabajo -----	Trato al cliente-----
Presentación personal-----	Ventas -----
Conocimiento del mercado inmobiliario	-----

Le agradecemos por su tiempo y colaboración.

Anexo 3

Sector	Proyecto	Constructores	Características	Teléfonos
El Arenal	Maderos	Carrillo	9 casas de 230 m2	2242146 2262363
El Arenal	Tierra Fresca	Alfonso Reyes	5 casas de 270 m2	2242044
Sector La Viña Alta	Terrazas de La Viña	Carpio Hidrovo	4 casas de 196 m2	96000281
Tumbaco Gas. Puma	Bonaventura	Fernando Ibarra	18 departamentos de 155 m2	2373998 2371297
Tumbaco Col. El Sauce	Solar de la Abadía	Cadis. S.C.C	8 casas	2375401 2260309
Tumbaco Rumihuayco	Casas de Rumihuaico	Falconi Construct.	4 casas de 150 m2	2371583 2371397
Tumbaco	San Benedetto	Grupinsa Promotores	10 Casas	2291545
La Primavera	La Canela	Diagrama Arquitectos	3 casas de 137 m2	2463482 2275415
La Primavera	La Hondonada	Arteta y Asociados	10 Casas	2987456 2552881
La Primavera	Andros	Arq. Patricio Zambrano	3 casas de 150 m2	2896739 2895961
La Primavera	Maple		2 casas de 182 m2	2249462
San Patricio	Zaragoza	Andino Asociados	32 casas de 202 y 266 m2	
San Patricio	Capri	Arq. Javier Cajiao	8 casas de 180 m2	2869920
San Patricio	Milano	Arq. Javier Cajiao	7 casas de 193 m2	2869920
San Patricio	Parques de Andalucía	Edificar Prabyc	14 Casas	2895243
San Patricio	Aitana	CVD Arquitectura	16 casas de 197 y 259 m2	99706226
San Patricio	Casas por el Alemán		3 casas	2249462
San Patricio	Casas Alemán		1 casa	2527212
San Patricio	Villagio	CB constructores	21 casas de 138 y 170 m2	2273814
Cumbayá Camino Antiguo	Villa Juliana		12 casas	
Cumbayá Camino Antiguo	Pietra Alba	Delta 2000	29 casas de 210 m2	2435108 2435109

Cununyacu	La Escondida	Falproyec	15 casas de 180 m2	2371583 2371397
Vista Hermosa	SiteCenter	Constructora Ripconci	130 oficinas de 70 m2 (Promedio)	2040498 2040499
Cumbayá frente a la Peugeot	Spacia	Arq. Jaime Miranda Miranda	29 oficinas	
Cumbayá Urb. Católica	Apartamentos		6 Departamentos	2897387 98019491
Cumbayá Urb. Católica	Umbrales de Cumbayá	Burneo Carrión y Barragán Arq. C&C Constructores	10 Departamentos	2273180
San Juan Alto (Metropolitano)	Puertas de Alcalá		20 Casas	2249462 2272118
San Juan Alto (Metropolitano)	Casas de Venta	Arq. Francisco Vizacaíno	4 casas	2480488 99045269
San Juan Alto (Metropolitano)	Conjunto Lienz	Naranjo Ordoñez	14 casas	2895878
San Juan Alto (Metropolitano)	Bamboo Garden		16 Casas, no todas disponibles	
San Juan Alto			6 casas	98377367
San Juan Alto	Mirador del Valle		26 Casas 8 Departamentos	2896607
Vista Hermosa	Casas de Venta	Arq. Diego Banderas	4 Casas	
Vista Hermosa	Vista Hermosa	Constructiva Constructores	6 Casas	2890769
Cumbaya San Francisco	Oficenter	Proaño asociados	52 oficinas	2907771
Cumbaya San Francisco	Alquimia		18 Departamentos	
Cumbaya Jacaranda	Balcones de Cumbayá 2da etapa	Construecuador	10 casas	2507400
Cumbaya Sector Menor			3 Casas	
Cumbaya Sector Menor			3 Casas	
Cumbaya Sector Menor	San Marino	Sanchez Asociados	12 Casas	2890111
Cumbaya Sector Menor	San Bernardino		14 Casas	
Cumbaya Sector Menor	Nantu		9 Casas 2 Departamentos	
Cumbaya Pillagua	Conjunto Pillagua	Ing. Del Hierro	3 Casas	

