

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

“Propuesta de una Alianza Estratégica de la Cooperativa Soluciones Solidarias para Aumentar la Captación de Clientes de la Empresa “Mi Propiedad Inmobiliaria Ltda,”

Eliana Paola Aguilar Hernández

Universidad Santo Tomás

Vicerrectoría De La Universidad Abierta Y A Distancia

Facultad de Ciencias y Tecnologías

Administración de Empresas

4 Abril 2018



Tabla de contenido

RESUMEN DEL PROYECTO.....	6
ABSTRAC.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
1. JUSTIFICACIÓN.....	10
2. OBJETIVOS.....	12
2.1 General.....	12
2.2 Especifico.....	12
3. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	13
4. DESARROLLO DE LA PRACTICA ADMINISTRATIVA.....	16
4.1 Contexto del objeto del objeto de estudio.....	16
4.2 Diagnostico.....	20
4.3 Planteamiento y Formulación del Problema a Solucionar	29
4.4 Propuesta de Solución.....	30
4.5 Marco referencial	37
4.6 Plan de acción.....	39
4.7 Integración con el Balanced Score Card	44
4.8 Lecciones aprendidas	46
5. CONCLUSIONES.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48

WEBGRAFIA.....49

ANEXOS.....50

DEDICATORIA

Este trabajo inicialmente lo dedico a Dios quien me sustenta y me dio las fuerzas necesarias para llegar hasta este punto, donde se pone a prueba lo aprendido durante muchos años, dejando desde la experiencia y el saber un aporte significativo para mi formación.

Doy gracias a mi padre Eliasid Aguilar, a mi madre Eva Hernández, mis hermanos Laura Aguilar y Eliasid David Aguilar, ellos fueron mi motor y la motivación de seguir emprendiendo y perseverando en este hermoso camino.

Así mismo miembros especiales de mi familia que llevo siempre en cada logro que deseo alcanzar para que ellos se sientan orgullosos en cada paso que doy.

Finalmente a Mis amistades, compañeros del centro atención de universitario Barranquilla-Santo Tomas y personas que llevo siempre en mi corazón, este proyecto también es de ustedes, sin su apoyo, cariño y amor incondicional no hubiese sido posible.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente gracias a la universidad Santo tomas en general en especial al cuerpo docente del CAU Barranquilla, Luz Yamile Crismatt, Deybis López y a la doctora Julia Pérez su apoyo incondicional, sus aportes en conocimientos y valores fueron fundamentales para poder llevar a cabo este proyecto.

También quedo completamente agradecida a los propietarios de la empresa Mi propiedad Inmobiliaria Ltda, quienes me abrieron las puertas de su oficina, permitiéndome participar y aportar mi experiencia y mis conocimientos administrativos adquiridos en mi carrera, pudiendo dejar una huella que se formó con la mejor estima y dedicación para ellos.

RESUMEN DE PROYECTO

“PROPUESTA DE UNA ALIANZA ESTRATÉGICA DE LA COOPERATIVA SOLUCIONES SOLIDARIAS PARA AUMENTAR LA CAPTACIÓN DE CLIENTES DE LA EMPRESA “MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA.” Eliana Paola Aguilar Hernández 2017.

Esta investigación tuvo como objetivo principal poder presentar una propuesta de una alianza estrategica a la empresa “Mi propiedad inmobiliaria ltda” para poder captar clientes, de igual forma, pretende demostrar que las alianzas estratégicas dadas en una empresa pueda convertirse en una propuesta de solución permitiendo obtener resultados exitosos; hoy escuchamos hablar de un término apalancamiento, donde el trabajo individual se deja a un lado para desarrollar trabajo en equipo, partiendo desde lo que me puede aportar esa alianza hasta el cambio de información y experiencias, donde se puedan visualizar metas que de manera individual no sería fácil alcanzarlo, pero que en trabajo estratégicamente realizado se puede lograr el objetivo.

Palabras claves: Alianza, cliente, estrategia.

Encabezado: SUSTENTACIÒN DE PRACTICA

ABSTRACT

"PROPOSAL FOR A STRATEGIC ALLIANCE OF THE SOLIDARITY SOLIDARITY COOPERATIVE TO INCREASE THE CUSTOMER'S CAPTATION OF THE COMPANY" MY PROPERTY INMOBILIARIA LTDA." Eliana Paola Aguilar Hernández 2017.

The main objective of this research was to present a proposal for a strategic alliance with the company "Mi inmobiliaria inmobiliaria ltda" to attract clients, in the same way, it aims to demonstrate that the strategic alliances given in a company can become a solution proposal allowing obtain successful results; Today we hear about a term leverage, where individual work is left aside to develop teamwork, starting from what that alliance can bring to me until the change of information and experiences, where goals can be visualized that individually do not it would be easy to achieve it, but in strategically realized work the objective can be achieved.

Key words: Alliance, customer, strategy.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

INTRODUCCIÓN

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas lucrativas y no lucrativas, a las industrias manufactureras y a las de servicio.

En fin, la administración consiste en darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las empresas cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, llamados Gerente, administradores etc. Pero estos deben propender por lograr los objetivos que de una u otra manera es poder demostrar con resultados palpables y contables que la compañía tenga una rentabilidad.

Es así como esta investigación decide enfocar y profundizar algo muy clave que se llama “cliente”, en este orden de idea, es necesario analizar y desarrollar el diagnóstico de los Procesos de Gestión con los Clientes para crear valor, mediante la implementación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, en las fases de preventa, venta y postventa de productos y/o servicios. En este caso la empresa de servicios “mi propiedad inmobiliaria ltda” se encuentra en la necesidad de buscar una estrategia que le permita captar más cliente, ya que estos son el sostenimiento de su actividad, sino hay clientes que compren inmuebles sus ingresos no son suficientes, de allí que esta investigación da a conocer una propuesta sobre la alianza estratégica con una cooperativa como una posible solución a la que hemos titulado “PROPUESTA DE UNA ALIANZA ESTRATÉGICA DE LA COOPERATIVA SOLUCIONES SOLIDARIAS PARA

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA
AUMENTAR LA CAPTACIÓN DE CLIENTES DE LA EMPRESA “MI PROPIEDAD
INMOBILIARIA LTDA.”

1. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo investigativo se realiza con el fin de darle a la empresa “mi propiedad inmobiliaria ltda” un aumento significativo en sus ingresos , aumentando el flujo de clientes a través de una alianza estratégica que permita el desarrollo de dicha captación; debido que los resultados contables de la empresa como balances y los estados de resultado de los ultimos dos años 2016 y 2015 reflejan que esta no esta teniendo los ingresos suficientes, los cuales necesitan ser aumentados, esta información podemos evidenciarla de fuente contables confiable en los anexos de esta investigación.

Uno de los ingresos de una inmobiliaria se da por comisión de venta la cual es una costumbre mercantil y legal en Colombia estipulada en el 3% del valor que se halla cerrado la venta de un inmueble, cabe resaltar que las ventas no se han generado de manera efectiva y por esta razon es necesario hacer un análisis para poder acceder a una estrategia que permita a la empresa tener nuevamente unos ingresos dados por la comisión de venta, pero para esto se necesita hacer captación de clientes potenciales que compren, por tal motivo es necesario diagnosticar el estado en que se encuentra la empresa en sus procesos de captación de clientes, para así liderar estratégicamente la gestión e implementación de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, en las fases de preventa, venta y postventa de productos y/o servicios.

Así mismo esta investigación se concentra en el estudio del área de Gestión, de Gerencia de la empresa, donde se enfoca el direccionamiento estratégico con respecto a los clientes,

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

desarrollando los diferentes pasos establecidos en el análisis de la empresa y en la formulación e implementación de las estrategias para fortalecer su desempeño, permitiendo una mejor preparación, al desarrollar y aplicar esta alternativa.

Así se podrá fortalecer y valorar el sentido que tiene esta investigación dentro del ámbito de la empresa “mi propiedad inmobiliaria ltda”, teniendo en cuenta la empresa como un sistema abierto y dependiente de los diferentes elementos del ciclo económico.

2. OBJETIVOS

GENERAL: Identificar la viabilidad de la alianza estratégica que ofrece la cooperativa soluciones solidarias a la inmobiliaria con el fin de poder responder la necesidad que tiene esta en la captación de sus clientes y así aumentar sus ingresos.

ESPECIFICOS:

- Diagnosticar las ventajas y desventajas de la alianza con la cooperativa para considerar si esta proporciona aumento en la captación de sus clientes y así mismo en sus ingresos.
- Analizar la propuesta de la alianza estratégica con la cooperativa, a través de la herramienta DOFA.
- Proponer en el área administrativa y gerencial la alianza estratégica con la cooperativa.

3. CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa (Razón social): Mi propiedad inmobiliaria LTDA

Nit: 900266552-0

Objeto social: Esta empresa tiene como objeto social el bien raíz específicamente en la venta.

Tamaño de la empresa: La empresa tiene un tamaño de micro puesto que son de 1 a 15 empleados lo cual este número indica que se clasifica de esta manera.

Historia: La empresa MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA, fue constituida el 16 de febrero del 2009 con la matricula No-00115463 como está establecida en el certificado de existencia que proporciona la cámara de comercio, dicha sociedad surgió por la influencia de uno de los socios quien trabajó por más de 15 años en el medio de la construcción, el cual se motivó y decidió independizarse creando una empresa que tuviera similitud en su actividad y que se trabaje desde el mismo sector como es la construcción, de esa manera fue necesario establecer la empresa con el fin de comercializar a la constructora en la que trabajaba dicho socio.

Cuando se estableció ese convenio y fue total éxito, se expandió el servicio a la administración y venta de inmuebles usados y con el pasar del tiempo se ha afianzado a nivel

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

local, y se ha proyectado como una empresa optima y eficaz en el servicio prestado, brindando las mejores oportunidades en el mercado inmobiliario y estando a la vanguardia de este medio. }

Misión: Ser partícipe en la realización de los sueños de las familias al adquirir una nueva vivienda, un hogar en donde sus anhelos de seguridad, tranquilidad, prosperidad y calidad de vida se conviertan en una realidad.

Visión: Posicionarnos en el puesto número uno (1) como la empresa que las familias locales, nacionales y extranjeras brindan la confianza para que seamos sus asesores inmobiliarios de la región Caribe Colombiana en el acompañamiento de la inversión más importante de sus vidas.

Objetivos:

- Lograr ser una empresa reconocida en la ciudad de Santa Marta en su labor inmobiliaria.
- Establecer sociedad con empresas reconocidas y posicionadas en el mercado inmobiliario.
- Lograr la posición número uno (1) como inmobiliaria a nivel local.

Actividades:

- Comercialización y venta de inmuebles nuevos y usados en todos los sectores de la ciudad de Santa Marta.
- Administración de inmuebles en arriendos en los cuales se le cobra mensual al propietario una tarifa del 10% del valor en el que está arrendando el inmueble.
- Asesoría comercial de finca raíz para la compra y venta de inmuebles y toda la asesoría de trámite que requieren las negociaciones de inmuebles.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Las empresas dedicadas al bien raíz, conocidas comúnmente como inmobiliarias son empresas de servicios, pero esto no la aleja de tener un proceso de producción, operación y decisión estratégica para sus labores.

Todas las decisiones estratégicas que se realizan en una empresa son con el fin de que marche eficazmente, el objetivo de la misma en este caso es lograr vender la mayor cantidad de inmuebles, ya que es el servicio por el cual la empresa tiene ingresos, lo cual indica que es directamente proporcional entre la cantidad vendida y los ingresos, entre más se venda o se capte inmuebles para administrarlos (arriendos y ventas) más será los ingresos de la empresa.

Lo que está claro es que si la empresa inmobiliaria se orienta a un modelo de ofrecer un servicio en serie deberá adquirir habilidades para el manejo empresarial de su negocio, ante todo tener presente que estas empresas prestan un servicio, la amabilidad y el respeto por el cliente son muy importantes y fundamentales.

Es así como es necesario abordar toda la gestión eficiente y el trabajo que se realiza a nivel de los clientes, como se desarrolla el valor agregado para que estos antes, durante y después de cada servicio donde puedan tener claridad de su rol, pero sobre todo la atención y las gestión eficiente en los procesos y servicios que demandan, luego de analizar los anteriores aspectos nos permitirá ver qué estrategia debemos dejar o cambiar para el aumento de captación de clientes (compradores potenciales).

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

4. DESARROLLO DE LA PRACTICA ADMINISTRATIVA

4.1 Contexto del objeto de estudio

Antes de abordar las zonas de procesos con los clientes debemos mencionar que la empresa MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA, es una compañía relacionada con sector de la construcción, la cual ofrece un servicio de ventas, compra y administración de bienes raíces, lo que quiere decir que el proceso con los clientes es de una manera directa y particular.

Ahora bien, es necesario ser específico y determinar cómo la inmobiliaria logra que el cliente no solo esté al momento de elegir o tomar el servicio sino que debe estar durante todos los enfoques o gestión de cada uno de los procesos.

El enfoque del cliente de la inmobiliaria mi propiedad, como se observa en el siguiente mapa, esta desde la captación a nivel estratégico como es la publicidad, donde el asesor busca el cliente, como también, cuando es el cliente el patrón de recepción, el cual es el que también puede buscar a la inmobiliaria.

Desde los procesos estratégicos la inmobiliaria debe estar coherente con sus objetivos planeados para que su atención hacia el cliente siempre sea eficiente y enfocada, donde el cliente sienta que a pesar de no obtener la respuesta a sus necesidades, obtuvo en él la motivación y la satisfacción de tomar el servicio de la empresa, llegando como conclusión que es una inmobiliaria donde fueron contestadas sus peticiones de acuerdo a su requerimiento y quedar con

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

una relación comercial amena que permita una constante interacción y a futuro una nueva búsqueda de sus servicio.

Un cliente en la inmobiliaria es un protagonista desde todos sus puntos de vista, se encuentra clasificado así:

Cliente propietario: Es aquel que desea vender su propiedad o arrendarla. Este cliente por lo general es el que emprendió la búsqueda de la inmobiliaria ya que necesita un apoyo que le permita desentenderse de ciertas labores como tramites, responsabilidades como vigilar el cuidado del bien y sus servicios públicos, que este devengue un ingreso o hacer una venta efectiva, y que la inmobiliaria como el experto en este tema sea el que abandere este proceso.

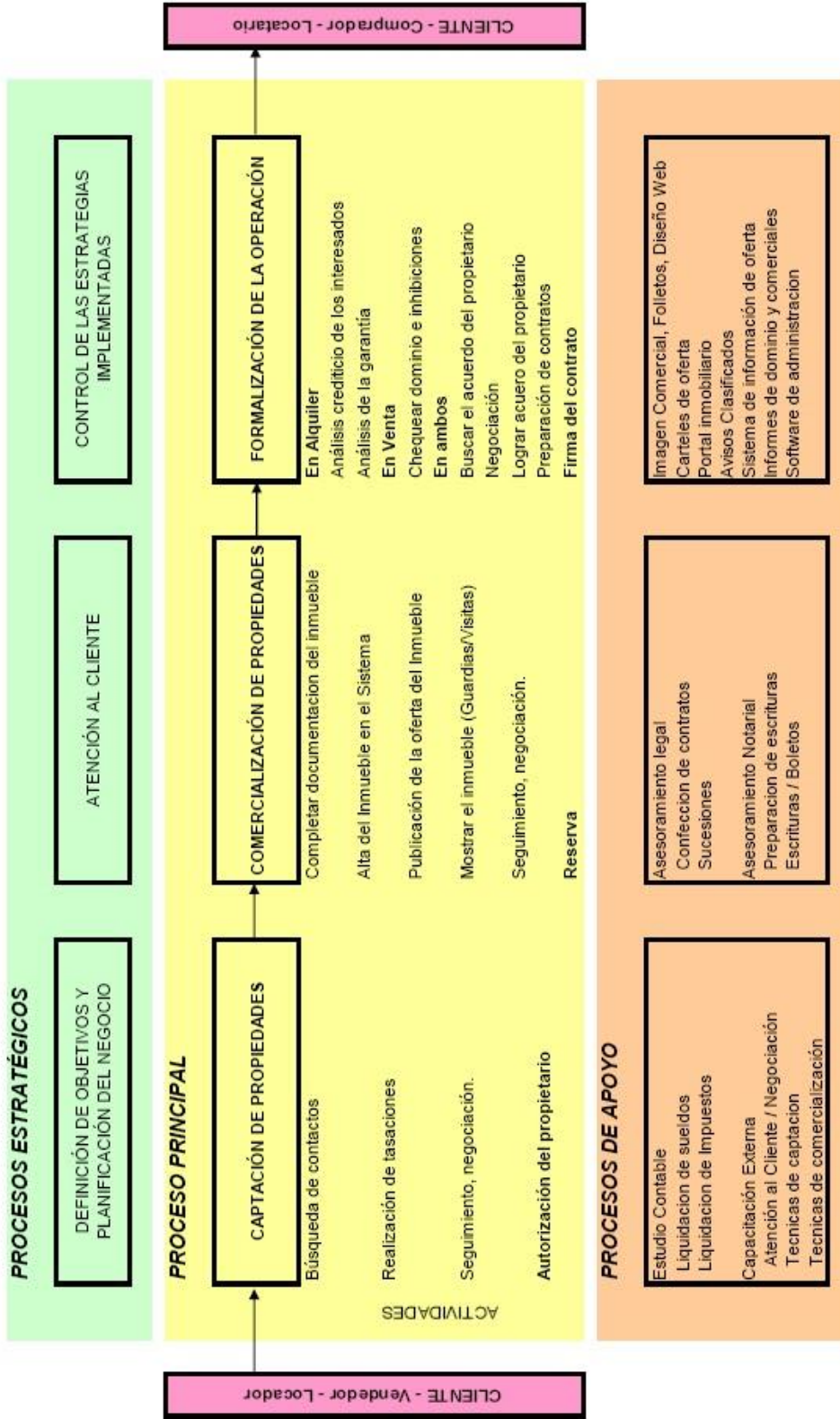
Cliente interesado (potencial): Es aquel que desea comprar o buscar un arriendo para vivir. Este cliente puede darse de dos formas el que va comprar es más captado a través de la publicidad o el proceso estratégico de la inmobiliaria, por ejemplo mi propiedad inmobiliaria a través de fotografías y anuncio de sus propiedades publicadas en redes sociales, prensa, difusión de mensajes, visitas empresariales o individuales, el voz a voz como sistema de referidos directos e indirectos, hace que el cliente se interese y capta su atención a tal punto de poder solicitar algún bien de su lista de inmuebles para la compra, así mismo aplica con los arriendos adicionando la herramienta del aviso de ventana que aún sigue siendo muy útil a pesar que la tecnología este a la vanguardia como medio de propagación, todavía existen una gran masa que se dirige a su sector de interés a buscar su propiedad.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Es importante mencionar, las dos clases de clientes que presenta y clasifica esta empresa con el fin de poder enfatizar tanto el que es propietario o interesado en serlo, es de igual importancia en el enfoque y atención a su necesidad, a medida que se cumpla la satisfacción de ambos en esa medida existirá una mejora continua, no solo en la atención de los mismo, sino la efectividad como empresa, donde el cliente como pieza fundamental debe demarcar una línea y una motivación de mejora continua para la compañía, debido que esta es la pauta inicial de como una empresa puede crecer en sus ingresos.

