

Asignatura: TRABAJO FINAL DE INGENIERÍA

Proyecto: Plataforma Web para la gestión integral de Inmobiliarias y Administración de Consorcios: Realty.Net

Docentes: Silvia Poncio
Alejandro Sartorio
Matías Benega

Año: 2021

Alumno: Brian Jones

Índice

Índice **2**

A. Resumen Ejecutivo **6**

B. Proyecto de base tecnológica en un entorno distribuido habilitado para la Web **8**

Plan de Negocios **8**

1. Descripción General 8

1.1 Descripción básica del negocio 8

1.2. Situación actual del negocio 9

1.3 ¿Qué hace único al negocio? 10

1.4 Factores de éxito 11

1.5 Estrategia: Definir, Misión, Visión y Propósito Estratégico 11

1.6 Identificación de la oportunidad de negocio 12

1.7 Capacidades centrales 12

1.8 Propuesta de valor para el cliente 12

1.9 Valores nucleares de la organización 12

1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas 13

1.11 Áreas claves de resultados 13

2 Análisis estratégico **14**

2.1 Análisis de contexto 14

2.1.1 Descripción del escenario local. 14

2.1.2-3 Factores Económicos - Políticos - Legales 15

2.1.4 Factores tecnológicos 16

2.1.5 Descripción del escenario-meta 19

2.1.6 Análisis sectorial 22

2.2 Análisis de la Competencia 23

2.2.1 Principales competidores directos 23

2.2.2 Análisis de cadena de valor 23

2.2.3 Definición de Factores Críticos de Éxito 23

2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio 24

3. Análisis FODA **25**

3.1 Cuadro FODA 25

3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. 25

3.3 Conclusión FODA 27

4. Segmentación 29

4.1 Segmentación de consumidores y/o negocios 29

4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores 32

4.3 Potenciales clientes 32

4.4 Pautas de comportamiento esperado del segmento 33

5. Plan de Acción 35

5.1 Planes generales de acción 35

5.2 Programas específicos de acción 36

Plan de Marketing 36

Plan tecnológico 37

Plan de comercialización 39

GANTT 41

PERT 42

6 Plan de marketing 43

6.1 Objetivos 43

6.2 Objetivos esperados en materia de cobertura y participación 44

6.3 Metas de posicionamiento 45

6.4 Producto. Estrategia de producto. 46

6.4.1 Describa el producto/servicio. (Qué es y que no es) 46

6.4.2 ¿Es un producto/servicio durable, estacional? 47

6.4.3 ¿Cuáles son las características de su producto/servicio que usted considera influyen sobre la decisión de compra? 48

6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis? 49

6.5 Precio. Estrategia de precios 51

6.5.1 Condicionantes del precio 51

6.5.2 Estrategia de precios 52

6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing 53

6.6.1 Descripción de la planificación estratégica de las acciones de comunicación 53

6.6.2 Diseño de Sitio Web (7 "C" y pantallas descriptivas) 53

7 Operaciones 57

7.1 Organización de la empresa 57

7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas 57

7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves 58
7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución 61
7.5 Filosofía y sistema de trabajo 61
7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos de la evolución de la estructura. 62
8 Plan Financiero-Económico 64
8.1 Modelo de ingresos 64
8.2 Modelo de egresos 65
8.3 Modelo de inversión 66
8.4 Amortizaciones y Depreciaciones (En $USD) 66
8.5 Impuesto a las Ganancias 67
8.6 Impuestos a los ingresos brutos 67
8.7 Remuneraciones y cargas sociales 68
8.8 Presupuesto financiero 68
8.9 Evaluación de la inversión 69
8.10 Escenarios de Riesgo 70
8.11 Plan de Contingencia 70
8.12 Plan de salida 71
9 Factibilidades 72
9.1 Técnicas 72
Sistemas de alimentación 72
Infraestructura 72
Acondicionamiento de oficina 72
9.2 Comerciales 73
9.3 Administrativa 74
9.4 Legales 74
10 Aspectos descriptivos de la solución técnica 75
Requerimientos 75
Modelo de dominio 76
Módulo Odoo 77
11 CDU-01 Suscripción al sistema 78
Diagrama de caso de uso 78
Diagrama de robustez 78

Especificaciones de caso de uso 79
Diagrama de clases 80
Diagrama de secuencia 81
Formularios de carga 82
Frontend 82
Backend 83
Modelos Odoo 84
Views y Controladores Odoo 85
Datos iniciales y datos de prueba 87
Iniciales 87
Prueba 87
12 CDU-02 Confeccionar recibo de alquiler 88
Diagrama de caso de uso 88
Diagrama de robustez 88
Especificaciones de caso de uso 88
Diagrama de clases 90
Diagrama de secuencia 91
Formularios de carga 92
Frontend 92
Backend 93
Modelos Odoo 94
Views y Controladores Odoo 96
Datos iniciales y datos de prueba 97
Prueba 97
Reporte - Ficha inmobiliaria 98
C Anexos 99
Videos 99
Control de versionado - Github 99
Bibliografía 100

A. Resumen Ejecutivo

El rubro inmobiliario es quizás uno de los rubros más estables, las necesidades de alquiler o venta de propiedades son una constante en estos tiempos, y así ha sido durante muchos años. Sin embargo, en contraposición a esto y aunque parezca difícil de creer, este rubro es uno de los más atrasados tecnológicamente. Su extenso papeleo y sus tediosas planillas de datos, junto con la incapacidad de brindar herramientas tecnológicas a sus clientes para simplificar los procesos, como por ejemplo a la hora de cobrar un alquiler, asombran en estos tiempos en los cuales la tecnología avanza rápidamente e inunda la vida cotidiana de posibilidades para mejorar cada ámbito en el que los individuos y negocios se desarrollan.

La plataforma Realty.Net surge en este ámbito inmobiliario como una alternativa novedosa, económica y de vanguardia tecnológica a fin de simplificar, centralizar y complementar de forma integral todas las actividades respectivas a la administración de propiedades y administración de consorcios en una sola plataforma web para hacer más eficiente sus procesos y brindar mayores herramientas a sus clientes finales.

Como eje principal y distintivo de este proyecto se encuentra la centralización de todos los datos y actividades pertenecientes a la administración de una inmobiliaria y/o administrador de consorcio dentro de una misma plataforma web (accesible las 24 hs desde cualquier computadora o teléfono celular) desarrollado con altos estándares tecnológicos hasta ahora inexistentes en el mercado

Se estima que el desarrollo de la plataforma abarca un periodo entre 9 y 12 meses de desarrollo inicial. Luego de completado este periodo, es necesario una etapa de 3 meses más de testing y corrección de errores, dando como resultado un producto pulido, listo para salir al mercado, a partir de los 15 meses aproximadamente.

El ciclo de vida del proyecto se estima en 3 años. Se necesita una inversión inicial de USD 20.000 destinados a la compra de todos los elementos necesarios para montar y comenzar el desarrollo final de la plataforma, y también los sueldos de todos los desarrolladores hasta el lanzamiento del producto al mercado. La empresa cuenta, para este proyecto, con un líder de proyecto y tres desarrolladores sénior, quienes se encargaran tanto del análisis, como el desarrollo, el testing, soporte y mesa de ayuda de la plataforma antes y después de salir del mercado. Se terciarizan aspectos tales como las cuestiones de marketing y legales.

Luego de haber relevado el rubro inmobiliario durante un tiempo considerable, la empresa ha podido entablar conversaciones con distintas inmobiliarias quienes se comprometieron a apoyar el desarrollo y formar una alianza benéfica para ambas partes a fin de que la plataforma capte, de la mejor forma posible, la necesidad de los clientes.

El principal riesgo a sortear para tener éxito en el proyecto es la falta de entendimiento por parte de los clientes en relación con el sistema en su totalidad y la falta de convencimiento que esto genere para cambiar sus viejas técnicas habituales (planillas de Excel, por ejemplo) por algo más tecnológico y novedoso. Es responsabilidad de los desarrolladores poder crear una plataforma que sea intuitiva, clara, y fácil de usar, de manera tal que los clientes no la sientan como un obstáculo a su operativa diaria y que esto derive en la falta de comprensión del valor agregado que le aporta Realty.Net a su negocio. Si se logra desarrollar la plataforma de la manera planeada, se puede insertar la marca Realty.Net en el ámbito inmobiliario como sinónimo de actualización tecnológica y eficiencia administrativa. Para esto se debe atender, de forma constante, los requisitos solicitados por los clientes que utilicen la plataforma de manera tal de no cerrarse solo en lo que está estipulado inicialmente sino en ser flexibles al cambio constante.

La principal barrera de entrada forma parte de la cultura inmobiliaria y tiene que ver con un sistema ya adoptado por las mayorías de las inmobiliarias o administradores de consorcio para su administración, basado en las planillas y el extenso papeleo sin la ayuda de técnicas o sistemas más novedosos. El sector inmobiliario presenta una difícil aceptación al cambio tecnológico.

Luego de esta barrera, la siguiente a superar consiste en la competencia con los sistemas ya existentes. Profit o Inmosoft son algunos de estos ejemplos, que si bien no son adoptados por la gran parte del rubro inmobiliario, poseen los principales sistemas de administración inmobiliaria.

B. Proyecto de base tecnológica en un entorno distribuido habilitado para la Web

Plan de Negocios

1. Descripción General

1.1 Descripción básica del negocio

Las necesidades de alquiler o venta de propiedades son una constante en estos tiempos, y así ha sido durante muchos años. Sin embargo, en contraposición a esto y aunque parezca difícil de creer, este rubro es uno de los más atrasados tecnológicamente. Su extenso papeleo y sus tediosas planillas de datos, junto con su incapacidad de brindar herramientas tecnológicas a sus clientes para simplificar los procesos, como por ejemplo a la hora de cobrar un alquiler, asombran en estos tiempos en los cuales la tecnología avanza rápidamente e inunda la vida cotidiana de posibilidades para mejorar cada ámbito en el que los individuos y negocios se desarrollan. Es en este contexto que surge Realty.Net introduciendo el concepto de software como servicio, poco utilizado en el rubro inmobiliario.

Esta plataforma surge como una alternativa novedosa, económica y de vanguardia tecnológica a fin de simplificar, centralizar y complementar de forma integral todas las actividades respectivas a la administración de propiedades en una sola plataforma web para hacer más eficiente sus procesos y brindar mayores herramientas a sus clientes finales.

Mediante esta plataforma se puede gestionar alquileres, ventas, consorcios, emitir recibos, mantener una agenda de contactos o proveedores, administrar impuestos y servicios y demás actividades que hacen al ejercicio habitual de una inmobiliaria.

Todo esto puede ser gestionado desde cualquier dispositivo con conexión a internet en cualquier parte en que el usuario se encuentre, otorgándole la posibilidad de utilizar el servicio las 24 hs, todos los días.

Además del ahorro de costos generado al centralizar las actividades en un mismo portal, el sistema le brinda a cada inmobiliaria una página web propia y personalizable que le permitirá difundir sus propiedades, desligando así a cada inmobiliaria de la necesidad de mantener un sitio web propio de forma separada, con los costos que eso conlleva.

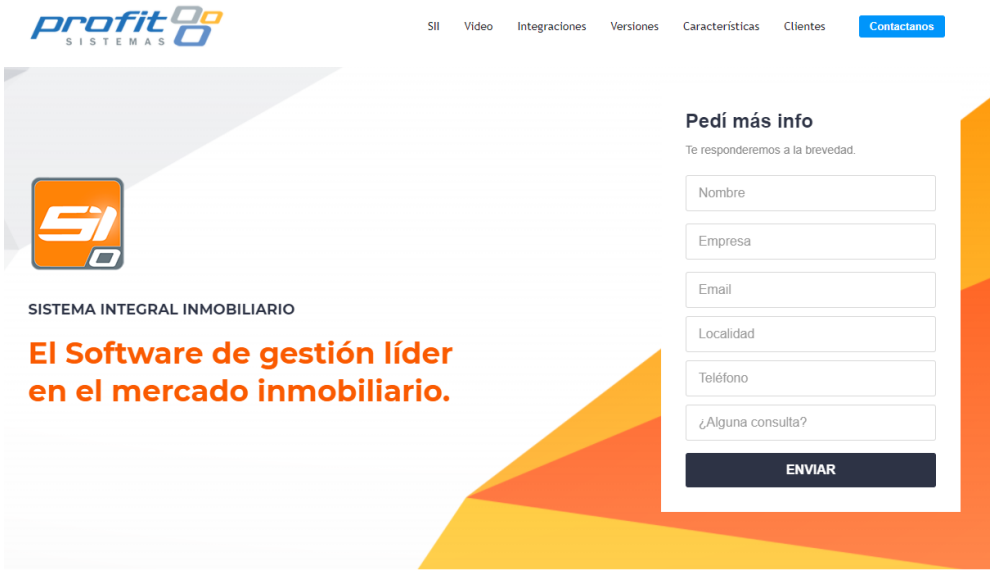
El servicio se ofrece en tres paquetes de suscripción distintos: el primero y más económico brinda aquellas funcionalidades mínimas y necesarias para el funcionamiento del negocio del cliente; el segundo paquete ofrece funcionalidades extras a un precio mayor, tales como la gestión de incidentes y agenda de contacto o eventos; El tercer y último paquete, y más caro, habilita todas las funcionalidades desarrolladas, incluyendo el módulo de sitio web personalizable, redes inmobiliarias, etc. De esta forma, el cliente puede elegir pagar el costo de aquellas funcionalidades que utiliza únicamente.

Se le otorga a cada inmobiliaria la posibilidad de probar el servicio antes de suscribirse al mismo, así como también la posibilidad de dejar de utilizarlo cuando así lo desee, permitiéndole exportar todos sus datos que hayan cargado en la plataforma sin condición alguna.

Este proyecto es puramente de índole estratégico ya que apunta a introducirse en un mercado en el cual, a pesar de haber variedad de ofertas, las inmobiliarias siguen buscando alguna solución

integral para todas sus necesidades. El principal objetivo detrás de este proyecto consiste en introducir la marca Realty.Net en el rubro inmobiliario.

1.2. Situación actual del negocio



www.profitsistemas.com

Dentro del contexto en el que se inserta Realty.Net, hoy en día no existe un software que cumpla con todos las utilidades que brinda este sistema mediante una plataforma web y a un costo económico. La mayoría de los sistemas de gestión inmobiliaria con éxito en la argentina como “Profit” (www.profitsistemas.com) o “Xintel” (www.xintel.com.ar) no brindan la posibilidad de utilizar el sistema de forma web. Es decir, para contratar dichos sistemas primero se debe establecer un contacto con los vendedores de estas empresas, los cuales instalan por vía remota o de manera presencial, el producto en las computadoras de la inmobiliaria. Sumado a esto, el cliente se encuentra obligado a ajustarse al funcionamiento y las características del mismo y, en caso de necesitar una consulta, todas las empresas nombradas anteriormente presentan una “mesa de ayuda” que, además de resultar poco útil muchas veces, es costosa.



www.xintel.com.ar

En cuanto al modelo de sistemas como servicio ofrecido mediante una plataforma web, la principal competencia es “ArgenProp”, el cual posee como característica más destacada la publicación automática de propiedades en portales inmobiliarios y clasificados como los de Clarín, por ejemplo. De similares características pero de menor popularidad podemos nombrar a “Inmosoft”.



/www.inmosoft.com.ar/

A pesar de todas estas posibilidades nombradas, las inmobiliarias siguen buscando algún software que cumpla con todos los requisitos de forma económica y centralizada y, que además de esto, se respalda en una empresa que pueda responder sus inquietudes de forma eficaz sin costo adicional.

1.3 ¿Qué hace único al negocio?

Realty.Net le brinda una solución tecnológica de vanguardia, hasta ahora inexistente, a todas aquellas inmobiliarias y administradores de consorcio que presenten problemas en su administración, o aquellas en que la misma sea ineficiente por diversos motivos. Como eje principal de esta solución se encuentra la centralización de todos los datos y todas las actividades pertinentes a la administración de cada inmobiliaria y/o administrador de consorcio dentro de una misma plataforma web (Accesible las 24 hs desde cualquier computadora o teléfono celular). Además se brinda una garantía de respaldo de todas las actividades realizadas, a fin de evitar la pérdida de datos o solucionar la dificultad de acceso a los mismos, sobre todo aquellos datos generados hace mucho tiempo atrás. El otro eje principal sobre el cual se sostiene Realty.Net es su costo y su forma de suscripción, lo que le permite a las inmobiliarias probar el sistema sin ningún compromiso y luego, si es que desean continuar utilizando el mismo, suscribirse a alguno de los tres distintos paquetes ofrecidos mediante un abono mensual y económico, de cobro automático. El cliente puede elegir el paquete que más le convenga dentro de los tres ofrecidos de manera tal de evitar pagar por funcionalidades que no necesita.

1.4 Factores de éxito

- Centralización de todas las actividades pertinentes a una inmobiliaria y/o administrador de consorcio en un solo portal.
- Software como servicio (Suscripción mensual y económica).
- Distintos paquetes de suscripción de manera tal que el cliente solo abonará por las funcionalidades que utilice.
- Innovación tecnológica.
- Portabilidad para celulares y computadoras.
- Soporte online y sistema de mesa de ayuda 24/7.
- Creación de páginas web personalizables para cada inmobiliaria sin costo adicional.