Cumbaya Pillagua			3 Casas	
Cumbaya San Francisco	Porton de Cumbaya	Uribe Shwarskovp Semaica	60 casas	
Cumbaya Cerveceria	Abax		10 oficinas	
Cumbaya Cerveceria	Santorini	Artec Arquitectos	3 Casas	2274349
Cumbaya Cerveceria	Santorini 2	Artec Arquitectos	8 Casas 18 Departamentos	2455705
Miravalle Vista Grande			2 Departamentos	2899994
Miravalle Nayón		A y C Constructores	8 Suites 2 Departamentos	2523431
Miravalle Nayón	Conjunto Horizonte	BV Arquitectos	4 Casas	2422890
Miravalle Nayón	MV 11	Oleas Chavez	4 Casas	2559300
Miravalle Tanda	Conjunto El Jardín		3 Casas	2230691
Miravalle Tanda	El Campanario	Arq. Gynna Jimenez	12 Casas	2905647
Miravalle Miravalle 1	La Fontana		4 Casas	
Miravalle San Isidro	Condominio San Isidro	Arq. José Cobo	1 Departamento 1 Suite	2545069
Miravalle Vista Grande		Arq. José Cobo	7 Departamentos	2545069
Miravalle Vista Grande		Sr. Francisco Llerena	2 Departamentos	98549724

Anexo 4

A continuación se podrá analizar los principales aspectos legales por medio de los cuales se tendrá que regir una compañía de responsabilidad limitada.

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA⁴⁹

1.- DISPOSICIONES GENERALES

Art. 92 (Definición. Razón Social. Sanciones)

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos,

⁴⁹ Ley de Compañías, Legislación conexas concordancias, Marzo de 2.005

un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Economía y Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. 113.

Art. 93.- (Naturaleza y constitución de la compañía)

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad a las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- (Finalidades)

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- (Número de Socios)

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- (Principio de la existencia de la compañía)

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- (Sociedad de Capital)

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

2.- DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE**Art. 98.- (Capacidad para constituir)**

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- (Prohibición de constitución)

No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Art. 100.- (Intervención de personas jurídicas)

Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Art. 101.- (Prohibición de asociación)

Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

3.- DEL CAPITAL

Art. 102.- (Formación)

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Nota: Según el artículo 2 de la Resolución de la Superintendencia de Compañías 00.Q.IJ.016 (RO 734: 30 – dic – 2002) el monto mínimo de capital suscrito, para esta clase de compañía, es de 400 dólares.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Art. 103.- (Aportes en numerario)

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Art. 104.- (Aportes en especie)

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Art. 105.- (Constitución y aumento del capital)

La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Art. 106.- (Participaciones y características)

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

Art. 107.- (Transmisión de participaciones)

La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

Art. 108.- (Prestaciones accesorias o aportaciones suplementarias)

No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

Art. 109.- (Fondo de reserva)

La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Art. 110.- (Derecho de preferencia en el aumento de capital)

Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- (Prohibición de reducción de capital)

En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicara la devolución a los socios de parte de las aportaciones

hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio, previa la liquidación de su aporte.

Art. 112.- (Amortización de las partes sociales)

La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Art. 113.- (Transferencia de participaciones)

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

4.- DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

Art. 114.- (Derechos)

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho de un voto;

- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe; pero, si las cantidades percibidas en este concepto no

correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la Junta General de socios no se conviniere otra cosa;

Nota: El artículo 1 de la resolución 01.ICQ.019 (RO 494: 15 – Ene – 2002), establece: Art. 1.- Disponer que el aviso con que, en los casos previstos por la Ley, se llame a socios o accionistas a ejercer el derecho de suscripción preferente en los aumentos de capital de las compañías anónimas, de economía mixta y de responsabilidad limitada, se publique en un periódico de mayor circulación del domicilio principal de la correspondiente compañía, a menos que dicho domicilio no se edite diario alguno, en cuyo evento la publicación de tal aviso se realizará en un diario cuya circulación sea amplia en ese lugar.

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la Junta General prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensables. Se considerarán como tales el faltar

gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarios a la ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables;

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de los gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Art. 115.- (Obligaciones)

Son obligaciones de los socios:

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el artículo 219 de esta Ley;

b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;

d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada,

haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

5.- DE LA ADMINISTRACIÓN

Art. 116.- (Junta General)

La Junta General, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta General no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La Junta General se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Art. 117.- (Mayoría decisoria)

Salvo disposición en contrario de la ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 118.- (Atribuciones de la Junta General)

Son atribuciones de la Junta General:

a) Designar y remover administradores y gerentes;

- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;

k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo.

Art. 119.- (Clases de Juntas Generales)

Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía; las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

Art. 120.- (Convocatorias especiales)

El o los socios que representen por lo menos el 10% del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 121.- (Concurrencia a Junta General)

A las Juntas Generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

Art. 122.- (Actas)

El acta de las deliberaciones y acuerdo de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta. El expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Art. 123.- (Facultades de los administradores o gerentes)

Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Art. 124.- (Obligaciones de los administradores o gerentes)

Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico; deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Art. 125.- (Responsabilidad de los administradores o gerentes)

Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

Art. 126.- (Responsabilidades civiles y penales)

Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil; o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;

b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aun cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;

c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,

d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

Art. 127.- (Extinción de la responsabilidad)

La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección 6a de esta Ley.