A continuación Mapa de procesos de la inmobiliaria para poder sintetizar e ilustrar de manera organizada lo antes expuesto.

MAPA DEL PROCESO TÍPICO DE UNA INMOBILIARIA



4.2 DIAGNOSTICO

Para poder presentar la alianza como propuesta era necesario apoyarnos de una herramienta que nos permitiera diagnosticar, analizar e identificar las ventajas y desventajas que esta puede tener, esta vez la matriz elegida es la DOFA, pero para poder desarrollar esta herramienta, debemos partir de nuestros instrumentos investigativo como lo es la entrevista y la encuesta que se realizó a una muestra específica con el fin de poder seguir con el desarrollo de nuestro diagnóstico.

Inicialmente la entrevista está dirigida a la gerencia, y las preguntas apuntan a aspectos internos de la empresa, con el fin de poder llegar a identificar las debilidades que esta tiene en cuanto a las herramientas que la inmobiliaria posee para poder llegar a los clientes, todo relacionado con la captación de clientes potenciales como compradores.

Seguidamente, se hizo una encuesta a diversos clientes con el fin de poder conocer las herramientas que ellos usan cuando van adquirir un inmueble, es decir a través de ¿Que medio realizan la búsqueda de los mismos?, ¿cuáles son sus obstáculos para poder comprar un inmueble?

Luego plantearles si están abiertos a conocer una posible alianza que le permita adquirir un inmueble de manera más sencilla y alcanzable.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Los instrumentos aplicados proporcionan la información pertinente para poder desarrollar la matriz DOFA, obteniendo las desventajas, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa en su área interna y externa, de esta manera podremos comparar que está faltando de parte de la empresa para captar esos clientes y a sus vez analizar los aspectos externos con respecto a los clientes interesados en comprar, por consiguiente, los resultados de estos dos instrumentos dará paso a que se pueda presentar la propuesta de la alianza de la cooperativa multiactiva de crédito “soluciones solidarias” para exponerla como respuesta a esas falencias que la inmobiliaria este incurriendo a la hora de captar sus clientes para venderle.

INSTRUMENTO NO. 1: Entrevista

Para realizar este instrumento se contó con la participación del señor Eliasid Aguilar Lara, quien es el gerente y la persona idónea para responder cualquier información pertinente a la empresa, con el fin de poder obtener de este instrumento las debilidades que tiene la empresa para la captación de sus clientes.

Por tal motivo, las preguntas serán direccionadas a la parte tecnológica y publicitaria para saber cuáles son los medios que el cliente utiliza para comprar su inmueble.

PREGUNTAS:

Pregunta 1: ¿El posicionamiento de la página web de la inmobiliaria como lo califica?

1. Alto
2. Medio

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

3. Bajo

Respuesta: 3) Bajo

Pregunta 2: ¿En cuántos portales inmobiliarios o algún medio de internet está pautando la inmobiliaria?

1. De 2 a 3
2. Tres o mas
3. Menos de 2
4. Ninguno

Respuesta: 3) Menos de 2

Pregunta 3: ¿De las 30 propiedades actualmente en venta cuantas tienen letrero publicitario en el inmueble?

1. De 1 a 10
2. Quince a mas
3. Menos de 7
4. Ninguno

Respuesta: 3) Menos de 7

Pregunta 4: ¿Santa Marta al ser una ciudad turística ofrece oferta de clientes para compra?

1. si
2. no

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Respuesta: 1) si

Pregunta 5: ¿De 1 a 10 como califica sus asesores comerciales en la venta de inmueble?

1. 1 a 5 regular
2. 6 a 7 bueno
3. 8 a 10 excelente

Respuesta: 2) 8 a 10 excelente

INSTRUMENTO NO. 2: Encuesta

Para realizar este instrumento se contó con la participación de 200 personas, en las cuales se encuentran empleados de empresas formales con salarios entre el mínimo legal vigente hasta un salario de \$1.200.000, trabajadores independientes como tenderos, dueños de droguerías, papelerías, estancos, modisterías, panaderías y peluquerías, también a empleados con carreras profesionales con sueldos entre \$2.000.000 y \$5.000.000, empresarios, docentes y personal del sector de la salud.

El objetivo de diversificar la muestra fue con el fin de escuchar al cliente que busca arriendo, al que por primera vez tiene la oportunidad de comprar su primer inmueble y a los inversionistas o el que tiene el recurso para comprar un segundo, tercer y hasta cuarto inmueble, porque se necesita determinar las amenazas que ellos poseen para poder ser clientes potenciales en la empresa, con el fin de que esta pueda analizar qué estrategia tomar para poder captar clientes efectivo que compren.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

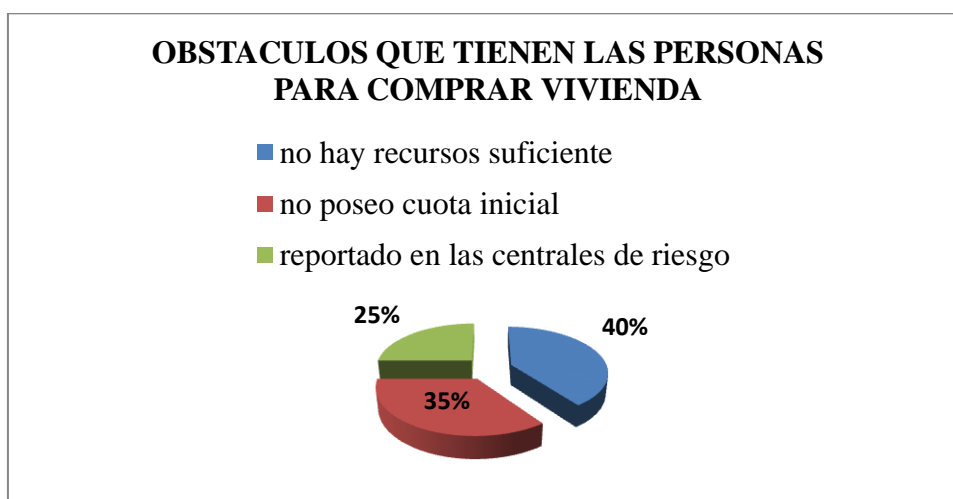
Esta encuesta se realizó en el transcurso del mes de abril del 2016 y enero del 2017 y arrojo los siguientes resultados:

Pregunta 1: ¿Que obstáculos ha tenido para comprar vivienda?