1.5 Estrategia: Definir, Misión, Visión y Propósito Estratégico

Misión
La empresa está formada para llevar a cabo soluciones de alta calidad e innovación tecnológica que permitan generar un alto impacto en los procesos y necesidades de los clientes que aspiran a la mejor optimización de sus inmobiliarias mediante la mejora y modernización de sus procesos administrativos, desde la perspectiva de mejora continua, innovación y calidad en todas las plataformas a fin de conseguir, en todo momento, la satisfacción de los clientes.

Visión
Ser un referente tecnológico en el mercado nacional en el sector inmobiliario incorporando, además todos los servicios que se ofrecen actualmente, todos aquellos que vayan surgiendo debido a la necesidad de cambio provocado por los avances tecnológicos, legales o sociales a fin de brindar la mejor experiencia posible a los distintos clientes.

Propósito estratégico
Consiste en brindarle al cliente una herramienta que le permita maximizar la eficiencia en sus procesos administrativos, lo cual deriva inevitablemente en el aumento de su rentabilidad y una reducción en el tiempo de respuesta a sus clientes para lograr una mayor fidelización del mismo. Al conseguir esto, se está en posición de entablar diferentes alianzas con estas inmobiliarias a fin de poder, de manera constante, ofrecer otros productos o servicios complementarios correspondientes al rubro inmobiliario de manera tal de establecer la marca Realty.Net como sinónimo de eficiencia tecnológica en el rubro inmobiliario.

La estrategia guía de este producto es, sin dudas, la **diferenciación**. Esta afirmación se fundamenta al momento de describir todas las características que Realty.Net le brinda a las inmobiliarias que lo soliciten y en su comparativa de precio con los demás competidores. Dicho en otras palabras, esta plataforma ofrecerá un avance significativo en la calidad de los procesos inmobiliarios a un precio menor en comparación a las alternativas de mercado actuales.

1.6 Identificación de la oportunidad de negocio

Dentro de las oportunidades de negocio más importantes que dan origen a este proyecto se pueden describir:

- Avances tecnológicos con respecto al desarrollo informático que posibilita la creación de una plataforma de alta performance y adaptable tanto para móviles como computadoras.
- En contraposición a lo nombrado anteriormente, el sector inmobiliario cuenta con un gran atraso tecnológico en lo que respecta a sus sistemas de gestión.
- Gran cantidad de inmobiliarias y administradores de consorcio en el país.
- Las inmobiliarias consultadas previamente al inicio del proyecto han manifestado la necesidad de una centralización de actividades en una sola plataforma.

1.7 Capacidades centrales

- Amplia experiencia en desarrollo de sistemas y soluciones generales para distintos tipos de clientes y mercados.
- Conocimiento y especialización en las tecnologías de vanguardia pertinentes al desarrollo de software.
- Constante aprendizaje y formación por parte de todos los integrantes de la empresa.

1.8 Propuesta de valor para el cliente

Esta propuesta tiene sus cimientos en el compromiso de brindar a través de la plataforma web una solución a los problemas diarios que pueden tener los clientes, en su mayoría inmobiliarias pero también administradores de consorcio, en su actividad diaria, y no solo eso, sino que también mejorar sus procesos administrativos para hacerlos más eficientes y rentables. Al contar con la plataforma, estos actores tienen todo centralizado en un solo lugar de forma tal que pueden realizar todas sus operaciones como así también consultar datos históricos dentro del sistema, evitando así tediosas planillas o pilas de papeles que llevan inevitablemente a una pérdida de tiempo innecesario. Todo esto accesible desde cualquier computadora o celular las 24 hs, todos los días.

A su vez, se apuesta a que los clientes, además de utilizar la plataforma ofrecida, tomen a la empresa como aliados y confíen en la misma para todos sus negocios o futuras necesidades. Es por eso que dentro de la propuesta ofrecida se incluye soporte online las 24hs, además de un extenso sistema de mesa de ayuda para lograr una máxima fidelización de clientes.

Además de todo esto, se destaca el bajo costo y la suscripción de forma mensual, cuya finalidad es que los usuarios vean en Realty.Net una inversión que acompaña al crecimiento de su negocio y no un costo extra al mismo.

1.9 Valores nucleares de la organización

La empresa se caracteriza por una constante búsqueda de perfeccionamiento, trabajando siempre en vías alternativas de resolución ante posibles imprevistos para garantizar un excelente servicio a todos los clientes.

● **Responsabilidad**: La empresa cumple con todos sus compromisos y se hace responsable del rendimiento en todas las decisiones y acciones tomadas, basándose en una gran voluntad de servicio por y para sus clientes.

● **Innovación y mejora continua**: La empresa tiene en cuenta la importancia de mirar hacia el futuro, por lo tanto ofrece lo último del mercado para dar un apoyo y servicio óptimo a todos los clientes.

● **Formación**: La empresa se preocupa de la formación continua en todos los ámbitos.

● **Honestidad** en la interacción diaria con todos los clientes.

● **Pro actividad** para detectar problemas y anticiparnos a los mismos para crear una solución eficiente.

1.10 Enfoque e iniciativas estratégicas

Realty.Net adopta una estrategia en diferenciación, lo que implica que la unidad de negocios ofrece algo único, inigualado por sus competidores, y que es valorado por sus clientes. Apunta al sector inmobiliario por completo al centralizar en una misma plataforma la mayoría de sus actividades diarias. También posee rasgos de liderazgo en costes ya que también se caracteriza por un precio menor al de sus competidores y la posibilidad de probar el sistema completamente sin cargo alguno.



1.11 Áreas claves de resultados

Desarrollo: La misma se encarga del desarrollo, implementación y mantenimiento, se necesita crear una plataforma robusta, escalable y altamente sustentable, que sea confiable y de fácil utilización para los usuarios.

Marketing: Se encarga de desarrollar un plan estratégico para posicionarse en el mercado, masificando la utilización del servicio, creando valor tanto para la empresa Realty.Net como para los clientes/inmobiliarias, con el objetivo final de obtener un valor a cambio.

2 Análisis estratégico

2.1 Análisis de contexto

2.1.1 Descripción del escenario local.



En Argentina, si hay algo de lo que no se puede hablar desde hace décadas es acerca de políticas de estado en todos los ámbitos, pero principalmente en el económico. Esta falta de políticas de estado limita el horizonte de análisis ya que lo que hoy puede verse como favorable puede durar poco y nada. Encontrar algún factor económico estable (al menos por más de diez años) resulta imposible. Hoy en día, el país se encuentra afrontando un gran problema de crisis cambiaria con la consecuente devaluación del TOC (Tasa de cambio oficial) en más del 50%. Sí podemos nombrar la política de créditos hipotecarios como algo muy favorable y que se espera que continúe más allá de los gobiernos.

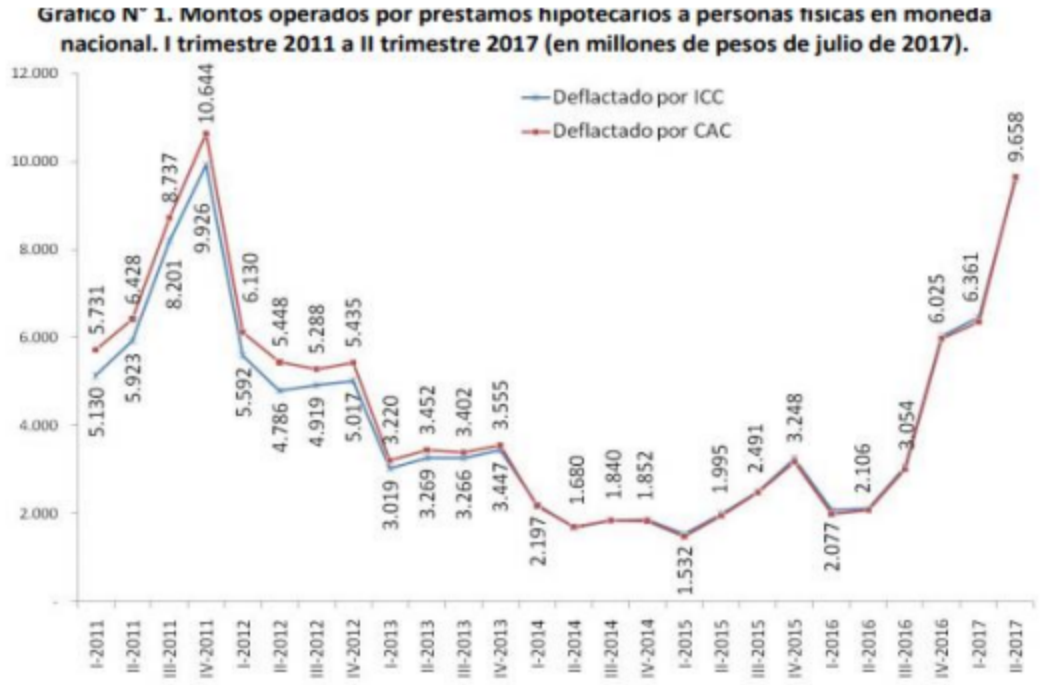
Una sociedad cada vez más dividida por la famosa “grieta”, pero también por los debates legislativos como la ley de interrupción voluntaria del embarazo o la ley Justina, tampoco colabora.

Un punto nombrado en el párrafo anterior tampoco es habitual. Es decir, el debate legislativo. Se habla de dos debates dados en el poder legislativo, un poder caracterizado por la falta de actividad y por sus numerosas denuncias de corrupción. En cuanto a lo económico, el gobierno anterior, de Mauricio Macri, tomó un rumbo: cubrir el déficit fiscal con endeudamiento. En este sentido, aprovechando las bajas tasas de interés que había en el mercado mundial, el país encontró en esos años el financiamiento que necesitó. Pero algo cambió. Al volcar el financiamiento a los mercados internacionales se exacerbó la ya histórica vulnerabilidad de la economía argentina. Entonces: cuando Estados Unidos subió sus tasas de interés, cayó el peso; cuando Donald Trump anunció aranceles al aluminio, cayó el peso; cuando Turquía entró en crisis, cayó el peso y nos encontramos nuevamente sin un plan económico concreto y más endeudados.

En cuanto a lo tecnológico, afortunadamente la Argentina no es una isla completamente desconectada del mundo, y es por eso que los grandes avances tecnológicos a nivel mundial

comienzan a llegar al país (destacando que no dependen de ningún político, quizás ese sea el motivo).

2.1.2-3 Factores Económicos - Políticos - Legales



● Recesión y caída de consumo: La economía argentina está en recesión, con derrumbes del 6,7 por ciento que registró el año pasado, se suma una nueva caída de la actividad de este año y se completan los dos años en números negativos. Los principales indicadores económicos están en rojo, los salarios perdieron frente a la inflación, se perdieron 106.000 puestos de trabajo en el primer semestre y el consumo -uno de los principales motores de la economía doméstica- se derrumbó.

En lo que va del año, las ventas al por menor de la pequeña y mediana industria bajaron un 8 por ciento. Las negociaciones de aumentos salariales quedaron retrasadas respecto a la inflación y la pérdida del poder adquisitivo se acelera, al tiempo que los sectores más humildes quedan más expuestos a la subida de precios de alimentos y crece la pobreza, que podría superar el 50 por ciento de la población, según estiman los expertos.

● Inflación: Se estima que la fuerte devaluación del peso en agosto, de un 35 por ciento, llevará a una nueva alza de la inflación porque muchos de los precios de las materias primas y el combustible se rigen por su valor en dólares. La inflación condiciona considerablemente la situación del ámbito inmobiliario porque afecta gravemente al negocio de bienes raíces, ya sea para comprar, alquilar, o vender rápidamente, porque el valor de la propiedad y de los alquileres de las mismas se vuelve alto y la gente no puede desembolsar sumas mayores.

● Tipo de cambio: El aumento del precio dólar provocó gran incertidumbre y preocupación en los tomadores de crédito hipotecario, ya que los préstamos se otorgan en pesos y los inmuebles se valúan en dólares, por lo que se ven obligados a conseguir más pesos en el momento de la transacción. Esto genera que el sueño de la vivienda propia se aleje a medida que aumenta el dólar, poniéndole un freno a la cantidad nominal de alquileres.

● Aumento en el valor de las propiedades: No sólo el valor del dólar se dispara, sino que las propiedades para la venta también vieron incrementado sus precios. Según los datos difundidos

por Properati, en 2019 se registró una suba interanual del 9% en dólares sólo en la Ciudad de Buenos Aires. Si se toma todo el territorio de la Argentina esa suba alcanzó "el 12%", según detalló Bennazar, presidente de la Cámara Inmobiliaria Argentina. Los precios seguirán en alza, más allá de la disparada del dólar, lo que parece que complicaría aún más el panorama.

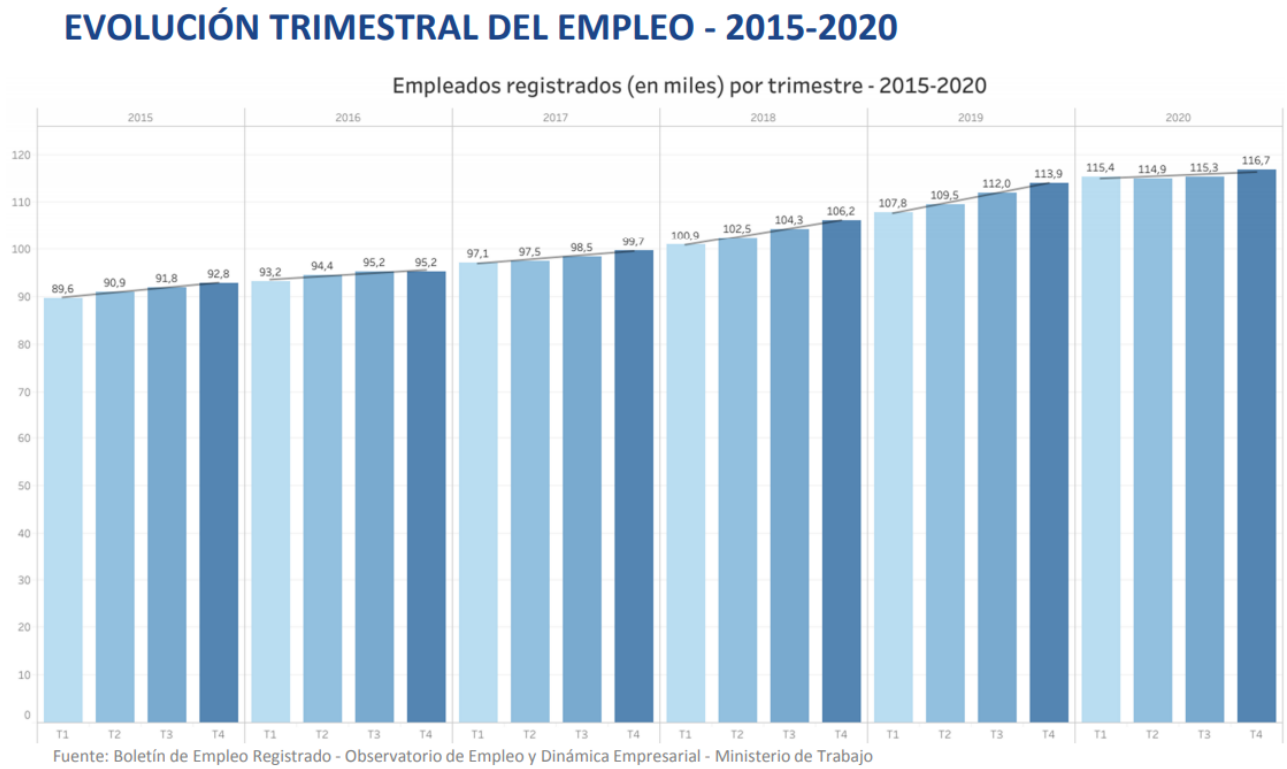
● Créditos Hipotecarios: Los dos tipos de créditos hipotecarios más frecuentes en la Argentina son el ProCreAr y los créditos UVA. El crédito UVA es un crédito que se ajusta por unidades de valor adquisitivo, una unidad de medida creada por el banco central para fomentar el crédito hipotecario. Los créditos hipotecarios UVA se constituyeron en el segmento de mayor incremento del conjunto de préstamos del sistema financiero nacional. Desde su lanzamiento en marzo del 2016, los préstamos hipotecarios que se ajustan por unidad de valor suman $65.000 millones de pesos. Pero este tipo de crédito hipotecario beneficia a gente que tiene empleo registrado, con un buen ingreso y capacidad de ahorro. Para las clases más bajas está el crédito ProCreAr con subsidios del Estado nacional de hasta $400.000. Es en este marco en el que muchos han comenzado a preguntarse si el negocio de alquilar se irá reduciendo a cifras cada vez más bajas que puedan marcar un profundo cambio respecto a lo conocido hasta ahora.

● Nuevo código civil y comercial: El flamante Código Civil y Comercial que entró en vigencia ordena los derechos y obligaciones que propietarios e inquilinos poseen a la hora de alquilar un inmueble. Entre ellos, regula quién debe hacerse cargo de las reparaciones, hasta cuánto se debe pagar por anticipado a la hora de firmar un contrato y qué pasa con las obligaciones del garante. Todo esto contribuye a una mayor transparencia y fomenta el ingreso de los particulares al sistema de alquiler.