Art. 128.- (Responsabilidades especial)

Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

Art. 129.- (Pluralidad de gerentes o administradores)

Si hubieren más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Art. 130.- (Prohibición a administradores o gerentes)

Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la Junta General.

Se aplicará a los administradores de estas compañías, la prohibición contenida en el inciso segundo del Art. 261.

Art. 131.- (Obligación de inscribir la lista de socios)

Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de los socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

Art. 132.- (Disposiciones aplicables a los administradores o gerentes)

Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133 inclusive, del Código de Comercio.

Art. 133.- (Renuncia y remoción del administrador)

El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la Junta General de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124, 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión. En el caso del Art. 128 la Junta General deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un Juez de lo Civil. Éste procederá ciñéndose a las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

Art. 134.- (Prescripción de las acciones contra los gerentes o administradores)

Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dichos funcionarios.

Art. 135.- (Comisión de vigilancia)

En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia, cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato.

6.- DE LA FORMA DEL CONTRATO

Art. 136.- (Aprobación de la escritura de constitución)

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5, y 6, del Art. 137 de esta Ley, y además la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 137.- (Contenido de la escritura de constitución)

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1.- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;

2.- En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el artículo 104 de esta Ley;

3.- Por compensación de créditos;

4.- Por capitalización de reservas o de utilidades; y,

5.- Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La Junta General que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento de capital, se estará a lo dispuesto en el segundo inciso del artículo 102 de esta Ley

Art. 141.- (Funcionarios de fiscalización)

Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del capítulo IX, Sección 6a.

Art. 142.- (Remisión a las normas de la Compañía Anónima)

En lo no previsto por esta Sección, se aplicarán las disposiciones contenidas en la Sección 6a,. En cuanto no se opongan a la naturaleza de la compañía de responsabilidad limitada.

BIBLIOGRAFÍA

Richard I. Levin & David S. Rubin
Estadística para administradores
México, 1996, Sexta edición
Prentice – Hall Hispanoamericana

Richard A. Brealey & Stewart. C Myers
Principios de Finanzas Corporativas
Colombia, Diciembre 1994, Cuarta Edición
Mc Graw Hill

Porter M. E.
Ventaja Competitiva
Creación y sostenimiento de un desempeño superior
México, 2003
Compañía Continental S. A DE C.V, Grupo patria Cultural S.A DE CV

Gridcon Consultores
El Portal Inmobiliario
Cambios en la Fisonomía del Sector Inmobiliario”
Quito, Octubre 2.004, Edición # 11

Gridcon Consultores
El Portal Inmobiliario
Impacto del crecimiento de las zonas en la ciudad de Quito
Quito, Mayo 2.005 Edición # 14

Dr. Faryd Tapia Aguirre
Avalúos Inmobiliarios desde la perspectiva de la correduría de Bienes Raíces
Tratado de Derecho Argentino”, Artículo de Leo Gómez y Fernández

Reglamento de la ley de Corredores de Bienes Raíces
Registro Oficial No 757
Escala de honorarios para los Corredores de Bienes Raíces”,
Artículos 1, 2 y 3,
Quito, 04 de Octubre de 1985

**Reglamento de la ley de Corredores de Bienes Raíces
Registro Oficial No 463
De la defensa Profesional
Artículo 13
Quito, 23 de Junio de 1986**

**Carrasco JL.
El método estadístico en la investigación médica. 5ª ed. Madrid.
Editorial Ciencia.
Cuál es el tamaño adecuado de la muestra?.
Hulley SB, Cummings SR. Diseño de la investigación clínica. Ed Doyma.
Barcelona 1993. Kelsey IL, Thompson WD, Evans A. Methods in
observational epidemiology. New York. Oxford University Press 1986.
Mira JJ, Gómez J, Aranaz J, Pérez E. Auditoría de historias clínicas:
Todo Hospital 1997; octubre: 58-64.**

**Gridcon consultores
Estudio sobre la demanda inmobiliaria
Quito, Octubre del 2005**

**INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos)
Último censo realizado en el año 2.001**

**Mintzberg, H
Diseño de Organizaciones Eficientes
Editorial El Ateneo
Buenos Aires, 1989**

**Oswaldo Hurtado Larrea
Ley de los corredores de Bienes Raíces
Ley No 173 Registro oficial No 790
Capítulo III, Artículo 13
Disposiciones Legales
19 Julio de 1984**

León Febres Cordero
Reglamento de la Ley de Corredores de Bienes Raíces
Capítulo III, Artículo 12
De la Defensa Personal
23 Junio de 1986

Dr. Guillermo Azula
Consultor internacional
Seminario Asociación de Corredores de Bienes Raíces de Pichincha

Quito Distrito Metropolitano
Dirección Metropolitana de Planificación Territorial
Proyección poblacional de la administración zonal
Tumbaco por Quinceños según parroquias
www.quito.gov.ec