1. Falta de cuota inicial para comprar la vivienda
2. Reportes en las centrales de riesgo y no puedo acceder a créditos de vivienda
3. Falta de recursos suficientes para acceder a la compra de una vivienda.

Respuesta:

4. 80 Falta de recursos suficientes para acceder a la compra de una vivienda.
1. 70 Falta de cuota inicial para comprar la vivienda
5. 50 Reportes en las centrales de riesgo y no puedo acceder a créditos de vivienda



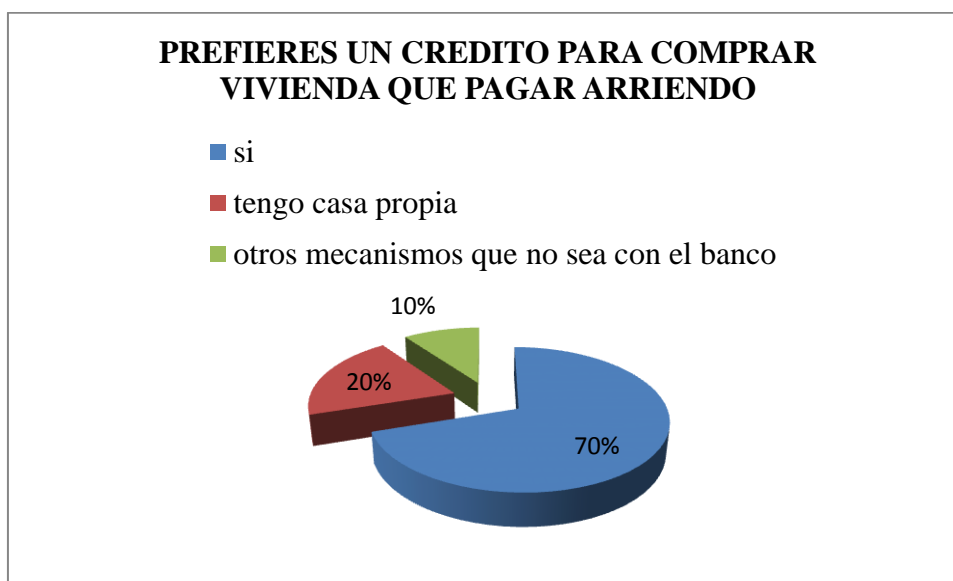
Pregunta 2: ¿Usted prefiere pagar un crédito de vivienda que pagar arriendo?

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

1. si
2. Ninguna de las dos (ya tengo casa propia)
3. No, prefiero otros mecanismos que no sea crédito con bancos.

Respuesta:

1. 140 Si
2. 40 Ya tengo casa propia
3. 20 Prefiero otro mecanismo



Pregunta 3:

¿Si una cooperativa le brinda una alternativa para poder adquirir una vivienda, usted se asociaría?

1. si
2. no
3. no le gusta las cooperativas

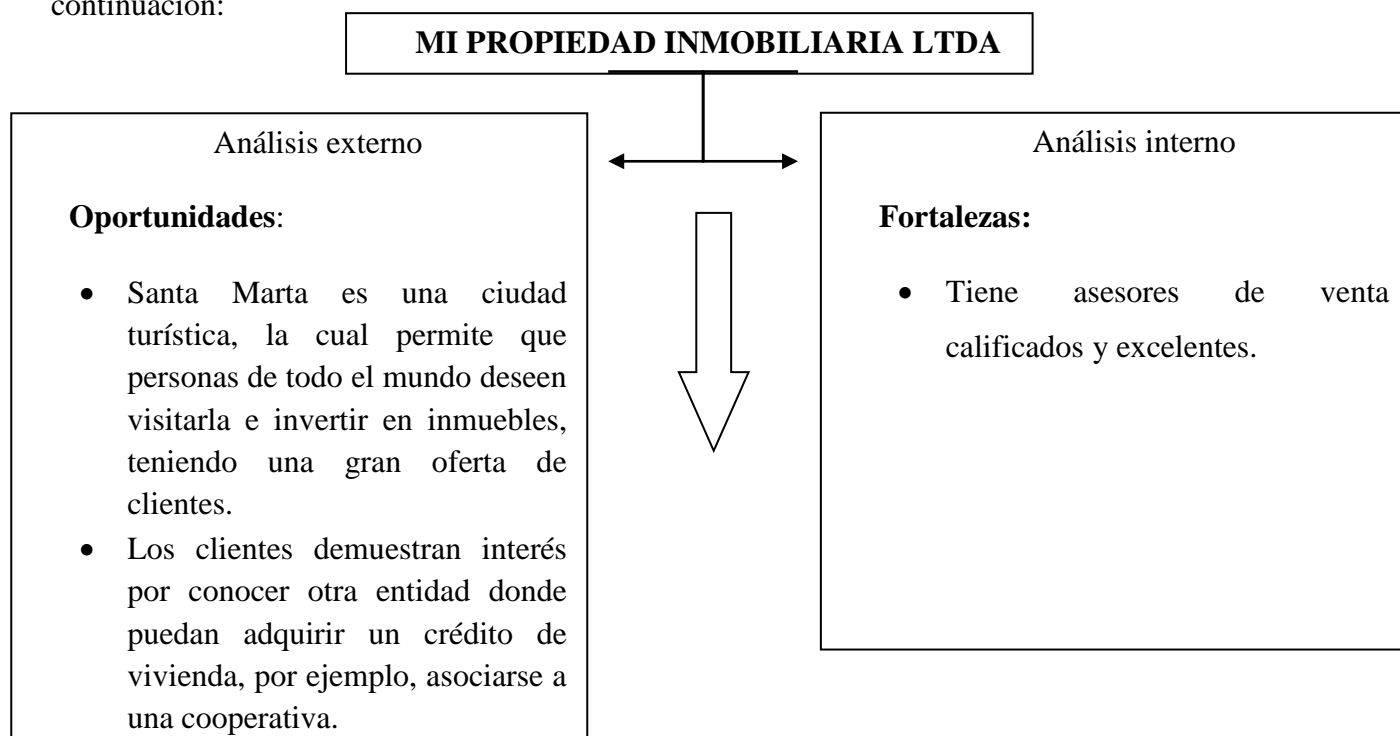
Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Respuesta:

1. 180 si
2. 15 no
3. 5 no le gusta las cooperativas



La aplicación de los dos instrumentos investigativos anteriormente desarrollados permite la recolección de los datos e información para realizar el DOFA, la cual evidenciamos a continuación:



**Amenazas:**

- Los clientes no quieren utilizar el sector bancario en créditos para vivienda.
- Las personas carecen de cuota inicial para poder comprar su vivienda.
- Muchos clientes reportados en centrales de riesgo lo cual no les permite acceder a créditos hipotecarios.