● Reforma tributaria: La iniciativa contemplaba la eliminación del ITI, que es el impuesto a la transferencia de inmuebles. Más allá de la explicación respecto de los pormenores de la iniciativa, el ministro de hacienda Nicolás Dujovne (2017-2019) sostuvo que esta nueva modalidad tendría como objetivo "quitar presión especuladora en el mercado inmobiliario". En otras palabras, insinúa que, como consecuencia directa de esta medida, podría darse una reducción en el precio de los alquileres.

2.1.4 Factores tecnológicos

● Crecimiento de las empresas de software: Según la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos de la República Argentina (CESSI), Un primer parámetro para medir el significativo crecimiento del sector en los últimos años es la cantidad de empresas que surgieron y permanecieron activas: entre 2003 y 2020 (último dato actualizado por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial del Ministerio de Trabajo) el número de empresas creció más del doble, un 128% y la cantidad de empleados trabajando en estas empresas se ha duplicado en los últimos 6 años.



https://www.cessi.org.ar/opssi-reportes-949/index.html

● PropTech: El PropTech está en toda la cadena de valor del real estate: desde el diseño de un proyecto inmobiliario con el software que utilizan los estudios de arquitectura y las empresas constructoras, pasando por la forma de comunicar los proyectos. El PropTech es la palabra que resume esta nueva realidad del mercado. Big Data, blockchain, crowdfunding, realidad virtual y aumentada, 3D mapping, inteligencia artificial, apps, robótica... Son muchos los nuevos términos que surgieron para explicar lo que pasa en el mundo y que ya está sucediendo en Latinoamérica.

● El auge de los videos: En los últimos años el video ha dominado rotundamente las redes sociales. Este año la regla seguirá siendo producir contenido audiovisual adaptado a las redes, pero incorporando dos novedades que cada vez tienen más furor: el video 360° y el livestreaming (la transmisión en vivo). Pocas áreas más propicias para aplicar los videos panorámicos que el rubro inmobiliario: cada vez más se debe aprovechar su potencial para mostrar todo el espacio de una casa y llegar mucho más allá de lo que muestra una foto, dando verdadera sensación de las dimensiones de la propiedad.

● Realidad Virtual: La Realidad Virtual promete ser la tendencia que revolucionará el marketing inmobiliario. Durante el IAB Fórum 2016 (el encuentro más importante de la publicidad interactiva), el líder del proyecto Center for the Digital Future, Jeffrey Cole, explicó que el futuro de la Realidad Virtual consiste en permitir a las personas estar donde nunca han estado, y que eso tiene una gran aplicación en dos industrias: el videojuego y el Real Estate.

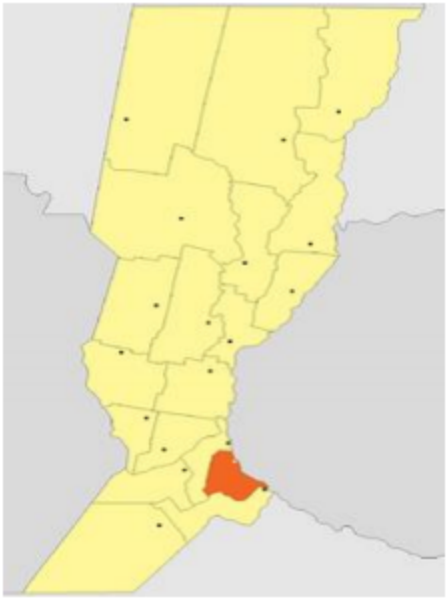
● Inteligencia Artificial para atención al cliente: La gran tendencia del último año, y que seguirá en auge en el 2021, fueron los "chatbots", robots instalados en las aplicaciones de chat para atención al cliente o ventas. En abril de 2016, Facebook lanzó una guía para que todos los desarrolladores pudieran instalar bots en Messenger; y desde entonces varias compañías los han utilizado con éxito.

Conclusión

Como se nombró en la introducción, todo el análisis realizado puede que no tenga mucha validez en el tiempo. Es por eso que el rubro inmobiliario debe aprovechar los factores positivos en un contexto actual pandémico y complicado, como por ejemplo las reglamentaciones que protegen a los clientes, dándole mayor seguridad para comprar o alquiler, entre otras cosas. Pero tampoco puede descuidarse ya que la inflación o la devaluación en el tipo de cambio generan un decremento en el acceso a estos créditos. Es decir, el rubro inmobiliario, como todos los demás, debe ser capaz de adaptarse a las amenazas del entorno y ser hábil para aprovechar las oportunidades que el mismo entorno le ofrece. Entre estas oportunidades se encuentran las nuevas reglamentaciones vigentes y el avance de las nuevas tecnologías como los videos 3D, el PropTECH, etc..

La plataforma ofrecida en este proyecto es una herramienta que le permite a todas estas inmobiliarias que aún no se han subido a la ola tecnológica, comenzar a hacerlo de forma paulatina para aumentar su eficiencia y rentabilidad.

2.1.5 Descripción del escenario-meta



Tanto en la provincia de Santa Fe, como en una de sus dos ciudades más importantes, Rosario, se ve un fenómeno poco visto en términos de política, en contraposición a lo que se describió en el entorno nacional. Tanto la provincia como la ciudad tienen una continuidad de gobiernos socialistas, alternando sus referentes tanto en provincia como en ciudad. Sin embargo, este proyecto socialista comenzó a deteriorarse, como se vio en las elecciones del año anterior. Se dió un cambio de partido gobernante, y es necesario que el nuevo gobierno continúe con las políticas aplicadas de forma correcta por el socialismo y corrija aquellas que necesiten corrección. Sin dudas, lo que más caracterizó al socialismo fue su política exitosa y ejemplar para muchas ciudades en cuanto a la salud pública. Sin embargo, han fallado en el combate de la pobreza, la inseguridad, o en la falta de atención a los barrios más alejados del centro.

La región no se encuentra aislada del país, por lo tanto repercuten todos los factores económicos negativos nacionales como la devaluación, la inflación, etc.. Pero también aquellos positivos tales como el acceso a créditos hipotecarios en planes nacionales, pero también planes entregados por la provincia. En cuanto al ámbito tecnológico, la provincia ha impulsado de forma favorable la innovación, la capacitación y el desarrollo de empresas de IT. El plan TecnoFE, el Fondo Rotatorio TIC, y la creación del clúster TIC de Santa Fe son claros ejemplos de esto.

Factores económicos:

● Despidos, empleo en negro y trabajo informal: En los primeros seis meses de este año se contabilizaron la misma cantidad de despidos que en todo 2020. Se estima que en el sector industrial se perdieron hasta junio 3.245 empleos (en el sector público se estiman 342 despidos). Para el primer trimestre de 2021, la tasa de desempleo llegó al 9,2 en la región Gran Rosario (casi dos puntos más que el último trimestre de 2020) y a 6,7 en el Gran Santa Fe, más del doble que en la medición previa. Pero según los datos del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la provincia, existe en la región un incremento del 0.71% en la cantidad de puestos de trabajo en los últimos 3 años. Este supuesto incremento esconde uno de los principales mecanismos empresariales a la hora de disminuir costos: la precarización laboral.

● Boom Inmobiliario: El boom inmobiliario que vivió el país en la última década, estuvo signado por restricciones en el mercado cambiario, la elevada inflación, la consecuente desconfianza en el peso como reserva de valor y la baja sofisticación de muchos inversores nacionales, obteniéndose como resultado una insuficiente canalización del ahorro al sistema financiero. Este fenómeno tuvo

como contrapartida la denominada inversión en ladrillos, una alternativa que incluso transformó el paisaje urbano de los distritos más importantes del país. Hasta tal punto ha sido notoria esta dinámica, que la fisonomía de la ciudad de Rosario se ha visto drásticamente modificada por una variada gama de proyectos inmobiliarios. Es decir, si bien es cierto que el boom del sector de la construcción tuvo lugar en las principales ciudades del país, en Rosario, este auge fue aún más notorio debido a los más de 5.000.000 de m2 que se han creado en los últimos tiempos. Countries, edificios inteligentes, barrios cerrados, o amenities; son ahora palabras de uso corriente en el lenguaje del rosarino, y que antes estaban en boca de pocos.

● Mayor oferta que demanda: En Rosario, el crecimiento en la oferta de inmuebles no necesariamente se ha dado de manera coordinada con la demanda, particularmente en aquellos barrios donde el descalce del mercado inmobiliario -las diferencias entre las propiedades ofrecidas y las buscadas, en cantidad de ambientes- ha llegado a niveles francamente elevados; constituyendo un problema estructural, tanto para los propietarios, como para los que buscan vivir allí. Por ejemplo, en términos generales, se registra la siguiente tendencia: en los 10 barrios más dinámicos de Rosario, la oferta de departamentos de 1 ambiente constituye el 7% del total, mientras la demanda es menor al 1%. Es decir, existe un exceso de oferta sistemático para este tipo de unidades, independientemente del barrio en el que se localice. La única excepción donde la oferta y demanda de viviendas de 1 ambiente sí se mostró calzada, fue en el barrio de Pichincha. En el resto de los casos, la demanda fue prácticamente nula.

● Disparidad: Santa Fe tiene dos polos bien definidos, la Región Centro Sur (Rosario) que ha sido muy beneficiosa desde 2002 a la fecha y la Región Centro Norte (Santa Fe ciudad), donde el crecimiento fue importante, medido en el mismo período, pero no al mismo ritmo que alcanzó la Región Sur. La Cámara de Empresas y Corredores Inmobiliarios de la Provincia de Santa Fe (CECI) ha evaluado, que las medidas tomadas por el Gobierno Nacional y su impacto en la actividad relacionada al Mercado Inmobiliario, como también un proceso inflacionario que acompañó el último año, son variables que deben ser consideradas para comprender la situación actual del sector.

Factores legales:

● Expensas Claras: Esta norma sancionada por el municipio exige a los administradores de consorcio la liquidación "transparente" de las expensas. La norma, sancionada por el Concejo en diciembre de 2016, fue resistida por el sector y defendida por las organizaciones defensoras de los derechos del consumidor para que propietarios e inquilinos tengan información veraz de lo que están abonando y evitar abusos y estafas. Los copropietarios de una propiedad horizontal podrán acceder al detalle de las contrataciones y arreglos del edificio, además de los comprobantes de los pagos. Habrá formulario único para la liquidación de las expensas y bancarización de los ingresos y egresos del consorcio.

● Ley de alquileres: El bloque socialista en la Cámara de Diputados, a través de su presidente, Rubén Galassi, presentó un proyecto de Ley de Alquileres que logró regular el mercado inmobiliario para evitar abusos e injusticias. La nueva norma pone tope a las comisiones que cobran las inmobiliarias por celebrar los contratos, plantea que estos honorarios sean compartidos por dueños e inquilinos y regula la cantidad y calidad de las garantías que deben presentarse a la hora de alquilar. Además, establece que sean los propietarios quienes paguen el impuesto inmobiliario.

Factores Tecnológicos

● Fortic: A través de la Secretaría del Sistema de Empresas de Base Tecnológica, se creó el Fondo Rotatorio TIC (Fortic), por un monto de $ 1.000.000 (pesos un millón); destinado al

financiamiento de proyectos de MiPyMEs pertenecientes al Sistema de Empresas de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, radicadas en la Provincia de Santa Fe. El Fortic, está dirigido a micro y pequeñas empresas de software y servicios informáticos y electrónica; para el financiamiento de proyectos de innovación, que sean orientados a satisfacer las necesidades tecnológicas, de los otros sectores o cadenas de valor de la producción santafesina.

● Clúster TIC Santa Fe: En el año 2013 se conforma formalmente la “Asociación Civil CLUSTER TIC Santa Fe“. Este fue el primer paso para alinear los esfuerzos individuales de las empresas integrantes para lograr mayor competitividad tanto individual como colectivamente, logrando el reconocimiento del grupo como referente regional del sector de tecnologías de la información y la comunicación, mejorando la sustentabilidad de cada una de las firmas a través del trabajo colaborativo para lograr la consolidación de empresas más competitivas, interesadas en el crecimiento de la región. La misión de esta asociación consiste en agregar valor a las ofertas de empresas, sector público y organizaciones no gubernamentales que buscan la mejora continua de sus productos y una atención superior de las necesidades de sus públicos objetivo, con el desarrollo y la aplicación de TIC‟s, basados en los pilares de la asociatividad, la colaboración y el regionalismo.

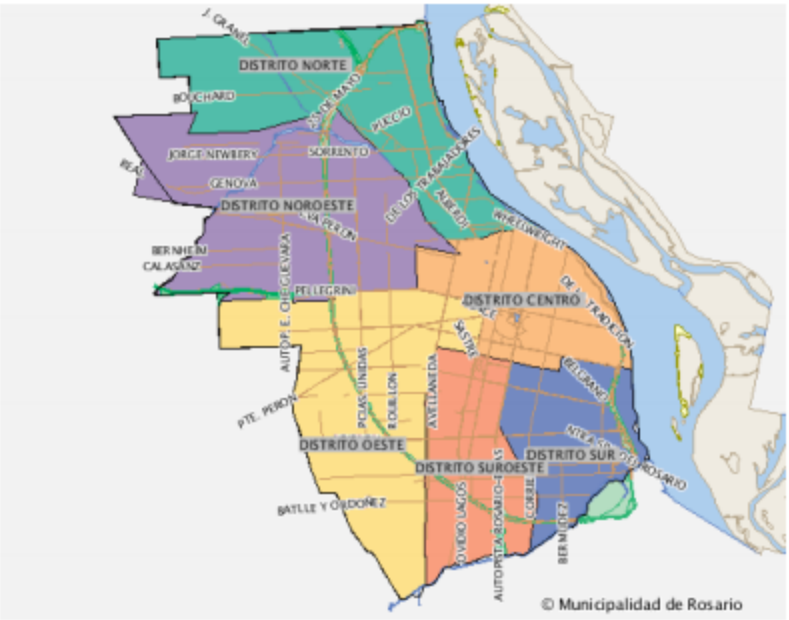
● Plan TecnoFE: El Plan Estratégico de Tecnología "TecnoFE" 2016-2018 contiene 55 proyectos de desarrollo tecnológico para mejorar la gestión de la administración pública, así como para dar respuesta a las nuevas demandas de la ciudadanía en distintas áreas. El Estado santafesino invertirá 57 millones de dólares para su implementación, que está enfocada en las áreas estratégicas de salud, educación y seguridad pública; gestión de recursos y sistemas de compras y contrataciones; procesamiento y transmisión de datos electorales.

Conclusión

Santa Fé es una de las provincias más importantes del país. Rosario lo es también a nivel ciudad. Es innegable el impacto negativo de los últimos movimientos inflacionarios, la devaluación y la pandemia en curso, pero esto no tiene que ser un punto que impida ver algunos aspectos positivos de la región, como la fuerte apuesta al rubro tecnológico por parte del gobierno anterior y el actual. También se han hecho avances en materias de reglamentación y leyes que permiten al cliente o consumidor en diversos aspectos, nombrando principalmente la Ley de Alquileres, fundamental para el acceso a alquileres, valga la redundancia, a la población.

El rubro inmobiliario es muy fuerte en la ciudad, y es por eso que se apuesta de forma contundente a introducir Realty.Net en Rosario como punto de inicio, para luego poder expandirlo al resto de la región, y consecuentemente al resto del país. Los diversos planes o créditos para el desarrollo de sistemas informáticos también abren un abanico de posibilidades enormes para desarrollar productos o servicios que lleven al rubro inmobiliario de la región a escalar en materia tecnológica.

2.1.6 Análisis sectorial



El sector inmobiliario se ha constituido en uno de los principales indicadores del proceso de recuperación de la Argentina a partir del segundo semestre de 2016, propiciado por medidas contundentes de cambio en la economía como la normalización del mercado cambiario, el lanzamiento de líneas de crédito hipotecarias y el sinceramiento fiscal cercano a los 116,8 millones de dólares, que tuvo un fuerte impacto. Sin embargo, actualmente, este sector se encuentra en un estancamiento en su crecimiento debido a los sucesos económicos recientes que alteraron las proyecciones de crecimiento del país.

La otra cara de la moneda es el mercado del alquiler. En principio la llegada de diferentes líneas de créditos hipotecarios hicieron que gran parte del público que hasta hace poco sólo podía volcarse al alquiler hoy pudiera también elegir comprar un inmueble a través de un sistema de financiación. "En muchos casos la cuota del alquiler refleja lo mismo que el pago mensual de un crédito hipotecario", explicaron desde el sector.

En cuanto a la tecnología, al proyectar las tendencias del mercado inmobiliario se puede identificar una creciente búsqueda de propiedades online y a través del móvil. Hay también una mayor necesidad de los profesionales del sector de actualizarse en los medios digitales para llegar a un consumidor que está siempre en movimiento y que quiere toda la información al instante. La comunicación digital está en permanente cambio y las innovaciones son constantes. Blockchain, crowdfunding, realidad aumentada. En los últimos años, el vocabulario ha comenzado a llenarse de raros términos nuevos usados para designar a tecnologías (igualmente raras) que, progresivamente pero de forma dramática, están empezando a cambiar el funcionamiento de buena parte de las industrias en el mundo. El real estate no podía quedar exento de esta cuarta revolución industrial, como han dado en llamarla varias consultoras y especialistas.

Se está en presencia de un gran momento de auge en cuanto al desarrollo de software, tanto a nivel regional como nacional. Los distintos acuerdos firmados, las leyes en vigencia y en tratamiento y los acuerdos entre empresas TIC, entre otros factores, permiten que sea posible el desarrollo de plataformas para cubrir la necesidad de sistematizar un rubro tan antiguo y arraigado a viejas prácticas como el rubro inmobiliario. Además, se pueden desarrollar softwares que sirven como nexos entre las inmobiliarias, los clientes y el gobierno en el caso del cobro de impuestos y alquileres, por ejemplo.

2.2 Análisis de la Competencia

2.2.1 Principales competidores directos

En el caso de Realty.Net, el tipo de mercado y competencia es sin dudas una competencia imperfecta (también llamada competencia monopolística), ya que para el rubro inmobiliario podemos encontrar diversas empresas con productos diversos y a diferentes costos de acuerdo a sus características, como así también una gran cantidad de desarrollos a medida que se realizan en la industria por parte de pequeñas empresas o particulares. Además, como se desarrolló en los puntos anteriores, las barreras de entrada del sector son bajas o prácticamente nulas (Por eso la fuerza de Porter 'Amenaza de nuevos competidores' es ALTA).

2.2.2 Análisis de cadena de valor

La cadena de valor industrial se define como el conjunto interrelacionado de actividades creadoras de valor, la cual va desde la obtención de fuentes de materias primas, hasta que el producto terminado es entregado al consumidor final, incluyendo las actividades de post venta (devoluciones, garantías, servicio técnico, mantenimiento, instalación, reciclaje, etc.), en las cuales participan varias empresas. Estas actividades son bloques de construcción, mediante los cuales las firmas en la industria crean un producto de valor para los compradores.

En vistas de lo expuesto el proyecto Realty.Net busca consolidar sus actividades primarias que incluyen la gestión, operaciones, ventas, marketing y servicio. Respaldadas por un proceso de desarrollo que busca aplicar las mejores características al producto, dichas características referidas a desempeño, seguridad, disponibilidad y navegación.

La cadena de valor del proyecto estará respaldada entonces por una fuerte inclinación a la producción de productos de calidad que resalte entre los competidores, una política de marketing que apunte a publicitar los bajos precios en relación a los competidores y con mejores presentaciones para consolidarse como un sustituto. Estas actividades centrales estarán respaldadas por un óptimo manejo de los recursos humanos que apunte a mantener el staff motivado y alineado a la misión del proyecto.

2.2.3 Definición de Factores Críticos de Éxito

Los Factores Críticos de Éxito (FCE) son, para cualquier negocio, un número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios, aseguran el rendimiento competitivo de la empresa. Los FCE son específicos para cada negocio y reflejan las preferencias gerenciales respecto a las variables claves en un determinado momento.

Respecto a Realty.Net los factores críticos de éxito son:

- Ventas.
- Costo y disponibilidad.
- Desarrollo.
- Clientes.
- Imagen.
- Expansión.

2.2.4 Fortalezas y debilidades del negocio

Fortalezas:	**Debilidades:**
● Amplia formación y capacitación tecnológica ● Conocimiento de las necesidades del sector inmobiliario. ● Producto atractivo e innovador. ● Precios completamente accesibles. ● Soporte 24/7.	● Falta de conocimiento de la marca en el sector inmobiliario. ● Falta de experiencia de la empresa en el desarrollo de estrategias de marketing. ● Plataforma diseñada para el sector inmobiliario argentino únicamente.

3. Análisis FODA

3.1 Cuadro FODA

Fortalezas: ● Amplia formación y capacitación tecnológica ●Conocimiento de las necesidades del sector inmobiliario. ● Producto atractivo e innovador. ● Precios completamente accesibles. ● Soporte 24/7.	**Debilidades:** ● Falta de conocimiento de la marca en el sector inmobiliario. ● Falta de experiencia de la empresa en el desarrollo de estrategias de marketing. ● Plataforma diseñada para el sector inmobiliario argentino únicamente.
Oportunidades: ● Gran cantidad de inmobiliarias y administradores de consorcios que no poseen sistemas de gestión. ● Los sistemas existentes no satisfacen todas las necesidades del sector. ● Avances tecnológicos en el desarrollo de plataformas web.	**Amenazas:** ● Inestabilidad en el tipo de cambio. ● Fuertes competidores en el sector. ● Escasa formación tecnológica en el sector inmobiliario.

3.2 Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Fortalezas:

- **Amplia formación y capacitación tecnológica:** El equipo de desarrolladores cuenta con una instrucción constante con respecto a las técnicas de desarrollo y tecnologías de programación para brindar una plataforma de alto rendimiento.

- **Conocimiento de las necesidades del sector inmobiliario:** La empresa ha podido relevar distintas inmobiliarias de forma tal de tener un conocimiento bastante amplio acerca de las necesidades del sector.

- **Producto atractivo e innovador:** Como consecuencia de los dos puntos nombrados

anteriormente, se puede afirmar que el producto ofrecido resulta, sin dudas, atractivo para cualquier inmobiliaria que se encuentre acostumbrada a un papeleo frustrante y constante.

- **Precios completamente accesibles:** Uno de los pilares consiste en el bajo precio del producto. Cabe destacar que antes de utilizar la plataforma, los clientes tienen un período de prueba para convencerse de contratar el servicio de forma mensual y económica.

    - **Soporte 24/7:** La empresa se compromete a brindar soluciones de forma veloz a aquellos problemas que puedan surgir en el uso del sistema de forma continua.

Oportunidades

- **Gran cantidad de inmobiliarias y administradores de consorcios que no poseen sistemas de gestión:** Se ha observado que la mayoría de las inmobiliarias conocidas no poseen un sistema de gestión. La forma más habitual de manejar estos negocios, hoy en día, sigue siendo mediante planillas de datos.

- **Los sistemas existentes no satisfacen todas las necesidades del sector:** Siguiendo con el punto anterior, aquellas inmobiliarias que sí poseen un sistema para su administración, no han podido desprenderse de forma completa de las planillas o el extenso papeleo. Necesitan una solución más integral.

- **Avances tecnológicos en el desarrollo de plataformas web:** Es obligación y compromiso de la empresa adecuarse a las nuevas tecnologías que, por suerte, posibilitan la creación de sistemas cada vez más eficientes.

Debilidades

- **Falta de conocimiento de la marca en el sector inmobiliario:** No se puede obviar el hecho de que la empresa es nueva en el sector inmobiliario y por ende las inmobiliarias, en su gran mayoría, aún no conocen el producto.

- **Falta de experiencia en el desarrollo de estrategias de marketing:** En correlación con el punto anterior, se considera que aún falta aprender, y sobre todo realizar, actividades de marketing que posibiliten la llegada de la marca Realty.Net sobre la mayor cantidad de inmobiliarias posible.

- **Plataforma diseñada para el sector inmobiliario argentino únicamente:** Hoy en día el sistema está adaptado para el mercado argentino únicamente. Esto se observa, por ejemplo, en los vocablos utilizados, las localidades aceptadas, la configuración de la plataforma de pago, etc.. Esto implica que el día de mañana, si se desea ampliar los límites del sistema a otros países, se deben realizar un conjunto de modificaciones para permitir esta expansión.

Amenazas

- **Inestabilidad en el tipo de cambio:** Hablar de una posibilidad de crisis económica sería acertado, pero más generalizado. Es necesario especificar este punto en el tipo de cambio ya que las propiedades se cotizan en dólares. El aumento en el tipo de cambio produce una baja notable en la actividad inmobiliaria, y por ende, reduce las ganancias que cualquier inmobiliaria tiene. Además, el aumento del tipo de cambio produce que la gente disminuya sus ahorros en vez de invertir en el rubro inmobiliario. Si una inmobiliaria gana menos, es más difícil que vea en esta plataforma una inversión y no un costo.

- **Fuertes competidores en el sector:** Si bien ninguno cumple con todos los requisitos que hoy en día necesita el sector, existen fuertes y grandes competidores en cuanto a los sistemas de gestión de inmobiliarias tales como Profit o Inmosoft.

- **Escasa formación tecnológica en el sector inmobiliario:** La empresa es consciente que una de las cosas más difíciles a la hora implantar el producto en el mercado es la falta de conocimiento tecnológico de parte de los encargados de la administración inmobiliaria o de consorcios. Se debe afinar al máximo la usabilidad del sistema para que no genere un conflicto constante en su utilización diaria con la persona encargada de usar la plataforma.

3.3 Conclusión FODA

Luego de realizar el análisis FODA, queda claro que la empresa está desarrollando una plataforma que puede resultar en una gran innovación en el sector inmobiliario, basando esta afirmación sobre todo en el extenso relevamiento del sector realizado previamente, y confiando plenamente en la capacidad y formación tecnológica de los encargados del desarrollo. Sin embargo, no se puede obviar que se debe afrontar un conjunto de adversidades si es que desea tener éxito.

Por el lado de la competencia se encuentran fuertes nombres que pisan hace años en el sector inmobiliario tales como Profit. Es el deber de la empresa convencer a los interesados de que la plataforma brinda un servicio más integral, eficiente y económico que los demás competidores. Para esto, todos los integrantes de la empresa se deben capacitar de manera integral en estrategias y políticas de marketing que permitan aumentar el conocimiento de la marca en el sector inmobiliario.

Otro desafío a afrontar consiste en la necesidad de orientar el desarrollo de Realty.Net de forma tal que permita una usabilidad intuitiva para que los futuros usuarios no vean al producto como una traba en su operativa diaria, sino como un agregado de valor a su negocio.

También, la empresa ha tomado la decisión de apuntar el producto al mercado argentino, implicando que, si el día de mañana se logra traspasar las fronteras del país con la marca Realty.Net, se debe invertir tiempo en desarrollar las modificaciones necesarias para adaptar el producto a los distintos mercados. Quizás se podría haber abarcado esta posibilidad desde el origen del proyecto.

Algo que no depende de la empresa pero que influye fuertemente en el negocio es la cotización del tipo de cambio con el dólar específicamente. Se apuesta a una estabilidad

del tipo de cambio a futuro de forma tal que las inmobiliarias mantengan su ritmo de ingresos en el tiempo.

4. Segmentación

4.1 Segmentación de consumidores y/o negocios

Introducción

El objetivo principal del proyecto consiste en brindar una solución tecnológica al sector inmobiliario argentino. Particularmente, y debido al lugar de desarrollo de la plataforma, se enfoca en el mercado inmobiliario de la ciudad de Rosario. Es difícil hoy en día encontrar fuentes válidas y creíbles con respecto a la cantidad de corredores inmobiliarios registrados, tanto a nivel nacional como a nivel regional. Según un relevamiento del Colegio de Corredores de Rosario, en la ciudad fueron 1.300 los agentes que obtuvieron su matrícula, aunque este número baja a 1.000 debido a que hay 300 agentes que poseen una matrícula fuera de vigencia.
En Rosario, los profesionales trabajan entre 600 y 700 inmobiliarias registradas legalmente. Es un nicho relativamente chico si se lo compara con el núcleo del país. Según un informe del Colegio Único de Corredores Inmobiliarios de la Ciudad de Buenos Aires (Cucicba), existen 6100 corredores inmobiliarios matriculados, aunque solo 5100 cuentan con matrícula vigente. El informe también revela que hay 3500 agencias en dicha ciudad capital, pero 860 de ellas no se encuentran habilitadas para realizar ninguna operación.

Base de estudio

Como se nombró en los puntos anteriores, el sistema se encuentra adaptado para aquellas inmobiliarias y/o administradores de consorcios que operan dentro del límite argentino, sobre todo en cuanto a los vocablos utilizados, los métodos de pago, términos y condiciones, política de privacidad, etc..
Sin embargo, para tener un mayor control inicial, la plataforma apunta su desarrollo al mercado inmobiliario local, de forma tal de poder establecer un contacto más cercano con los primeros clientes.

Lugar	Colegio	Inmobiliarias Habilitadas
Argentina	CIA	15000
Buenos Aires	CUCICBA	2700-3000
Rosario	COCIR	600-700

Ciudad	Colegio	Corredores Inscriptos	Corredores Habilitados
Buenos Aires	CUCICBA	6100	5100
Rosario	COCIR	1300	1000

Ciudad	Administradores de consorcio	Administradores de consorcio inscriptos
Rosario	600-700	130

Factores demográficos

Se realizó de forma manual y a través del Google Maps, la segmentación de las posibles inmobiliarias en base a su ubicación dentro de la ciudad de Rosario. A estos fines se dividió la ciudad en 4 zonas: Norte, Sur, Oeste y Centro. Los resultados fueron los siguientes:

- **Zona centro (Zona comprendida entre Av. Avellaneda, Av. .Pellegrini y el Río Paraná):** 266 Inmobiliarias aproximadamente.
- **Zona Sur (Comprendida entre Av. Pellegrini, Circunvalación, Av. Avellaneda y el Río Paraná):** Aproximadamente 90 Inmobiliarias.
- **Zona Norte (Av. Sabin, Sorrento, Circunvalación y el Río Paraná)**: 50 Inmobiliarias Aproximadamente.
- **Zona Oeste (Av. Circunvalación, Sorrento, Av. Avellaneda):** 65 Inmobiliarias aproximadamente.

Zona	Cantidad de Inmobiliarias (Aprox.)
Centro	260
Sur	90
Norte	50
Oeste	65



Factores Conductuales

Presencia en portales de búsqueda de propiedades

Aquellas inmobiliarias o administradores que posean una gran presencia activa en las redes sociales y/o buscadores de propiedades como ZonaProp, o aquellas que hoy en día mantienen un sitio web actualizado, son aquellas a las cuales hay que prestarles mayor atención. Son estos participantes quienes verán en Realty.Net un aliado tecnológico que les permita estar a la vanguardia. En contraposición, aquellas que, por ejemplo, no posean Facebook, probablemente no se sientan seducidos por esta plataforma o presenten problemas a la hora de su utilización.
Según Christian Brosens, gerente de ZonaProp, Rosario se posiciona fuerte en el país no solo por su ubicación estratégica sino también porque hoy en día es considerada una de las ciudades más atractivas para vivir con grandes de oportunidades para sus habitantes en sectores referidos a la calidad de vida, educación, ofertas laborales, desarrollo de negocios, servicios y recreación", y agregó "Rosario se consolida como una plaza clave y un mercado regional que atrae inversiones de distintos sectores e inclusive a nivel internacional". El portal de Argentina recibe 2 millones de visitas por mes que buscan entre más de 100 mil fichas de avisos de 5 mil inmobiliarias.

Inmobiliarias registradas en ZonaPROP	
Ciudad	Inmobiliarias Registradas
Argentina	5000
Capital Federal	2500
Rosario	100

Presencia en motores de búsqueda

Para este factor, se introduce en el motor de búsqueda de Google la palabra "Inmobiliaria Rosario", pudiendo contar al menos con 22 páginas de resultados. Considerando que cada una de ellas posee 20 páginas, la base de este estudio es de aproximadamente 440 inmobiliarias.
Sin embargo, para verificar la veracidad de las mismas se tomó en cuenta una muestra de 100 páginas, a las cuales se ingresó para afirmar la veracidad y la actualización de las mismas. Aproximadamente 2 de cada 10 tenían páginas webs desactualizadas o fuera de servicio.

Filtro	Inmobiliarias Aprox.
Base	500

Páginas en Google	440
Veraces (80%)	350

4.2 Identificación de grupos diferenciados de consumidores

Como se nombra en la descripción del servicio, el mismo se ofrece en tres paquetes de suscripción diferente y escalable. Cada uno de ellos presenta un grupo de funcionalidades determinadas y un costo de suscripción distinto.

- **Suscripción básica**: Este paquete está destinado a aquellas inmobiliarias más nuevas y/o más pequeñas, con pocas propiedades a cargo, que no poseen una gran agenda de contactos, ni tampoco un registro histórico amplio de recibos u operaciones. Posiblemente sean administrados por pocos empleados, quizás de forma familiar. No tienen la necesidad urgente de tener un sitio web o ya tienen algo muy rudimentario. No pueden afrontar grandes costos para sistematizar sus operaciones.

- **Suscripción Exclusiva**: Está destinada a aquellas inmobiliarias medianas, o aquellas que han utilizado el sistema desde sus principios y han crecido con el mismo en su operativa diaria. Los volúmenes de datos son mayores, la sincronización entre los distintos empleados es muy importante. Comienzan a tener una agenda de eventos exhaustiva. Necesitan sistematizar sus operaciones más finas tales como la resolución de incidentes.

- **Suscripción VIP**: Es la suscripción más cara. Permite utilizar todas las funcionalidades de la plataforma. Destinada a las inmobiliarias y administradores de consorcios que pueden afrontar mayores costos ante la necesidad de sistematizar todas sus operaciones. Posiblemente tengan muchos empleados. Seguramente ya han utilizado el sistema con alguno de los dos paquetes nombrados anteriormente. El sistema le brinda la posibilidad de tener su sitio web completamente personalizable y actualizado con toda la información cargada en la plataforma.

4.3 Potenciales clientes

De lo expuesto en los puntos anteriores, podemos decir que:

- La base de inmobiliarias en la ciudad de Rosario está compuesta por **500 inmobiliarias** aproximadamente.