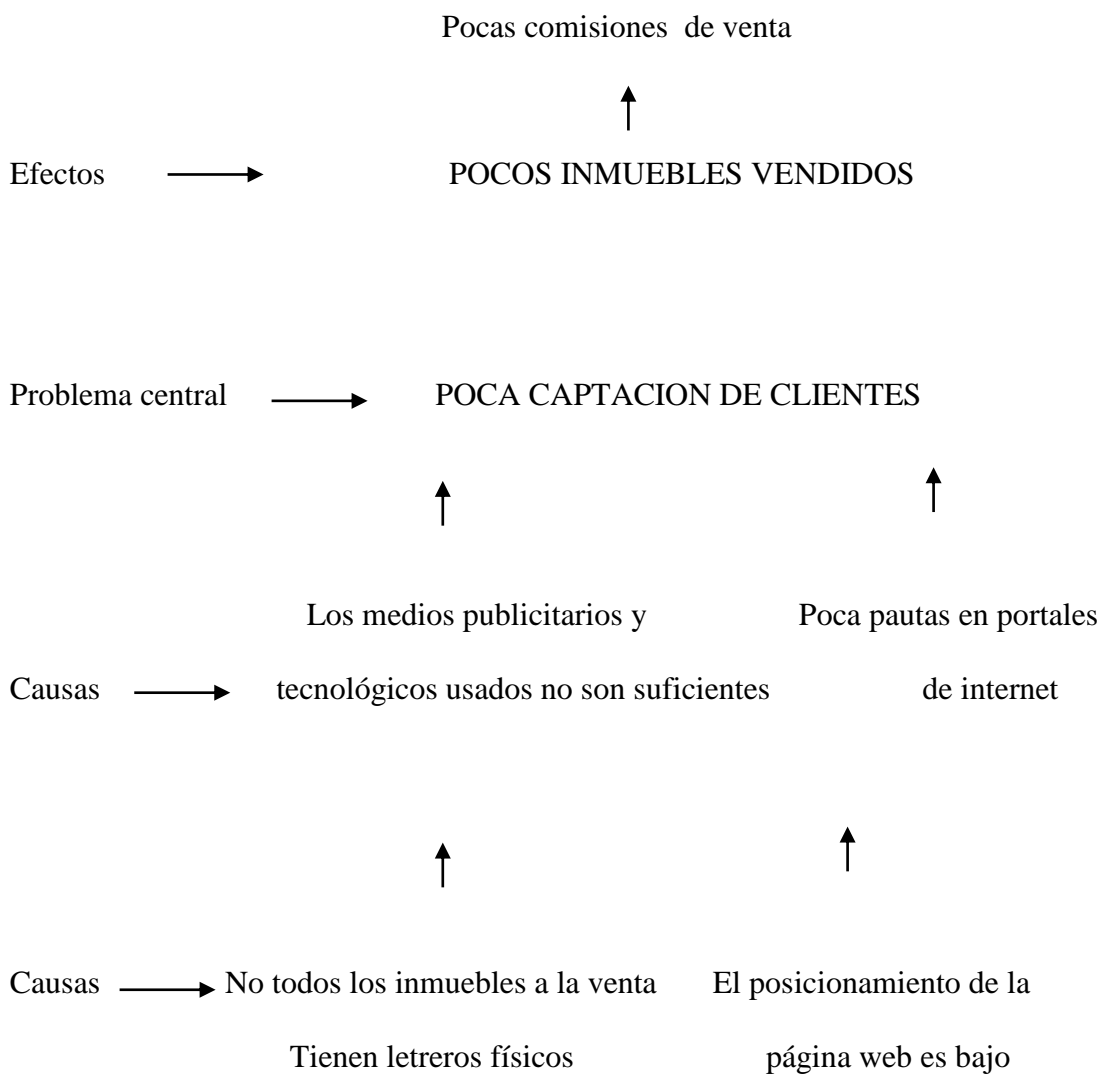
**Debilidades:**

- Pocas casas en venta con letreros de la inmobiliaria.
- Pocas pautas en portales o sitios de internet donde se ofrezcan los inmuebles
- La página web tiene poco posicionamiento.

PROPUESTA

De acuerdo a lo anterior, es necesario proponer una estrategia a la empresa con el fin de fortalecer todas las debilidades y aprovechar las oportunidades que tiene la ciudad donde esta se encuentra con respecto a la oferta de clientes, teniendo en cuenta que al captar más de esos clientes que están dispuestos a comprar, la empresa aumenta sus ingresos por cada comisión de venta que realice, pero para esto se debe incursionar algo más. Al darnos cuenta en la cuenta que los clientes están dispuestos a acoger propuestas por ejemplo asociarse a una cooperativa donde se le ofrezca la posibilidad de adquirir sus inmuebles donde la cuota inicial y los reportes en la centrales de riesgo no sea un obstáculo se ha decidido considerar la propuesta de una alianza estratégica entre la cooperativa llamada soluciones solidarias y la inmobiliaria, puesto que esta cooperativa ofrece la alternativa de crédito que los cliente buscan pero a su vez proporciona y garantiza a la empresa la exclusividad de venta, es decir la inmobiliaria sería la única empresa permitida para ofrecer los inmuebles de cada asociado que vaya accediendo a su crédito.

4.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA A SOLUCIONAR



El problema específico: Cuando una inmobiliaria no vende inmuebles tiene pocos ingresos, y esto se debe porque no está teniendo un flujo de clientes que estén comprando teniendo en cuenta que las ventas son el final de tener una buena captación de clientes, es decir una inmobiliaria se ve afectada en este aspecto a tal punto que los ingresos no son suficientes para sostenerse, es por esto que se debe desarrollar un buen procedimiento de captación, el cual puede llevarse a cabo en una buena comercialización y finalmente una formalización en sus operaciones como es llegar a ventas efectivas.

Por tal razón la propuesta de solución que se pretende presentar a la gerencia para que esta la pueda analizar y de acuerdo a sus ventajas y desventajas poder determinar si es viable para la inmobiliaria. La alianza con la cooperativa llamada soluciones solidarias, es una cooperativa multiactiva de créditos, por lo cual garantiza créditos hipotecarios para sus asociados.

Ahora bien, lo primero que hay que resaltar para poder determinar si es viable esta propuesta, es analizar si la cooperativa proporciona captación de clientes y de qué manera esos clientes comprarían en la inmobiliaria. Efectivamente hay algo puntual en esta propuesta y es la que lo hace atractiva y son los siguientes aspectos:

- La cooperativa brinda a sus asociados créditos hipotecarios, por ende los asociados una vez tengan el crédito requieren de elegir el inmueble que van a comprar, es aquí donde la inmobiliaria juega un papel fundamental; lo atractivo para la empresa

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

es que la inmobiliaria tendrá la exclusividad de ser la única en poder presentar las opciones de inmuebles para los asociados que van a comprar, al tener una exclusividad están garantizando una comisión del 3% de comisión de venta del valor del inmueble según el crédito hipotecario específico de cada cliente, pero a cambio que la cooperativa brinda esa exclusividad, pide unos beneficios por parte de la inmobiliaria, los cuales serían:

1. Las oficinas de la cooperativa queden en el mismo lugar donde funciona la empresa utilizando sus mobiliarios, gastos locativos, etc.
2. Los asesores comerciales trabajaran en conjunto con la cooperativa para que la base de clientes de la inmobiliaria sean los primeros que conozcan esta alternativa de adquirir vivienda y decidan asociarse.

Un aspecto muy positivo y en lo cual se verá beneficiada la empresa, es que la cooperativa invertirá en publicidad y tecnología para poder llegar eficientemente a los clientes, de esta manera el trabajo será apalancado de manera efectiva donde no solo los asesores serán los responsables de promover a que las personas se asocien y accedan a los créditos hipotecarios, sino que tendrá las herramientas publicitarias a la vanguardia tecnológica para apoyar todo el trabajo de captación.

Por tal razón, es necesario realizar esta alianza puesto que la inmobiliaria tendrá respuesta a esos clientes que no pueden comprar su inmueble, bien sea por estar reportado en datacredito o no poseer cuota inicial como se evidencio en la encuesta anteriormente presentada. La

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

cooperativa sería una posibilidad muy accesible, debido que esta no tiene restricción con el reporte en las centrales de riesgo y porque también presta el 100 % , es decir no es necesario tener la cuota inicial completa, realmente la empresa mi propiedad inmobiliaria Ltda. al presentarse ante la ciudad como la única empresa que tiene excluida de contrato con la cooperativa soluciones solidarias, se mostrara como una inmobiliaria que presenta un valor agregado, siendo un canal de captación efectiva, por consiguiente, viene por resultado el aumento de sus ingresos debido que entre más clientes accedan a solicitar sus créditos hipotecarios como asociados a la cooperativa, mas inmuebles venderá la inmobiliaria, ya que cada crédito solicitado y aprobado garantiza una venta segura.

En la página web de una prestigiosa inmobiliaria de Bogotá llamada oikos, hay una noticia interesante y atractiva que reafirma lo anteriormente mencionado “Invertir en proyectos con inmobiliarias, resulta ser un negocio muy rentable, pues el sector inmobiliario es uno de los pilares que sostiene y mueve la economía del país, por lo que es bastante atractivo el hecho de considerarlo como un foco de inversión”. Es decir, la estabilidad y el constante crecimiento del sector inmobiliario son hechos que hoy en día incentivan a los inversionistas a elegir este sector como la mejor alternativa para invertir.

Es así como la implementación de una estrategia que genere venta, serán la alternativa que arroja este proyecto para lograr dicho objetivo y cumplir el crecimiento en los ingresos como empresa, puesto que existen inmobiliarias líderes en el sector de Santa Marta que siguen creciendo y pueden hacer que empresas pequeñas como estas queden invisibles o carentes frente

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

a un mercado que actualmente está en un buen auge en el campo de la construcción y todo este medio de trabajo, por eso el aliarse con la cooperativa sería no solo una estrategia efectiva sino garantizada ya que la inmobiliaria tendrá exclusividad en ser la única que pueda ofrecer los inmuebles que necesitan los clientes de la cooperativa.