- Debido al lugar de desarrollo del proyecto y la cercanía necesaria a fin de poder brindar soporte y capacitación a los primeros clientes, se decide apuntar a aquellas inmobiliarias de la zona Centro de la ciudad. Según el estudio geográfico, el número de inmobiliarias se reduce a **260 inmobiliarias aproximadamente.**

- Para finalizar, en base a la estadística realizada con respecto a la presencia de las inmobiliarias en motores de búsqueda, se determinó que el 80% de ellas aproximadamente poseen una página de internet veraz y actualizada. Esto permite

inducir que no van a presentar una oposición fuerte al cambio y avance tecnológico. Por lo tanto, el número de inmobiliarias se reduce a **210 inmobiliarias aproximadamente.**

- En relación con el timing del negocio, se estima su ingreso al mercado para mediados del año 2022, período en el cual se estima que comience una recuperación de la capacidad del consumo con relación a la crisis nombrada en el análisis del contexto de este producto. Se considera a Realty.Net como un producto estrella que es capaz de ofrecer un alto grado de satisfacción a sus clientes en un rubro atractivo para implementar un cambio tecnológico. Como conclusión se estima en un 70% el porcentaje de adopción posible. Por ende, el número de inmobiliarias se reduce a **147 inmobiliarias aproximadamente**.

- En cuanto al porcentaje de participación, no existen dudas al respecto de la capacidad de la empresa para servir, mantener y satisfacer todas las demandas de los clientes que contraten este producto. Se estima que las capacidades y conocimientos de la empresa pueden abarcar, siendo cautelosos, el 90% del mercado segmentado hasta este punto. Entonces, el número final de inmobiliarias presupuestadas es de **132 inmobiliarias** aproximadamente.

Entonces, se puede afirmar que este proyecto se encuentra apuntado a aquellas inmobiliarias de Rosario que se encuentren en la zona centro de la misma y que tengan algún sitio web confiable, de manera tal que hayan tenido alguna vez, o tengan de manera frecuente, algún contacto o conocimiento tecnológico. Se asume que el 70% de las mismas adopte el producto y se afirma la capacidad de la empresa para servir, por lo menos, al 90% de estas. En definitiva, el segmento al que apunta este proyecto consta de, aproximadamente, **132 inmobiliarias**.

4.4 Pautas de comportamiento esperado del segmento

Como se nombra en la introducción de esta parte del proyecto, el mismo se ofrece en tres paquetes de suscripciones diferentes y escalables. En base a las 132 inmobiliarias estimadas como mercado meta, se estima su distribución de la siguiente forma:

- **Suscripción básica**: Se estima que el 80% de las inmobiliarias que decidan utilizar Realty.Net lo harán de manera inicial en este paquete de suscripción, de manera tal de poder probar las funcionalidades antes de avanzar con mayores costos. Por lo tanto, se estima que este paquete, al principio, está apuntado a **106 inmobiliarias.**

- **Suscripción Exclusiva**: Se reserva un 10% del mercado meta pensando en aquellas inmobiliarias que llegan a Realty.Net por medio de algún contacto que ya les dio confianza acerca del sistema, o aquellas que tienen espalda suficiente para una mayor inversión. Por lo tanto, se estima en **13 inmobiliarias** de entrada para este paquete.

- **Suscripción VIP**: Es la suscripción más cara. Nuevamente se reserva un 10% para aquellas inmobiliarias que lleguen referidas y que desean utilizar el sistema en

plenitud desde sus comienzos. Nuevamente el número para este paquete son **13 inmobiliarias**

Suscripción	Inmobiliarias Aprox.
Básica	106
Exclusiva	13
Vip	13

5. Plan de Acción

5.1 Planes generales de acción

Plan de Marketing	
Descripción	Definir el segmento al cual apunta la plataforma. Definir los precios y las distintas modalidades de suscripción. Buscar interesados en impulsar el proyecto. Presentar e instalar la marca Realty.Net en el ámbito local (Rosario) de la administración inmobiliaria y de consorcios.
Responsable	Encargado de Marketing.
Indicadores de éxito	Aumento en la cantidad de clientes. Crecimiento regional de la marca.
Fecha inicio	01/01/2022
Fecha fin	01/01/2023

Plan Tecnológico	
Descripción	Realizar todos los análisis correspondientes a los requerimientos de la plataforma Desarrollar, testear e implementar la misma. Mantenerla actualizada
Responsable	Project Manager.
Indicadores de éxito	Producto finalizado. Calidad de la plataforma.
Fecha inicio	01/03/2022
Fecha fin	01/01/2023

Plan de comercialización	
Descripción	Mantener un contacto constante con los clientes de manera tal de armar relaciones a largo plazo para ofrecer diversos productos en el futuro. Buscar alianzas con distintos clientes que puedan funcionar como sponsors de la plataforma.
Responsable	Gerente/Dueño de la empresa.
Indicadores de éxito	Fidelización de los clientes. Creación de alianzas estratégicas.
Fecha inicio	01/03/2022
Fecha fin	01/01/2023

5.2 Programas específicos de acción

Plan de Marketing

Segmentación	
Descripción	Definir de forma precisa el nicho al cual apunta la plataforma y sus características que lo definen.
Responsable	Encargados del marketing.
Fecha inicio	01/01/2022
Fecha fin	01/03/2022

Precio	
Descripción	Definir la forma en que se monetiza el producto y las distintas alternativas que se presentan de acuerdo a las posibilidades económicas del sector.
Responsable	Encargados del marketing.
Fecha inicio	02/03/2022
Fecha fin	15/03/2022

Promoción Inicial	
Descripción	Definir la forma en que se promociona la marca y la plataforma. Búsqueda de inmobiliarias interesadas en impulsar el proyecto desde su origen. Realizar evento de presentación de la marca y plataforma. Contratar campañas de publicidad (Facebook Ads, Instagram, por ej.) Realizar avisos publicitarios.
Responsable	Encargados del marketing.
Fecha inicio	01/01/2023
Fecha fin	01/06/2023

Promoción Constante	
Descripción	Contratar campañas de publicidad (Facebook Ads, por ej.) Realizar campañas publicitarias.
Responsable	Encargados del marketing.
Fecha inicio	01/06/2023
Fecha fin	31/12/2024

Plan tecnológico

Análisis	
Descripción	Definir los requerimientos formales que debe cumplir la plataforma para satisfacer las necesidades determinadas en la etapa de análisis del mercado. Análisis de riesgos.
Responsable	Project Manager.
Fecha inicio	01/03/2022
Fecha fin	01/04/2022

Diseño	
Descripción	Definir la estructura de datos de la plataforma. Definir requerimientos de hardware. Definir las entradas y salidas. Definir la tecnología a utilizar. Armar cronogramas con puntos de revisión
Responsable	Project Manager.
Fecha inicio	02/04/2022
Fecha fin	01/05/2022

Desarrollo	
Descripción	Desarrollar la plataforma en base al análisis y diseño realizados en los puntos anteriores. Realizar pruebas unitarias y pruebas de integración. Asegurarse que el desarrollo cumpla con los estándares tecnológicos estipulados.
Responsable	Project Manager.
Fecha inicio	02/05/2022
Fecha fin	01/01/2023

Implementación y mantenimiento	
Descripción	Contratar los servidores e infraestructura necesaria para mantener la plataforma estable 24/7. Crear sitio web corporativo para promoción del servicio. Una vez finalizado los testeos, subir la versión final del producto a los mismos. Encargarse del mantenimiento de la plataforma.
Responsable	Project Manager.
Fecha inicio	02/01/2023
Fecha fin	31/12/2024

Actualización	
Descripción	Desarrollo de módulos adicionales. Corrección de errores que surjan en el uso de la plataforma. Aplicar, si surgen, todas aquellas herramientas que puedan mejorar la performance del sistema.
Responsable	Project Manager.
Fecha inicio	02/01/2023
Fecha fin	31/12/2024

Plan de comercialización

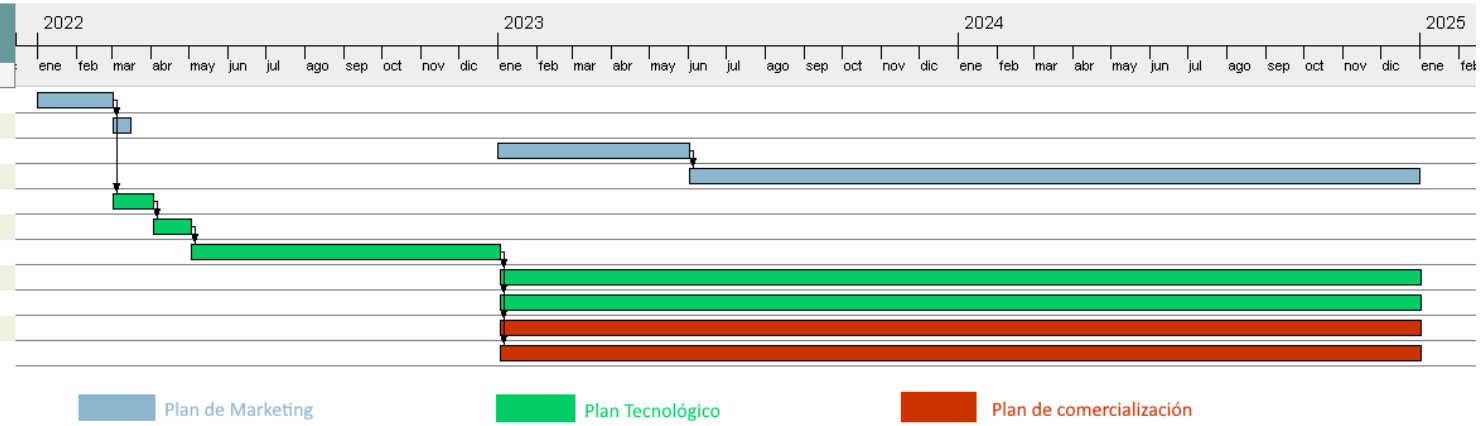
Atención al cliente	
Descripción	Realizar un seguimiento personalizado y constante de los clientes, sobre todo aquellos clientes nuevos. Mantener una mesa de ayuda y soporte 24/7. Realizar campañas de anuncios personalizados informando acerca de las diferentes novedades de la plataforma.
Responsable	Gerente de comercialización
Fecha inicio	02/01/2023
Fecha fin	31/12/2024

Búsqueda de Sponsors	
Descripción	Buscar de forma constante empresas interesadas en sponsorear la plataforma de manera tal que permita llegar a una mayor cantidad de clientes y le otorga más confianza a los mismos con respecto al uso de la plataforma. Realizar eventos corporativos.
Responsable	Gerente de comercialización
Fecha inicio	02/01/2023
Fecha fin	31/12/2024

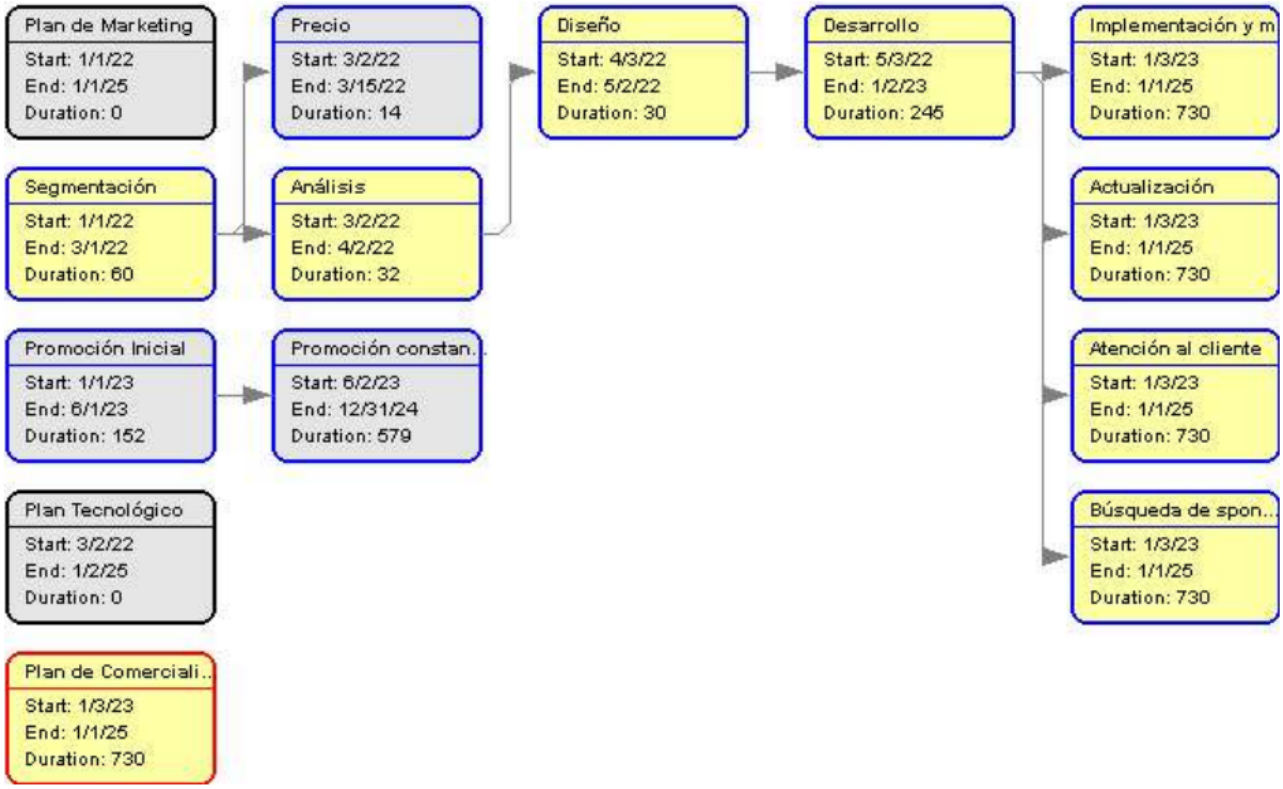
	Actividad	Inicio	Fin
1	**Plan de Marketing**		
1.1	Segmentación	01/01/2022	01/03/2022
1.2	Precio	02/03/2022	15/03/2022
1.3	Promoción Inicial	01/01/2023	01/06/2023
1.4	Promoción constante	02/06/2023	31/12/2024
2	**Plan Tecnológico**		
2.1	Análisis	01/03/2022	01/04/2022
2.2	Diseño	02/04/2022	01/05/2022
2.3	Desarrollo	02/05/2022	01/01/2023
2.4	Implementación y mantenimiento	02/01/2023	31/12/2024
2.5	Actualización	02/01/2023	31/12/2024
3	**Plan de comercialización**		
3.1	Atención al cliente	02/01/2023	31/12/2024
3.2	Búsqueda de sponsors	02/01/2023	31/12/2024

GANTT

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin
Segmentación	01/01/22	01/03/22
Precio	02/03/22	15/03/22
Promoción Inicial	01/01/23	01/06/23
Promoción constante	02/06/23	31/12/24
Análisis	02/03/22	02/04/22
Diseño	03/04/22	02/05/22
Desarrollo	03/05/22	02/01/23
Implementación y mantenimiento	03/01/23	01/01/25
Actualización	03/01/23	01/01/25
Atención al cliente	03/01/23	01/01/25
Búsqueda de sponsors	03/01/23	01/01/25



PERT


Plan de Marketing
Start: 1/1/22
End: 1/1/25
Duration: 0
Precio
Start: 3/2/22
End: 3/15/22
Duration: 14
Diseño
Start: 4/3/22
End: 5/2/22
Duration: 30
Desarrollo
Start: 5/3/22
End: 1/2/23
Duration: 245
Implementación y m
Start: 1/3/23
End: 1/1/25
Duration: 730
Segmentación
Start: 1/1/22
End: 3/1/22
Duration: 60
Análisis
Start: 3/2/22
End: 4/2/22
Duration: 32
Actualización
Start: 1/3/23
End: 1/1/25
Duration: 730
Promoción Inicial
Start: 1/1/23
End: 6/1/23
Duration: 152
Promoción constan..
Start: 6/2/23
End: 12/31/24
Duration: 579
Atención al cliente
Start: 1/3/23
End: 1/1/25
Duration: 730
Plan Tecnológico
Start: 3/2/22
End: 1/2/25
Duration: 0
Búsqueda de spon...
Start: 1/3/23
End: 1/1/25
Duration: 730
Plan de Comerciali..
Start: 1/3/23
End: 1/1/25
Duration: 730

6 Plan de marketing
6.1 Objetivos

Objetivos a corto plazo:

- Alcanzar a, por lo menos, entre el 50 y 70% del mercado objetivo con la plataforma ofrecida.
- Desarrollar un amplio plan de marketing y publicidad de manera tal de dar a conocer la marca Realty.Net entre las inmobiliarias.
- Comenzar a obtener una rentabilidad mensual que sirva de base para impulsar reformas o posteriores versiones del producto.
- Alcanzar un nivel de satisfacción óptimo entre los clientes respondiendo de manera veloz todas sus consultas y solucionando todos sus inconvenientes.
- Asegurar la fidelidad mayor al 80% de los clientes en la plataforma durante el primer año. Evitar que los mismos rechacen el producto y opten por alguna otra alternativa.
- Crecer al menos 10% mes a mes la base de clientes asociados a Realty.Net.

Objetivos a largo plazo:

- Alcanzar el 100% del mercado objetivo.
- Instalar la marca Realty.Net de manera definitiva en el rubro inmobiliario de manera tal de ir ofreciendo nuevos productos o servicios complementarios al producto principal.
- Conseguir que Realty.Net sea asociado con el concepto de una plataforma eficiente y de vanguardia tecnológica.
- Ampliar los horizontes del producto ofreciendo no solo en Rosario sino también en otras ciudades importantes de la Argentina.

6.2 Objetivos esperados en materia de cobertura y participación



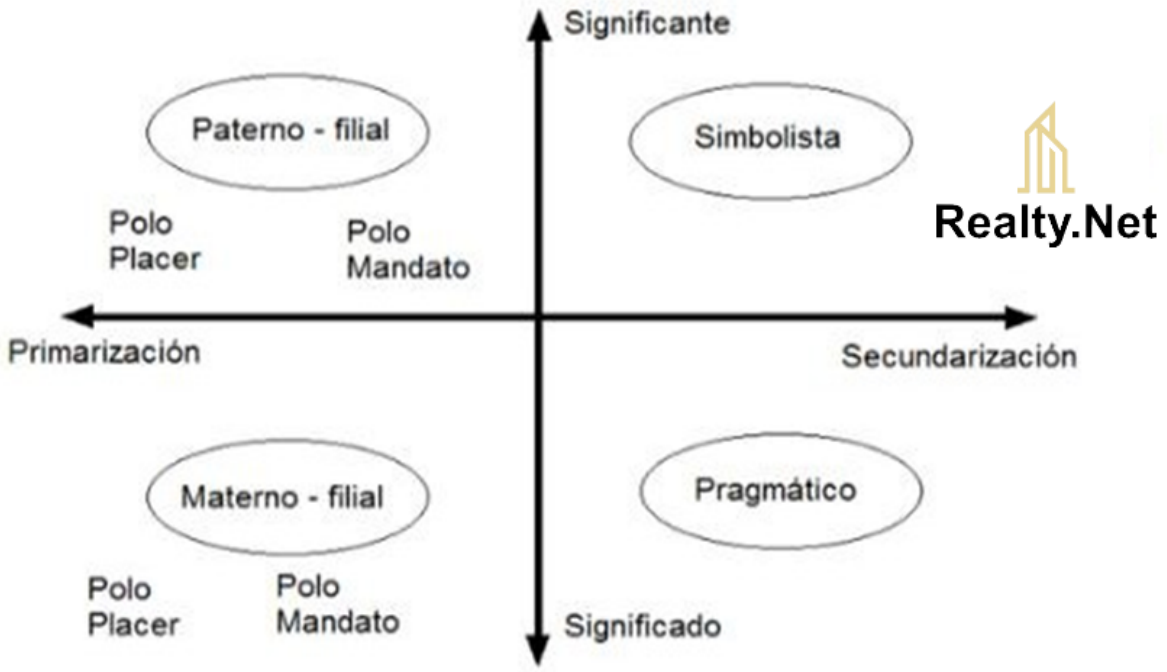
Para este producto se decide realizar una campaña de Marketing concentrado (de nicho) enfocándose en un solo segmento del mercado. Resulta útil cuando los recursos de la empresa no son demasiado altos, como en el caso de Realty.Net, y resulta más eficaz y más eficiente cuando se conoce con detalle el mercado. Es por eso que se decide implementar una estrategia de marketing concentrado para lograr posicionar a la marca y atraer clientes. Entre los resultados esperados se encuentran:

- Agrandar el límite geográfico establecido en la segmentación (Zona centro de Rosario) de manera tal de ir, poco a poco, estableciendo el producto en toda la ciudad de Rosario.

- Una vez lograda la expansión en la ciudad, eliminar la restricción geográfica e impulsar el producto en las otras grandes ciudades de la argentina como Buenos Aires y Córdoba, grandes centros inmobiliarios del país.

- Ser un referente en el rubro inmobiliario. Lograr asociar Realty.Net a desarrollo e innovación tecnológica.

6.3 Metas de posicionamiento



(Mapa Vincular - Clínica empresaria, Gerardo Soporosi 1999)

Realty.Net, de acuerdo al mapa vincular, se posiciona dentro del marco simbolista, ya que se busca crear una imagen dentro de la mente del cliente de que el servicio representa una solución práctica, con muy bajos costos, y veloz. Se apoya más en el significante que en el significado, ya que prioriza los objetivos a alcanzar, dando la posibilidad de elegir y calificar brindando un alto nivel de variabilidad y funcionalidad.

También se busca:

- Distinguirse de otras empresas con un servicio innovador.
- Ser la primera opción al momento de decidir al ofrecer disponibilidad inmediata y un servicio confiable.
- Obtener reconocimiento por la calidad del servicio y su valor agregado.

6.4 Producto. Estrategia de producto.

6.4.1 Describa el producto/servicio. (Qué es y que no es)

- Realty.Net es una solución B2B (Business-to-Business)

- Realty.Net es una plataforma de vanguardia tecnológica que brinda soporte y eficiencia a todas las actividades que surgen de la operativa diaria de una inmobiliaria.

- Realty.Net es un producto multiplataforma que podrá ser utilizado desde diversos dispositivos con el solo requisito de una conexión de internet activa.

- Realty.Net permite la integración más cercana y fiel entre las inmobiliarias y sus clientes finales permitiendo el envío de emails de manera automática, por ejemplo.

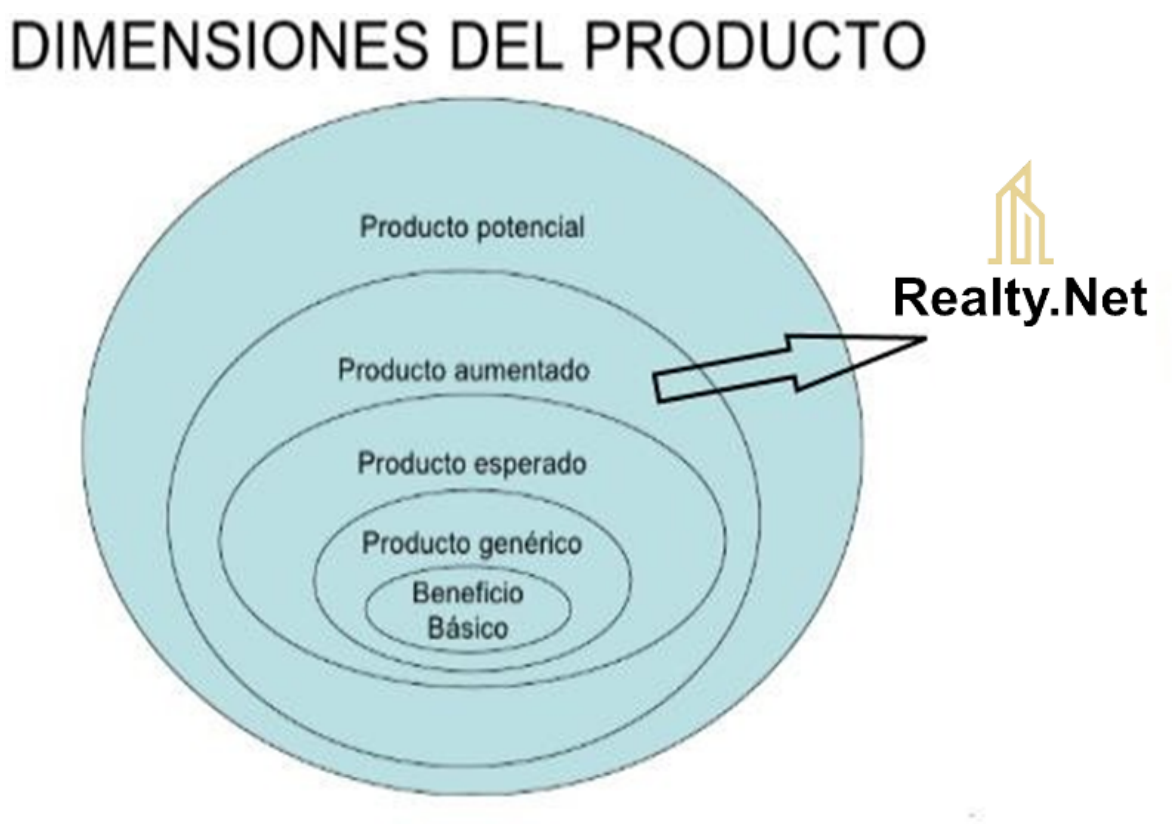
- Realty.Net es una plataforma que permite la creación de redes inmobiliarias de manera tal de conectar dos o más inmobiliarias entre sí de manera tal de brindar una solución a la necesidad de sus clientes finales más allá del dominio de propiedades de cada inmobiliaria en particular.

- Realty.Net le otorga a cada inmobiliaria una página web propia de manera tal de desligar a las inmobiliarias de este costo adicional y su mantenimiento correspondiente.

- Realty.Net **no es** una plataforma de cobro directo de servicio. No maneja efectivo de manera real. Solo registra transacciones ya realizadas o a realizarse por cuenta y orden de cada inmobiliaria en particular. Es sólo informativo.
- Realty.Net **no es** un producto destinado a recaudar mediante el mantenimiento o mesa de ayuda. Todo lo complementario al producto principal (atención 24/7, mesa de ayuda, etc..) no conlleva costo alguno.

- Realty.Net **no tiene** comunicación con ningún organismo recaudador ya sea provincial o nacional. Los datos cargados en el sistema son total y absoluta responsabilidad de los clientes.

- Realty.Net **no ofrece ni comercializa**, bajo ningún punto de vista, ningún producto o servicio terciarizado.



Realty.Net se ubica en la dimensión del **producto aumentado** ya que brinda mejores formas de solucionar problemas en la actividad diaria inmobiliaria, además de ofrecer rapidez en la solución de problemas mediante el soporte o mesa de ayuda 24/7. Además, se asegura una disponibilidad completa del producto en cualquier horario y día, y desde cualquier dispositivo conectado a internet.

6.4.2 ¿Es un producto/servicio durable, estacional?

Es un producto durable para aquellas inmobiliarias que realizan a menudo actividades tales como el cobro de alquileres, la confección de contratos, la venta de propiedades, etc.. Así como también lo es para los administradores de consorcio que realizan de forma diaria el balance de gastos ordinarios, extraordinarios, etc..

6.4.3 ¿Cuáles son las características de su producto/servicio que usted considera influyen sobre la decisión de compra?

- Disponibilidad 24/7
- Portabilidad de dispositivos
- Velocidad
- Intuitivo
- Atractivo visualmente
- Seguro
- Gran cantidad de funcionalidades
- Distintos planes de suscripción. Solo se paga por lo que se utiliza.
- Inexistencia de costos adicionales
- Interconexión entre inmobiliarias
- Soporte y mesa de ayuda permanente

$$PF + PI > PE$$

Producto Físico + Producto Imaginario > Producto Económico

- Producto físico: Es representado por el software en sí.
- Producto imaginario: Es lo que un usuario espera recibir de Realty.Net.
- Producto económico: Es el costo de utilización del software ofrecido por Realty.Net.

6.4.4 ¿Existen estudios que respalden sus hipótesis?

La implantación de las últimas tecnologías en el sector inmobiliario avanza a pasos agigantados. Las innovaciones afectan a todos los procesos del sector, desde el diseño de los espacios hasta la forma de captación de clientes para la venta y alquiler de viviendas. Es lo que se conoce como “PropTech”, la industria tecnológica que contribuye a crear valor añadido en el sector inmobiliario.

Las actividades inmobiliarias tienen un gran peso en nuestro país. La digitalización y tecnología han permitido dar un giro innovador a muchas compañías en sus diferentes áreas de negocio. Un estudio realizado por Finnovating[8] afirma que alrededor del 90% de las empresas considera la digitalización como un factor relevante para su industria; así mismo, un 43%de las empresas PropTech invierte hoy en día en el desarrollo de las nuevas tecnologías frente a un residual 5,5% de inversión que realizan las tradicionales del sector.

PropTech es un término europeo que, originalmente, era ReTech (Real Estate Technology) pero, conforme creció el interés por esta nueva modalidad de transacciones, adquirió un nombre que es muy utilizado, sobre todo, por los millennials. “Son las firmas que tienen productos o servicios innovadores que impactan en la cadena de valor de la industria de los bienes raíces. Y en todo el ciclo de la industria: desde el momento en que un arquitecto diseña un proyecto inmobiliario, pasando por la tecnología que una empresa constructora puede incorporar en su trabajo, siguiendo por las herramientas digitales que los developers o un bróker pueden incorporar para vender sus proyectos, terminando en el consumidor final que cada vez exige nuevas formas online para buscar, comprar, financiar o administrar su bien inmueble”, define Andrea Rodríguez Valdez, directora de la plataforma MKTRe (Marketing en Real Estate).

El uso de la realidad virtual para la visualización y comercialización de los inmuebles, software de gestión, sistemas domóticos o el internet de las cosas se han convertido en herramientas indispensables en el sector, aunque el potencial de crecimiento de estas nuevas tecnologías en el sector es, según los analistas, impresionante.

Estas nuevas tecnologías ya permiten conocer promociones que aún no ha empezado a construirse, comprobar cómo será una vivienda una vez rehabilitada, decorar una casa de manera virtual para elegir los muebles adecuados, pasear de forma virtual por una vivienda para conocerla a fondo, y un largo etcétera de posibilidades que en un futuro permitirán elegir una vivienda por medio de una aplicación desde un Smartphone, una Tablet o un ordenador. Todo ello sin que la distancia ni el tiempo importen demasiado.

Además, la experiencia demuestra que el uso de las nuevas tecnologías no solo facilita la posibilidad de acceso a la visualización de un inmueble, sino que acelera su venta o alquiler, según confirman los datos obtenidos en países como Estados Unidos y Gran Bretaña, pioneros en el uso de las nuevas tecnologías en el sector inmobiliario.

La experiencia demuestra que la posibilidad de acceder a una vivienda en modo virtual y la opción de decorarla también virtualmente multiplica las opciones de venderla o alquilarla, ya que muchos más clientes potenciales tienen acceso remoto. Otra enorme ventaja del uso de las últimas herramientas tecnológicas es el hecho de que el tiempo de venta o alquiler es muy inferior, en comparación con los métodos tradicionales.

- **Realidad virtual:** Gracias a la panorámica 360º y a los vídeo drones, los usuarios cuentan con la posibilidad de tener una experiencia in situ antes de tomar cualquier decisión.

- **Inteligencia artificial:** Intenta analizar comportamientos inteligentes, así como la capacidad de decisión del ser humano, mediante el aprendizaje profundo y el análisis predictivo.

- **Big Data:** Gracias al estudio de los datos, el Big Data ofrece la posibilidad de interpretar el comportamiento de los consumidores en el mercado.

- **Marketing online:** Supone la apuesta por los contenidos de calidad y el buen posicionamiento de la compañía, suscitando así el interés del usuario.

- **Blockchain:** Es un intercambio de activos que fomenta las transacciones entre iguales, las transferencias de propiedad o la financiación.

6.5 Precio. Estrategia de precios

6.5.1 Condicionantes del precio



- La competencia es un gran condicionante del precio ya que el producto apunta a ser más barato que el de nuestros competidores.

- El paquete de producto es un condicionante también. Recordar que el producto se ofrece en tres tipos de paquetes de suscripción a precios diferentes, cada uno con distintas funcionalidades.

- La situación actual del país y sobre todo del sector inmobiliario condiciona el techo del precio del producto.

- Los gastos semifijos y fijos tales como el salario de los integrantes de la empresa y el costo de mantenimiento de la empresa son de suma importancia ya que el precio del producto debe satisfacer las necesidades de los inversores y ofrecer un retorno viable.

- Los gastos variables como los impuestos, las cargas, etc.. también contribuyen al precio del producto.

6.5.2 Estrategia de precios

	Precios Bajos	Precios Altos
Estrategia Activa	● Productos indiferenciados ● Consumo Masivo ● Calidad media ● Alta rotación	● Mercados pequeños ● Productos de alta calidad ● Productos personalizados
Estrategia Pasiva	● Calidad inferior ● Marca como segunda opción ● Producto de no marca	● Alta diferenciación ● Impacto de prestigio ● Asociación con estilos de vida transgresores.

Para Realty.Net se selecciona una estrategia activa de precios ya que toma a la comunicación y política del negocio como protagonista.

Precios de los paquetes de suscripción

- Paquete Básico: 50 USD
- Paquete Exclusivo: 60 USD
- Paquete VIP: 70 USD

6.6 CIM Comunicaciones integradas de marketing

6.6.1 Descripción de la planificación estratégica de las acciones de comunicación

Marketing Directo: La empresa realizará al momento de lanzar el proyecto, un evento en el cual invita a las principales inmobiliarias del sector para dar a conocer la plataforma y sus funcionalidades. De esta manera, se comienza a construir un vínculo directo con los clientes para que confíen en la solución que Realty.Net ofrece.

Merchandising: A través de folletos biodegradables la empresa intenta hacerse conocida en la ciudad. Los folletos tendrán información acerca de la plataforma y sus funcionalidades, junto con el testimonio de los principales aliados, como así también la descripción de una estrategia de Marketing Sustentable. Estos folletos se repartirán en todas las inmobiliarias de la ciudad.

Redes Sociales: La empresa tiene una participación activa en las dos principales redes sociales: Facebook y Twitter. Los perfiles se mantienen actualizados y se comparte no sólo información acerca de la plataforma sino también diversos artículos de interés para el rubro.

Publicidad web: La estrategia está basada en la participación a través de banners en los principales medio digitales de la región y portales inmobiliarios tanto regionales como nacionales

6.6.2 Diseño de Sitio Web (7 "C" y pantallas descriptivas)

Contexto: Relacionado con la distribución y el diseño del sitio. Se define como toda la temática digital en el sitio (texto, descripción, vídeo, audio, gráficos) así como la forma en que se representa. Se dividen las secciones principales, las herramientas de navegación se encuentran bien marcadas y se utiliza un esquema de colores azules y tonos blancos que denotan elegancia, equilibrio y estabilidad.