Solución:

Cuando se identifica, se estudia y se analiza la realidad de una empresa, se debe tener una mirada imparcial que visualice su futuro, con el fin de discernir si esta, está funcionando bien con ánimos de aumentar sus ingresos, otra mirada sería que el estado de la empresa se encuentra en confort y necesita una rampla que le permita despertar y tomar riesgos que le aporten y le ayuden a levantarse, o por lo contrario otra mirada sería que la empresa este en completa desigualdad y en muy poco tiempo estará ilíquida y sin ninguna proyección.

Cuando existe el discernimiento que se explicaba anteriormente, se tiene claridad de la situación y el estado en que se encuentra la empresa, de acuerdo a ello cabe entrar en un proceso de formulación que arroje la solución inmediata o continua a ese problema, es focalizar la dificultad y trabajar en la radicación del mismo.

De esta manera es preciso destacar, que para presentar una estrategia a la gerencia, como lo es la alianza con la cooperativa, fue necesario tener en cuenta la voz del cliente, conocer sus necesidades frente a la compra del inmueble y cuáles son los limitantes para poder comprar su casa, esto se pudo evidenciar en la encuesta realizada a una muestra considerable como se

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

sustentó en anteriores páginas, con el fin de que el gerente pueda analizar la magnitud del problema y acceder de esta manera a estudiar minuciosamente la alianza con la cooperativa “soluciones solidarias”, hasta poder aprobarla e iniciar su ejecución, puesto que esta propone una ventaja interesante que es la exclusividad de venta de casas de la inmobiliaria a sus clientes cuyo crédito se encuentren aprobados.

Es importante resaltar la competitividad que existe no solo a nivel local sino nacional, por ende debe haber ingenio en crear estrategias así como la de esta alianza que en esta investigación se da a conocer, donde el cliente se sienta respondido en sus necesidades, donde no solo el sector bancario o tener recursos propios sean las únicas alternativas para adquirir su inmueble, sino que una empresa inmobiliaria pueda brindarle otro canal como es ofrecer la posibilidad de asociarse en una cooperativa donde pueda acceder a su casa de acuerdo a sus posibilidades ; teniendo en cuenta que Santa Marta es una ciudad muy atractiva en el sector inmobiliario. Samuel Linero Díazgranados, presidente de la Lonja Propiedad Raíz de Santa Marta, “afirma que el sector de la construcción tuvo una pausa muy fuerte desde 1998 hasta el 2004, año en que la situación comenzó a mejorar, y desde ahí a la fecha se han logrado grandes resultados. Actualmente la ciudad se encuentra en un punto importante de renovación urbana y crecimiento”.

Por tal motivo y teniendo en cuenta el manejo de esta labor en esta ciudad, se requiere proponer estrategias que lleven y saquen de la oficina la empresa y llevarla a las manos y los ojos del mercado, es crear todo un impacto publicitario y expresar una seguridad y servicio a los clientes dando realmente una solución a una necesidad básica de una gran masa, porque tal vez todas las inmobiliarias estarán pensando en vender más si invierten más publicidades pero

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

realmente es ir más allá, se trata de presentarle al mercado que existe una luz de esperanza donde a través de ser asociados de una cooperativa pueden llegar acceder crédito hipotecario sin importar tener cuota inicial o estar en datacredito, una captación de cliente se vuelve eficiente a medida que la empresa llega a ellos ofreciendo lo que espera y necesita.

Es así como la presentación de la alianza con la cooperativa se muestra como ese elemento que los clientes esperan, donde ellos pueden acceder a créditos de vivienda con cuotas iguales a lo que están pagando en arriendo. Soluciones solidarias es una cooperativa multiactiva de aporte y crédito que a través de la economía solidaria descubrieron un camino que permitirá darle solución que es el de tener una vivienda con el trabajo colectivo de muchos que también tienen la misma necesidad los cuales serían sus mismos asociados, a través de un programa llamado Alfa el cual le presta al cooperado el 100% de lo que necesita para comprar su inmueble.

4.5 MARCO REFERENCIAL

Existen algunos principios sobre los cuales se debe construir el sistema de gestión de calidad de una organización, estos pilares al ser todos de gran importancia deben formar parte de mencionado sistema, en pro del éxito de la compañía y la consecución de los objetivos planteados.

Sin embargo se ha elegido de todo esos principios “el enfoque al cliente” ya que en este punto es poder llegar a análisis de como al enfocarse en el cliente puede marcar la diferencia en las empresas que ofrecen servicios, considerando el cliente como el pilar fundamental de la misma, obteniendo beneficios en la correcta aplicación del enfoque.

Enfoque Al Cliente: Es necesario crear conciencia acerca de la importancia y el papel del cliente para la empresa, cuando visualizamos al cliente como un integrante más de la cadena de proceso y no comprendemos su importancia podemos caer en el error de diseñar procesos que en realidad no ofrecen valor agregado y adicional a esto podríamos realizar mediciones cuyo enfoque no gire en torno a la satisfacción del cliente.

De manera inicial es necesario que la alta dirección asegure el cumplimiento de los requisitos del cliente de manera que se superen las expectativas del mismo, para esto la planeación estratégica de todas las áreas funcionales de la organización deben girar en torno a cumplir este objetivo y esto se logra con procesos óptimos y mediciones asertivas.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Cuando se habla de procesos enfocados en el cliente es necesario pensar no solo en los procesos relacionados con la venta, sino también en aquellos procesos previos a la adquisición, cuando los clientes aún son potenciales y no han adquirido el servicio; Esto sin dejar de lado los procesos post venta, si son productos aquellos procesos posteriores a la entrega y de cuyo éxito depende una nueva compra y para el caso de las empresas de servicios procesos que aseguren la continuidad y satisfacción por todo el tiempo de relación comercial.

Así mismo, enfocarse en el cliente, se hace referencia al compromiso que tiene la organización de realizar seguimiento acerca de la percepción del cliente con relación al cumplimiento de sus necesidades y expectativas, cada organización elige como realizar estas mediciones, lo puede hacer internamente o a través de terceros especializados en estas mediciones, también puede utilizar las dos alternativas. En el caso de la inmobiliaria Mi propiedad, a través de la encuesta se logró analizar cuáles eran los limitantes de las personas para adquirir inmuebles, esto genera una gran respuesta a la empresa para poder pensar en que estrategia debe tomar para cumplir con sus problemas.

4.6 PLAN DE ACCIÓN

El proyecto empresarial titulado para la solución de este problema “Propuesta de una Alianza Estratégica de la Cooperativa Soluciones Solidarias para Aumentar la Captación de Clientes de la Empresa “Mi Propiedad Inmobiliaria Ltda.” tiene como finalidad aumentar la captación de clientes y de esta manera incrementar sus ingresos como empresa.

La necesidad de tener una vivienda ya existe en muchas personas, debido que uno de los problemas para obtener su bien raíz es la carencia de tener una cuota inicial, están reportados en data crédito o su capacidad de endeudamiento no es suficiente para hacer a un crédito, pero al hacer esta alianza y la inmobiliaria liderar el proceso de presentar a todos los ciudadanos esta cooperativa donde todos los anteriores obstáculos son resueltos; una vez el cliente sea un asociado y tenga su crédito aprobado para comprar, su única alternativa del lugar de compra es la inmobiliaria ya que en esto consiste la estratégica alianza, de esta manera es que como se pretende llegar a un flujo de clientes realmente extraordinario, abriendo un canal de ventas claramente.

Objetivo general: Identificar la viabilidad de la alianza estratégica que ofrece la cooperativa soluciones solidarias a la inmobiliaria con el fin de poder responder la necesidad que tiene esta en la captación de sus clientes y así aumentar sus ingresos.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Objetivos específicos:

- Diagnosticar las ventajas y desventajas de la alianza con la cooperativa para considerar si esta proporciona aumento en la captación de sus clientes y así mismo en sus ingresos.
- Analizar la propuesta de la alianza estratégica con la cooperativa, a través de la herramienta DOFA.
- Proponer en el área administrativa y gerencial la alianza estratégica con la cooperativa.

METAS:

- Lograr un número considerable de personas asociadas a la cooperativa y estos a su vez soliciten su crédito hipotecario
- Vender a los asociados que tengan su crédito aprobados.