Contenido: El sitio distribuye la información de manera simple y fácil de comprender para el usuario, además de que dicha información es actualizada de manera permanente. Lo que propone Realty.Net es una interfaz completa y con toda la información necesaria para que los clientes obtengan la información dispuesta de una manera sencilla y entendible para todos.

Comunidad: Para lograr una efectiva comunicación entre los clientes y la empresa, se brinda toda la información necesaria para contactar con la empresa y además, se ofrece la posibilidad de utilizar un chat en tiempo real para comunicarse con algún miembro de la empresa.

Conversión: Capacidad del sitio para adaptarse a las distintas necesidades del usuario y permitir que estos personalicen a su gusto. En Realty.Net todos los clientes pueden elegir el nombre de usuario y la foto de perfil.



Comunicación: Se incluye información para enviar un formulario de atención al cliente, donde se pueda hacer llegar las dudas y opiniones por medio de un correo electrónico. A su vez también se ofrece un chat en tiempo real.



Conexión: Se refiere a las conexiones que tiene el sitio con otras páginas o sitios web. La empresa tiene perfiles en las principales redes sociales como Facebook y Twitter.

Comercio: Realty.Net utiliza la plataforma para la suscripción y los cobros mensuales, brindando absoluta seguridad y transparencia.



7 Operaciones

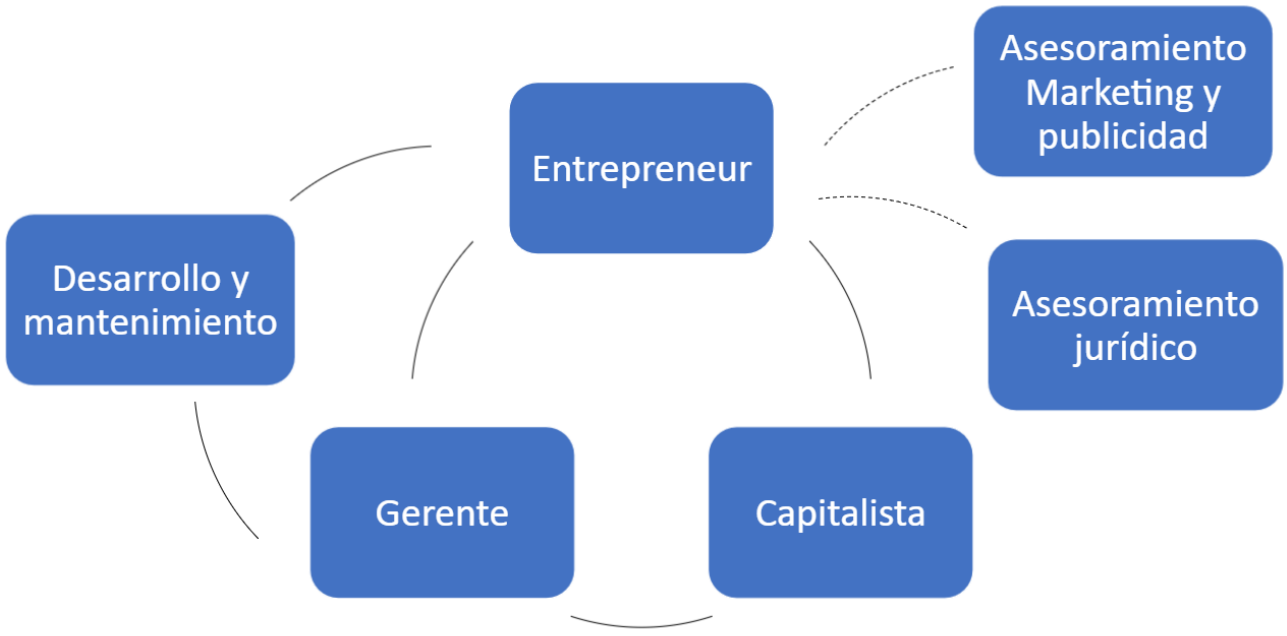
7.1 Organización de la empresa

La empresa, en sus inicios, cuenta con una estructura sencilla compuesta por un líder de proyecto e ideador del producto, junto con dos desarrolladores más. Entre los tres se desarrolla la plataforma en su versión inicial. Se hace gran hincapié en la necesidad por parte de todos los integrantes de la empresa con respecto al conocimiento del rubro inmobiliario y de la totalidad del producto a ofrecer.

Los temas relacionados con la dimensión de lo legal son derivados a otra persona independiente contratada sin horarios fijos ni horas por día fijas. Su trabajo es a demanda para la empresa a cambio de un salario mensual por una cantidad establecida de horas de asesoramiento. Esta persona es la encargada de realizar los términos y condiciones, políticas de privacidad, patentamiento de la marca y asesoramiento legal y jurídico por y para la empresa.

La contabilidad y recursos humanos también se encuentran a cargo de otra persona que trabaja de manera independiente interviniendo cuando sea necesario. También se encarga de los temas tributarios junto con la liquidación de los salarios de los desarrolladores. Cobra un sueldo mensual por una cantidad de horas mensuales establecida.

Las campañas de marketing y publicidad se tercerizan contratando a una empresa especializada y con mucha más experiencia en el área de manera tal que permita una comunicación más eficiente de los objetivos y atributos del producto.



7.2 Grupo fundador, composición del directorio, principales accionistas

La idea original del producto surge del líder del proyecto quien se encarga de buscar dos desarrolladores capaces para llevar a cabo la plataforma de manera eficiente y en un

tiempo no muy extenso. Si bien los roles están claros y determinados, tanto el líder del proyecto como los desarrolladores poseen un extenso conocimiento del producto y del rubro inmobiliario en general, por ende todos los participantes encargados de darle vida a la plataforma aportan sus ideas y consideraciones para mejorar los procesos de creación y mantenimiento.
Esto lleva a pensar también en un grupo de perfil totalmente multidisciplinario permitiendo así transformar la tendencia de crecimiento en diferentes áreas o sectores de la organización, es decir está compuesto de perfiles profesionales variados y complementarios, todos los cuales poseen una excelente experiencia de su profesión.
El principal articulador de la empresa es el líder del proyecto quien además es el encargado de resolver temas tales como las reuniones con el asesor legal o el contador.

7.3 Composición del staff gerencial y perfil de los ejecutivos claves

ROL	Director general - Entrepreneur
OBJETIVO	Lograr el correcto funcionamiento de la empresa en todas sus áreas y lograr que todo se desarrolle de acuerdo a lo planeado.
TAREAS	Articular las distintas áreas de la empresa. Mantener reuniones con los demás gerentes de la empresa. Supervisar el diseño y desarrollo de la plataforma junto con sus alcances.
EDAD	Mayor de 25 años, con al menos 5 años de experiencia.
SEXO	Indistinto
SECTOR	Dirección general
REMUNERACIÓN	-

ROL	Gerente de sistemas - Líder del equipo de desarrollo
OBJETIVO	Cumplir con los tiempos establecidos en la planificación de la plataforma, asegurar su correcto funcionamiento y mantenimiento de la plataforma.
TAREAS	Liderar el equipo de desarrollo para no desviarse de los objetivos. Desarrollar el mismo los hitos más importantes. Testear e idear mejoras en el producto ya desarrollado.
EDAD	Mayor de 25 años, con al menos 5 años de experiencia.
SEXO	Indistinto
SECTOR	Desarrollo y mantenimiento
REMUNERACIÓN	-

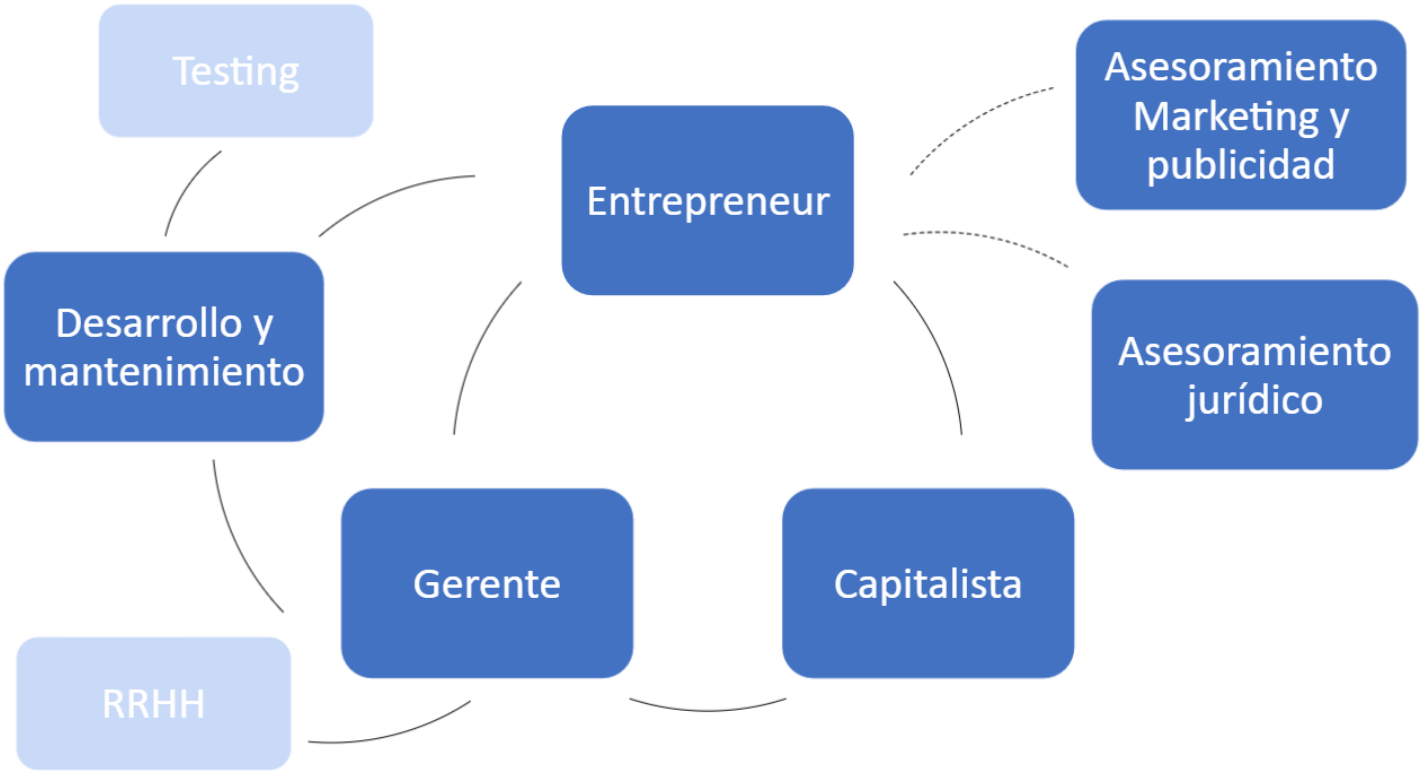
ROL	Asesor legal y jurídico
OBJETIVO	Asegurar la legalidad en el ejercicio de la empresa y todos sus integrantes junto con la marca Realty.Net y la plataforma asociada.
TAREAS	Asesorar a la empresa en temas legales y jurídicos que puedan surgir. Patentar la marca Realty.Net. Mantener actualizado a la empresa de reformas que puedan hacerse en las leyes y códigos.
EDAD	Mayor de 30 años, con al menos 5 años de experiencia.
SEXO	Indistinto
SECTOR	Legal y jurídico
REMUNERACIÓN	-

ROL	Asesor RRHH y contabilidad
OBJETIVO	Asegurar el correcto funcionamiento en materia tributaria y contable de la empresa y todos sus integrantes.
TAREAS	Asesorar a la empresa en temas tributarios. Liquidar los sueldos de todos los empleados de la empresa. Liquidar los impuestos correspondientes a la actividad de la empresa.
EDAD	Mayor de 30 años, con al menos 5 años de experiencia.
SEXO	Indistinto
SECTOR	RRHH y contabilidad
REMUNERACIÓN	-

ROL	Empresa asesora en marketing y publicidad
OBJETIVO	Instalar la marca Realty.Net en el ámbito inmobiliario y aumentar las ventas de la plataforma.
TAREAS	Realizar campañas de marketing y publicidad que logren llegar a la mayor cantidad de inmobiliarias posible. Resaltar los atributos de la marca y la plataforma.
EDAD	Empresa con al menos 10 años de experiencia
SEXO	-
SECTOR	Marketing y publicidad
REMUNERACIÓN	-

7.4 Estructura prevista al lanzamiento y evolución

Con la evolución de la empresa se separará el testing del área de Desarrollo y mantenimiento y se genera un área de RRHH.



7.5 Filosofía y sistema de trabajo

Todos los empleados de Realty.Net presentan un compromiso de seriedad y profesionalismo extremo. Se enaltece el grado de pertenencia de cada uno de los integrantes de la empresa, haciéndolos sentir parte de la plataforma desde sus cimientos. Todas las partes de la empresa funcionan con estrictos estándares éticos y morales.

El trato de la mejor manera posible hacia los clientes es esencial, de manera tal de convertirlos en aliados tecnológicos. La empresa en su totalidad está dispuesta a escuchar sugerencias y críticas por parte de las inmobiliarias clientes.

La capacitación tecnológica por parte de todos los desarrolladores es constante, atendiendo el ingreso al mercado de nuevas tecnologías aplicables a la plataforma para mejorar su rendimiento.

La seguridad y el resguardo de los datos de los clientes es primordial de manera tal que ellos puedan confiar plenamente en la empresa.

Todos los asesores (Legales, RRHH, etc..) tienen capacidad de sobra para ejercer sus funciones. Esta afirmación se sustenta sobre todo en sus extensas trayectorias y sus capacidades éticas y morales que las respaldan.

La empresa de marketing contratada es una empresa con amplia trayectoria y vista de

manera excepcional en el mercado. Posee una gran cartera de negocios y clientes para los cuales han ofrecido sus servicios de manera excepcional.

- Compromiso con el cliente y su negocio
- Ética profesional
- Flexibilidad y rapidez
- Excelentes relaciones interpersonales
- Confiabilidad y confidencialidad
- Integridad

7.6 Requerimientos en materia de RRHH: descripción de la plantilla en los distintos momentos de la evolución de la estructura.

Todos los integrantes de la empresa deben tener inculcados de manera profunda valores tales como el trabajo en equipo, solidaridad, colaboración, respeto hacia los clientes y la innovación constante.

Al principio del desarrollo es de suma importancia el trabajo en equipo junto con la integración de los conocimientos individuales para poder llevar a cabo el proyecto de forma eficiente y eficaz.

Al momento de la implementación deben aflorar valores tales como el respeto al cliente y la humildad necesaria para admitir errores o posibles desvíos en el producto original.

Para mantener el producto y la imagen de la empresa en el tiempo, todos los integrantes de la misma deben promover la mejora continua y la retroalimentación de los procesos para detectar posibles errores y mejorar la eficiencia de la empresa como un todo.

Realty.Net define un análisis y descripción de los puestos de trabajo (ADP), lo cual ayuda a definir de una manera clara y sencilla las tareas que se realizan y los factores que son necesarios para llevarlas a cabo con éxito, ya que estas en gran medida determinan el éxito o fracaso de los procesos de la organización.

Así, vemos notoriamente que tener una herramienta clara y sencilla determinará:

- **Procesos de selección:** Cuando se selecciona a alguien lo que se hace es establecer los requisitos necesarios que ha de tener un candidato para desempeñar de manera eficaz un puesto de trabajo y, sobre la base de esa información, desarrollar todo el proceso de selección propiamente dicho (plantearse qué técnicas se van a utilizar, qué pruebas van a pasar, cómo se va a enfocar la entrevista, etc.) Así pues, los perfiles profesionales se basan en los requerimientos y exigencias que un determinado puesto va a imponer a quien lo desempeñe. En este sentido la utilización de este sistema es indispensable. De aquí se puede deducir también su importancia para el reclutamiento, pues en él especificamos las características o exigencias que debe tener un candidato para desempeñar ese puesto de manera eficaz. Y las preguntas que cabe plantearse son: ¿Cómo se recluta al personal?, ¿cómo se realiza un proceso de selección si ni siquiera conoce lo que el propio puesto impone a su ocupante?

- **Planes de carrera y promoción:** A la hora de planificar la carrera de un profesional dentro de la organización es necesario conocer las necesidades futuras que tiene la compañía y qué requisitos son necesarios para satisfacer y responder a tales necesidades. En este sentido es necesario saber qué puestos se necesitan, qué puestos se van a crear, por qué se consideran necesarios y qué características han de tener aquellas personas que ocupen estos puestos.

- **Valoración de puestos de trabajo:** La valoración de puestos es un procedimiento que proporciona información acerca del valor o el "peso" específico que un determinado puesto tiene, cuestión fundamental a la hora de establecer retribuciones. Para hacer una valoración de puestos es necesario la información aportada por el ADP. Si no se sabe cuáles son las tareas de un puesto de trabajo, ¿cómo se pueden determinar sus valores?

- **Evaluación del desempeño:** Para evaluar o medir el desempeño de un trabajador es necesario conocer con exactitud cuáles son las tareas que realiza, cuáles son sus funciones y cuáles son sus objetivos. Si se tiene esta información, ¿qué variables se van a utilizar para medir su eficiencia?