Actividad	Objetivos	Responsables	Recursos
1. Presentar la propuesta ante el gerente para analizar la alianza.	1. Diagnosticar las ventajas y desventajas de la alianza con la cooperativa para considerar si esta proporciona	1. Estudiante de administración, quien organiza reunión.	1. Gestión del lugar para la reunión, refrigerio.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

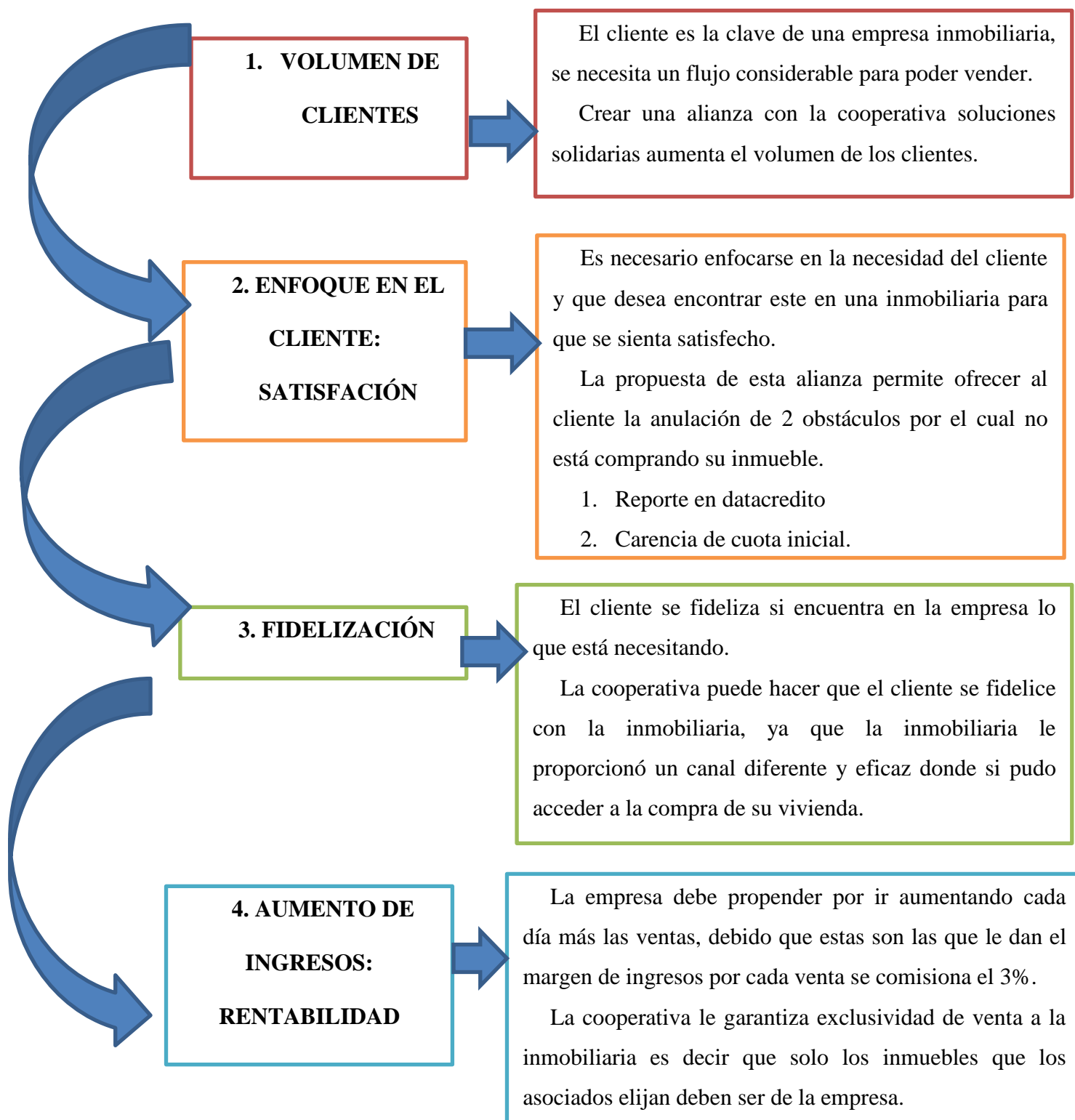
	aumento en la captación de sus clientes y el ingresos.		
2. Implementar la herramienta DOFA para análisis de la propuesta.	2. • Analizar la propuesta de la alianza estratégica con la cooperativa, a través de la herramienta DOFA.	1.Administrador 2. Gerente 3. Asesores	2. Lugar de reunión y refrigerios.
3. presentación de propuesta luego de ser analizada.	3. Proponer en el área administrativa y gerencial la alianza estratégica con la cooperativa.	1.Administrador. 2. gerente	3. Lugar de reunión y video vean.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

POSIBLES IMPACTOS

- En la población samaria, disminuyendo el cliente arrendatario y convirtiendo este en futuro propietario al vincularse en la cooperativa para iniciar su aporte con el fin de obtener un cupo de crédito.
- Impactar en los sectores de empleados que pertenecen al estrato 3 y 2 donde su gasto de arriendo actual sea la misma cuota sin afectar su presupuesto pero que ya dejaría de ser un pago no retornado sino una inversión ya que sería al crédito de su vivienda.
- En la inmobiliaria Mi propiedad se garantiza ventas con los clientes asociados a la cooperativa, a medida que soliciten sus créditos de vivienda.
- Los propietarios de los inmuebles que están interesados en vender se beneficiaran en gran manera debido que hoy la demanda está muy por debajo de lo que está presentando la oferta, en otras palabras habrá muchos clientes para poder adquirir los bienes que están ya construidos y los que están en proceso.

4.7 INTEGRACIÓN CON EL BALANCED SCORE CARD



Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

El diseño de los objetivos estratégicos de la empresa, maneja una organización con el objeto de fortalecer cada aspecto fundamental que esta tenga, con el fin de lograr una coordinación efectiva de las mismas favoreciendo el crecimiento de esta y que cada proyecto o propuesta presentada a la gerencia pueda tomarse partiendo de los mismo, es decir que haya una integración y coherencia en lo que pretende alcanzar partiendo de su realidad.

De esta manera, puede realizarse el esfuerzo coordinado que lleve a la obtención de objetivos, definiendo las relaciones y aspectos más o menos estables de la organización. En este caso la inmobiliaria su principal objetivo es vender para aumentar los ingresos, por ende su principal enfoque son los clientes, partiendo de conocer sus necesidades, para captarlos dal momento de ofrecer los que ellos pretenden encontrar, para luego poder estratégicamente fomentar algo que le permita alcanzar ese objetivo.

En la estructura, las partes están integradas, es decir que se relacionan de tal forma que un cambio en uno de los elementos componentes afecta y genera cambios en los demás elementos, en las relaciones entre los mismos y en la conducta de la organización.

A través del diseño de la estructura de los objetivos estratégicos se busca el logro de un adecuado grado de eficacia y eficiencia de la organización. Por tal razón es necesario crear estrategias como por ejemplo esta alianza, la cual puede generar atracción a los clientes que aún no han podido adquirir su vivienda por ciertos obstáculos.

4.8 LECCIONES APRENDIDAS

De manera sentida se puede decir que el análisis y la aplicación de herramientas como el DOFA pueden inducirnos a conocer y tener la capacidad para evaluar las diferentes opciones que se encuentran disponibles en un determinado proyecto, partiendo desde las ventajas y desventajas que estas tenga frente a la empresa a la cual aplica la propuesta, con el fin de que la propuesta elegida se convierta en una alternativa en la toma de decisiones de la empresa para el crecimiento en sus diseño organizacional y en sus ingresos financieros.

Por tal razón este proyecto permitió descubrir como una alianza estratégica bien analizada y enfocada puede ser una alternativa de solución para una empresa en este caso para mi propiedad inmobiliaria Ltda., donde se pudo desarrollar las habilidades y destrezas para lograr el equilibrio propuesto, con el fin de que se mejoren los ingresos a través de la captación de clientes que proporciona la cooperativa, por tal razón se debe seguir fomentando proyectos y estrategias que ayuden y aporten a la competitividad y sostenibilidad en las organizaciones y enfrentar desafíos en el contexto empresarial actual.

De tal manera que se hace imprescindible que a través de proyectos empresariales y estudios de procesos evaluativos se aporte a las empresas un alto contenido en conocimientos que aporten a los futuros proyectos de crecimiento, que busquen mejorar la calidad de la economía y las finanzas en forma autónoma y holística de manera integrada con los objetivos estretégicos que cada empresa tiene.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Finalmente se logró identificar la propuesta de alianza con la cooperativa soluciones solidarias, teniendo en cuenta el desarrollo de la herramienta DOFA con el fin de poder decidir si es viable para la empresa mi propiedad inmobiliaria, así mismo diagnosticar las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas de la empresa, para luego analizar que ofrece la alianza y si vale la pena tomar la propuesta para aumentar la captación de sus clientes, permitiendo que la empresa durante la realización del proyecto, cobrara un valor fundamental para poder reconocer y tener la capacidad para evaluar las diferentes opciones que se encuentran disponibles en el campo de trabajo administrativo, partiendo desde una problemática o necesidad que el cliente tiene para poder comprar un inmueble.

También se debe tener en cuenta que cuando se quiere fomentar el aumento de los ingresos de una empresa se debe tomar como mínimo los balances y estados financieros de los últimos dos años y analizarlos, con el fin de poder evidenciar y demostrar que la empresa necesita crear una estrategia que proporcione un impacto en sus ingresos.

Así mismo los instrumentos investigativos son fundamentales para iniciar una investigación, por lo que nos permiten escuchar de primera mano la información de las necesidades del cliente, siendo esta la pieza clave de una inmobiliaria, pero también no podemos dejar de lado la voz de la gerencia que de otra manera dan el dictamen interno de la condición que se encuentra la empresa.

BILIOGRAFIA

- Administración décima edición, ROBBINS, STEPHEN P. Y MARY COULTER, Pearson Educación, México 2010, 584 pág.
- Cummings. y Worley C. (2.007). Desarrollo Organizacional y Cambio. (8ª edición.) México Cengage Learning Editores.
- Koontz, H. y Weihrich H. (2012). Administración una perspectiva global. (14ª edición). México: Mac Graw Hill.
- Pineda, C. y Fernández, O. (2012). Guía de Estudio Habilidades Gerenciales. Bogotá: Universidad Santo Tomas.
- Serna, H. (2012). Gerencia Estratégica (10ª edición). Bogotá: Editorial 3 editores

WEBGRAFIA

- Inmobiliaria, una inversión rentable en Colombia. Recuperado el 29 de enero, 2018.
Desde <https://www.oikos.com.co/inmobiliaria/Inmobiliaria-una-inversion-rentable-en-Colombia>
- Santa Marta es el lugar para realizar grandes inversiones inmobiliarias. Recuperado el 29 de enero, 2018. Desde <http://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/santa-marta-es-el-lugar-perfecto-para-realizar-grandes-inversiones-inmobiliarias-1797>.

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

ANEXOS

**MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA.
NIT. 900.266.552-0
BALANCE GENERAL
A DICIEMBRE 31 DE 2015
ACTIVOS**

ACTIVOS CORRIENTE	54,485,507.00
CAJA	408,937.00
BANCOS	764.00
DEUDORES CLIENTES	3,500,000.00
CUENTAS POR COBRAR A SOCIOS	427,806.00
PROMESAS DE COMPRAVENTA	50,000,000.00
ANTICIPO DE IMPUESTO Y CONTRIBUCIONES	148,000.00
ACTIVOS FIJO	12,817,414.00
EQUIPO DE OFICINA	9,660,000.00
EQUIPO DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN	3,157,414.00
TOTAL ACTIVOS	67,302,921.00

PASIVO Y PATRIMONIO

PASIVO CORRIENTE	54,188,522.65
CUENTAS CORRIENTES COMERCIALES	0.00
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	2,542,738.00
DEUDAS POR PAGAR A SOCIOS	36,090,000.00
RETENCION Y APORTES DE NOMINA	789,876.00
IMPUESTO DE RENTA CREE	2,000.00
IMPUESTO A LAS VENTAS POR PAGAR	14,000.00
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y	23,000.00

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

COMERCIO

OBLIGACIONES LABORALES	4,265,013.00
PROVISIONES PARA OBLIGACIONES LABORALES	2,759,269.65
INGRESOS RECIBIDOS PARA TERCEROS	7,702,626.00
TOTAL PASIVO	54,188,522.65
PATRIMONIO	13,114,398.35
CAPITAL	10,000,000.00
RESULTADO DEL EJERCICIO	1,915,934.35
RESULTADOS EJERCICIOS ANTERIORES	1,198,464.00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	67,302,921.00

ELIANA PAOLA AGUILAR HERNANDEZ	ANDRES ARIEL FREILE CAMPO
Gerente	Contador Publico Titulado
Tarjeta Profesional No 173012-T	

**MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA.
NIT. 900.266.552-0
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
A DICIEMBRE 31 DE 2015**

INGRESOS OPERACIONALES	22,143,000.00
COMISIONES	21,364,000.00
ACTIVIDADES CONEXAS	779,000.00
GASTOS DE ADMINISTRACION	20,063,975.25

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Gastos de personal	12,994,280.25
Impuestos	237,000.00
Contribuciones y Afiliaciones	440,000.00
Servicios	6,146,575.00
Gastos Legales	65,000.00
Mantenimiento y reparacion	15,000.00
Adecuación e instalaciones	7,759.00
Depreciaciones	0.00
Gastos Diversos	158,361.00
UTILIDAD OPERACIONAL	2,079,024.75
menos: GASTOS NO OPERACIONALES	161,090.40
Gastos Bancarios	61,924.00
Intereses	0.00
Gravamen a los movimientos financieros	99,166.40
4x1000	
UTILIDAD DEL EJERCICIO CONTABLE	1,917,934.35
IMPUESTOS	2,000.00
Impuesto de Renta y Complementarios	0.00
Impuesto de Renta CREE	2,000.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO FISCAL	1,915,934.35

**ELIANA PAOLA AGUILAR
HERNANDEZ**
Gerente

ANDRES ARIEL FREILE CAMPO
Contador Publico Titulado

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

Tarjeta Profesional No 173012-T

**MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA.
NIT. 900.266.552-0
BALANCE GENERAL CONTABLE
A DICIEMBRE 31 DE 2016
ACTIVOS**

ACTIVOS CORRIENTE	50,796,232.77
CAJA	288,776.17
BANCOS	7,851.60
PROMESAS DE COMPRAVENTA	50,000,000.00
ANTICIPO DE IMPUESTO DE RENTA	132,000.00
RETENCION EN LA FUENTE	40,864.00
IMPUESTO A LAS VENTAS RETENIDO	50,663.00
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y	6,078.00
COMERCIO RETENIDO	
SOBRANTE EN LIQUIDACION PRIVADA	16,000.00
DE IMPTOS	
AUTORRETENCION EN LA FUENTE	254,000.00
CREE	
ACTIVOS FIJO	12,933,793.00
EQUIPO DE OFICINA	9,660,000.00
EQUIPO DE COMPUTACION Y	3,273,793.00
COMUNICACIÓN	
TOTAL ACTIVOS	63,730,025.77

PASIVO Y PATRIMONIO

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

PASIVO CORRIENTE	53,150,097.00
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	5,896,773.00
DEUDAS POR PAGAR A SOCIOS	45,199,000.00
RETENCION EN LA FUENTE - AUTORRET. CREE	85,000.00
RETENCION Y APORTES DE NOMINA	169,113.00
IMPUESTO A LAS VENTAS POR PAGAR	93,000.00
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	35,000.00
PROVISIONES PARA OBLIGACIONES LABORALES	1,672,211.00
TOTAL PASIVO	53,150,097.00
PATRIMONIO	10,579,928.77
CAPITAL	10,000,000.00
RESULTADO DEL EJERCICIO	(2,534,469.58)
RESULTADOS EJERCICIOS ANTERIORES	3,114,398.35
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	63,730,025.77

**ELIANA PAOLA AGUILAR
HERNANDEZ**
Gerente
Tarjeta Profesional No 173012-T

ANDRES ARIEL FREILE CAMPO
Contador Publico Titulado

**MI PROPIEDAD INMOBILIARIA LTDA.
NIT. 900.266.552-0
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
A DICIEMBRE 31 DE 2016**

INGRESOS OPERACIONALES	31,745,000.00
COMISIONES	2,387,000.00
ACTIVIDADES CONEXAS	29,358,000.00

Encabezado: SUSTENTACIÓN DE PRACTICA

GASTOS DE ADMINISTRACION	33,933,638.58
Gastos de personal	23,562,026.36
Impuestos	145,000.00
Contribuciones y Afiliaciones	480,000.00
Servicios	9,045,357.00
Gastos Legales	154,800.00
Mantenimiento y reparacion	155,000.00
Depreciaciones	0.00
Gastos Diversos	391,455.22
PERDIDA OPERACIONAL	(2,188,638.58)
menos: GASTOS NO OPERACIONALES	345,831.00
Gastos Bancarios	185,679.00
Intereses	69,500.00
Gravamen a los movimientos financieros	90,652.00
4x1000	
Diferencia en Cambio	0.00
mas: INGRESOS NO OPERACIONALES	0.00
Recuperaciones	0.00
Aprovechamientos	0.00
PERDIDA DEL EJERCICIO	(2,534,469.58)