- **Formación:** Para planificar la formación necesaria para un trabajador, es imprescindible saber lo que hace, cómo lo hace y dónde lo hace, para poder así determinar qué capacidades, aptitudes y conocimientos tiene, en cuáles muestra carencia y en función de ello proporcionarle la formación necesaria.

- **Determinación de la responsabilidad:** Un análisis y descripción de puestos da información acerca de las responsabilidades y competencias, lo cual reduce la incertidumbre que en muchas ocasiones tiene el trabajador evitando el desempeño de un rol distinto al que realmente posee.

- **Clasificación y ordenación de puestos:** Como anteriormente se menciona, la información obtenida en el ADP sirve para clasificar y ordenar todos los puestos de la organización y sobre la base de ello establecer la estructura retributiva.

8 Plan Financiero-Económico
8.1 Modelo de ingresos

De acuerdo al cronograma de trabajo, se estima que Realty.Net comience a obtener un flujo de ingresos a partir del segundo semestre. El primer semestre está dedicado específicamente al desarrollo de la plataforma.
A partir del segundo semestre, se estima que los clientes comienzan a incrementar paulatinamente hasta poder, al final del ciclo establecido (6 semestres) alcanzar el total de clientes definido en el momento de la segmentación (132 inmobiliarias). A fin del ciclo también se estima poder captar al menos 30 inmobiliarias que no estaban en la segmentación original.
El flujo de ingresos principal está establecido por el cobro mensual de la suscripción de los clientes. Recordemos que existen tres tipos de paquetes de suscripción diferentes con distintos costos y funcionalidades.

- Paquete Básico: 50 USD
- Paquete Exclusivo: 60 USD
- Paquete VIP: 70 USD

Clientes por Semestre:

Semestre	Plan Básico	Plan Exclusivo	Plan VIP	Total Clientes
2	20	5	5	30
3	35	10	10	55
4	50	15	5	70
5	70	25	10	105
6	110	25	25	160

Ingresos por Semestre (en USD):

Semestre	Plan Basico (USD)	Plan Exclusivo (USD)	Plan VIP (USD)	Total Ingresos (USD)	
1	-	-	-	-	9.900
2	6.000	1.800	2.100	9.900	
3	10.500	3.600	4.200	18.300	40.800
4	15.000	5.400	2.100	22.500	
5	21.000	9.000	4.200	34.200	86.700
6	33.000	9.000	10.500	52.500	
Totales	85.500	28.800	23.100	137.400	

8.2 Modelo de egresos

En Realty.Net trabajan tres desarrolladores. Uno es el líder del proyecto y principal inversor. Los otros dos se contratan con jornadas de 6 hs diarias. El asesoramiento contable y jurídico se terceriza a una persona ajena a la empresa por una cuota mensual de horas de asesoramiento.
El modelo de egresos tiene en cuenta los sueldos de los trabajadores, el asesoramiento externo, las cargas sociales y el SAC correspondiente.

- Sueldo líder: 700 USD
- Sueldo desarrollador 1: 500 USD x mes
- Sueldo desarrollador 2: 500 USD x mes
- Asesoramiento contable: 100 USD x mes
- Asesoramiento jurídico: 100 USD x mes

Las cargas sociales se calculan sobre un 14% del sueldo mensual.

Egresos por semestre (en $USD):

Las remuneraciones mensuales se calculan sumando los sueldos de cada empleado + las cargas sociales correspondientes + el SAC correspondiente a cada semestre.

A las remuneraciones de los empleados y el asesoramiento, se le suma el concepto de **Gastos Fijos**, el cual implica todos los gastos necesarios para mantener la oficina funcionando (Impuestos, tributos, remodelaciones necesarias, etc..)

Se destina un monto a **Marketing** para la promoción de la plataforma.

Semestre	Lider (USD)	Empleado 1 (USD)	Empleado 2 (USD)	Asesoramiento Juridico	Asesoramiento Contable	Gastos Fijos (USD)	Marketing (USD)	Totales (USD)
1	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500		15.178
2	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500	1.000	15.178
3	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500	1.000	15.178
4	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500	1.000	15.178
5	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500	1.000	15.178
6	5.138	3.670	3.670	600	600	1.500	1.000	15.178
Totales	30.828	22.020	22.020	3.600	3.600	9.000	5.000	96.068

Total Egresos: 96068 $USD

8.3 Modelo de inversión

La inversión necesaria para el desarrollo de la plataforma está compuesta en su gran mayoría por los sueldos durante el primer año entre los cuales se incluye el primer semestre desarrollo durante los cuales el producto no obtendrá ingresos (1er semestre). Además, se incluye la compra de los activos necesarios para el desarrollo tales como computadoras, muebles, etc..
También se incluye el precio de la campaña de marketing para el lanzamiento de la plataforma de manera tal de poder obtener clientes de manera más rápida.
La inversión consiste en todo lo necesario para el primer año de funcionamiento.

Inversión	Monto ($USD)
Computadoras (3)	3.000,00
Sueldos 1er año	24.956,00
Asesoramiento 1er año	2.400,00
Muebles y útiles	1.000,00
Marketing 1er año	1.000,00
Mantenimiento 1er año	3.000,00
Total	**35.356,00**

Total Inversión: 35356 $USD.

8.4 Amortizaciones y Depreciaciones (En $USD)

Los valores de amortización y depreciación de Realty.Net se basan en la tabla que establece la agencia tributaria para aquellos autónomos que tributen en estimación directa simplificada.

Equipo	Valor actual	Amortización	Años	Depreciación
Computadora x3	3.000,00	26%	3	2.340,00
Muebles y útiles	1.000,00	26%	3	780,00

8.5 Impuesto a las Ganancias

El impuesto a las ganancias se calcula con una alícuota del 35% sobre el resultado del ejercicio anual. A continuación se detalla anualmente los importes de ganancias y de impuestos que se deben pagar

	1er año	2do año	3er año	Totales
Ingresos	9.900,00	40.800,00	86.700,00	137.400,00
Egresos	- 31.356,00	- 32.356,00	-32.356,00	- 96.068,00
Neto	- 21.456,00	- 8.444,00	54.344,00	24.444,00
Impuesto		- 2.955,40	-19.020,40	- 21.975,80
Utilidad		5.488,60	35.323,60	40.812,20

Total imp. a las ganancias: 21975 $USD.

8.6 Impuestos a los ingresos brutos

Los ingresos brutos se pagan por toda actividad habitual onerosa que realicen las personas, asociaciones u organizaciones. Se calcula el impuesto aplicando la alícuota que para cada actividad establece la Ley Impositiva Anual y de acuerdo al monto total facturado en el mes. Las alícuotas van desde el 1% al 6% dependiendo de la actividad y la jurisdicción. Dicho porcentaje es sobre las ventas brutas que realice el negocio o emprendimiento.

Para Realty.Net, el impuesto a los ingresos brutos se calcula con una alícuota del 3,6% sobre los ingresos del ejercicio anual.

	1er año	2do año	3er año	Totales
Ingresos	9.900,00	40.800,00	86.700,00	137.400,00
Impuesto	- 356,40	- 1.468,80	- 3.121,20	- 4.946,40
Utilidad	9.543,60	39.331,20	83.578,80	132.453,60

Total IIBB: 4946,4 $USD.

8.7 Remuneraciones y cargas sociales

Remuneraciones mensuales (en $USD):

Empleado	Sueldo/hora (USD$)	Horas/dia	Total Sueldo	Cargas Sociales	Total Egreso
Líder	5,30	6	700,00	98,00	798,00
Empleado 1	3,78	6	500,00	70,00	570,00
Empleado 2	3,78	6	500,00	70,00	570,00
Asesoramiento Contable			100,00	-	100,00
Asesoramiento Jurídico			100,00	-	100,00
		Totales	2.200,00	280,00	2.480,00

*A estos valores hay que agregarle el SAC correspondiente.

Remuneraciones por semestre (En $USD):

Semestre	Sueldos	Cargas Sociales	Sac	Total
1	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
2	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
3	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
4	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
5	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
6	10.200,00	1.428,00	850,00	12.478,00
Totales	61.200,00	8.568,00	5.100,00	74.868,00

8.8 Presupuesto financiero

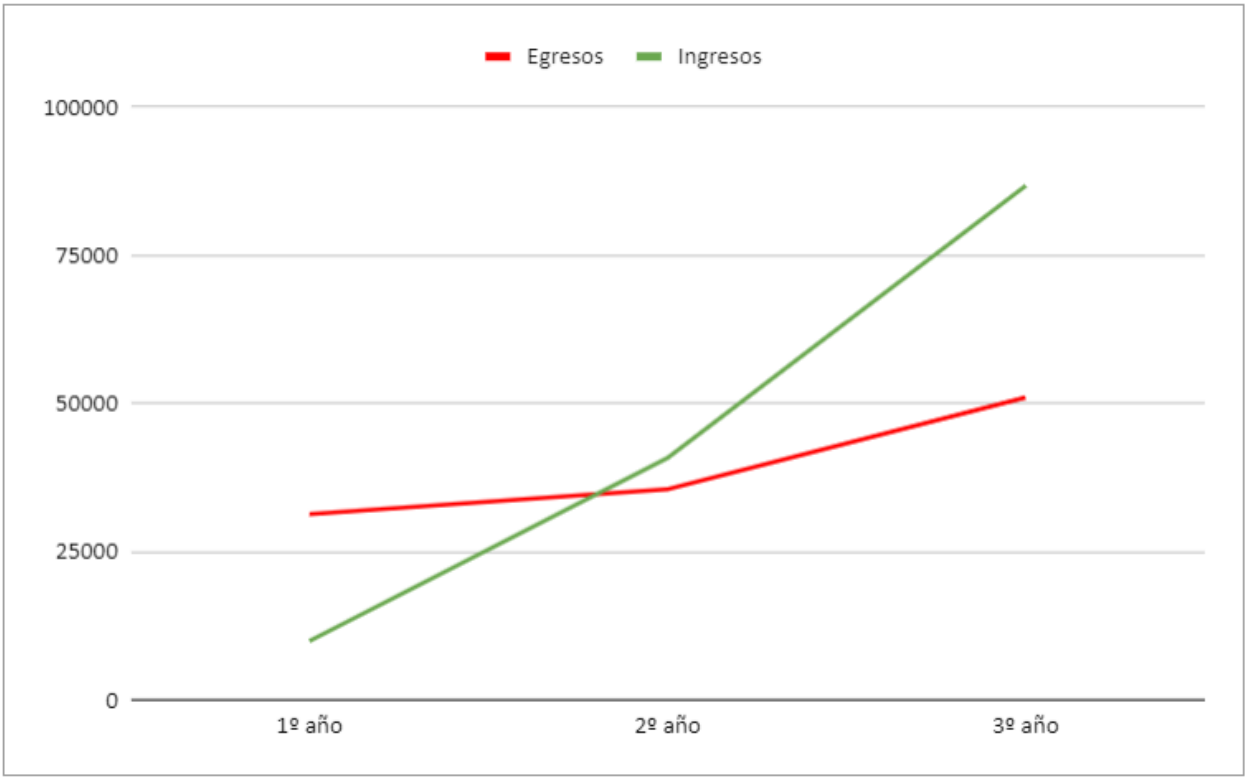
	1er año	2do año	3ero año	Totales
Ingresos	9.900,00	40.800,00	86.700,00	137.400,00
Egresos	- 31.356,00	- 32.356,00	-32.356,00	- 96.068,00
Ganancia Neta	- 21.456,00	8.444,00	54.344,00	41.332,00
Impuestos Gan		- 2.955,40	-19.020,40	- 21.975,80
Impuestos IIBB	-	- 106,39	- 684,73	- 791,13
Utilidad	- 21.456,00	5.382,21	34.638,87	18.565,07

8.9 Evaluación de la inversión

Para la evaluación de la inversión, es importante destacar que en la inversión inicial solo se contemplan 4000 USD$ ya que este es el monto dedicado a la compra de equipos para comenzar el desarrollo. El resto de la inversión inicial se ubica en el 1er año ya que el destino de esa inversión es el de mantener la empresa funcionando el primer año.

Inversión Inicial	1er año	2do año	3er año
-4.000,00	**-21.456,00**	**5382,21**	**34368,86**

Tasa	**2,5 %**
VAN	**12.106 USD**
TIR	**24,64%**



8.10 Escenarios de Riesgo

Escenario 1

El primer escenario considera una baja cantidad de clientes luego del lanzamiento de la plataforma. El riesgo que se debe considerar en este caso es que la inversión inicial no sea suficiente para soportar los gastos más allá del primer año y no se llegue a recuperar la misma a tiempo.

Escenario 2

El segundo escenario considera una demora en el lanzamiento del producto, ya sea por dificultades en el desarrollo de la aplicación o porque las actividades no hayan sido correctamente planificadas. Esto repercutirá en una demora en la obtención de ingresos por lo que la inversión inicial podría no ser suficiente.

Escenario 3

El tercer escenario considera una respuesta negativa de los usuarios por no poder adaptarse a este tipo de tecnología innovadora.
Este escenario puede repercutir en una baja de clientes una vez que estos hayan probado la plataforma considerando opciones en los competidores.

8.11 Plan de Contingencia

Escenario 1

En el caso que ocurra el escenario 1, se deberá destinar un mayor presupuesto para realizar una campaña de marketing más fuerte para poder repuntar la cantidad de clientes quitando presupuesto de asesoramiento legal para no modificar los modelos de ingresos y egresos. También se pueden buscar alianzas con las principales inmobiliarias ofreciéndoles el sistema gratis a cambio de publicidad.

Escenario 2

En el caso que ocurra el escenario 2, se deberá prescindir de algunas funcionalidades adicionales que no hacen al MPV (Mínimo Producto Viable) para cumplir a tiempo con las obligaciones establecidas, de manera tal de comenzar a generar ingresos lo más rápido posible.

Escenario 3

En el caso que ocurra el escenario 3, se deberá realizar una comunicación directa con

cada uno de los usuarios que no se sientan a gusto con la plataforma de manera de poder obtener un feedback adecuado. A cambio de su opinión, se le puede ofrecer gratis el sistema por un periodo de tiempo.

8.12 Plan de salida

El plan de salida consiste en liquidar todos los activos de la empresa tanto tangibles como intangibles para recuperar la mayor parte de la inversión y evitando pérdidas considerables en el caso de una contingencia insalvable.

Sólo se mantendrá el hosting del sistema para aquellos clientes actuales por tres años. No se ofrecerá mantenimiento ni respuesta de consultas.

Todas estas definiciones deben estar establecidas en los términos y condiciones, las cuales serán redactadas con asesoramiento jurídico y legal como se mencionó anteriormente.

9 Factibilidades

9.1 Técnicas

Toda decisión de desarrollar un software debe responder a un estudio previo de ventajas y desventajas asociadas a su construcción e implementación, la profundidad con que se realice depende de lo que aconseje cada proyecto en particular.
La empresa cuenta con un servidor, con el que se abastece todo el flujo de datos generado por todo tipo de acciones realizadas en la plataforma.

Se trata de un servidor remoto dedicado con las siguientes características.

- Intel Core i7
- 32 GB RAM
- Debian 10
- Acceso KVM sobre IP
- Placa Red 100/1000 adicional
- Placa Reboot Remoto
- Panel de Control WHM
- Ilimitados dominios
- MariaDB
- 2 TB SSD

Sistemas de alimentación

Para mayor seguridad ante fallos en la red de suministro eléctrico se cuenta con la instalación de un sistema de provisión de energía eléctrica con baterías. Este sistema consta de 2 UPS que proveen alimentación ininterrumpida con una autonomía de hasta 2 hs.

Infraestructura

La infraestructura se compone de la instalación y configuración de equipos y redes asegurando el correcto funcionamiento del sistema. Incluye cableado, rack, cámara, instalación y configuración de la red

Acondicionamiento de oficina

Incluye el diseño de la oficina, ploteado de la misma y pintura. Se trata de un sector aislado, ajeno al sector de producción para poder realizar las tareas administrativas de una manera limpia y ordenada.

9.2 Comerciales



PropNET tiene la ventaja de que no posee un competidor bien definido con características similares a las que ofrece la plataforma. Esto se debe a que a nivel local su principal competidor es PROFIT, con el detalle relevante de que este aplicativo está más bien diseñado para viejas inmobiliarias que aún no se adaptan a las nuevas tecnologías, además de ser un producto caro. Propnet además de ofrecer el producto a un costo mucho más accesible, también le brinda al cliente muchas más prestaciones que se relacionan con los avances tecnológicos de hoy en día.

La estrategia de comercialización es realizada por internet especialmente por las redes sociales. Para aprovechar esta influencia se considera la posibilidad de crear una página en las redes sociales y alentar a los clientes a seguir las actualizaciones. Facebook, Twitter y un blog de la compañía pueden ser excelentes herramientas para comenzar una conversación con los clientes. Existen maneras creativas de interactuar con el público: cómo implementar concursos, hacer votaciones y etiquetar a los seguidores en las publicaciones

9.3 Administrativa

Es requisito imprescindible que todo usuario que interactúe con el sistema posea conocimientos básicos de manejo de PC bajo el entorno Windows en el caso de la administración, internet en el caso de los usuarios finales y conocimientos de SQL, Desarrollo de Programación para el caso del departamento de sistemas. Además debe poseer los conocimientos funcionales básicos del circuito administrativo de la empresa para operar de manera eficiente el software.

9.4 Legales

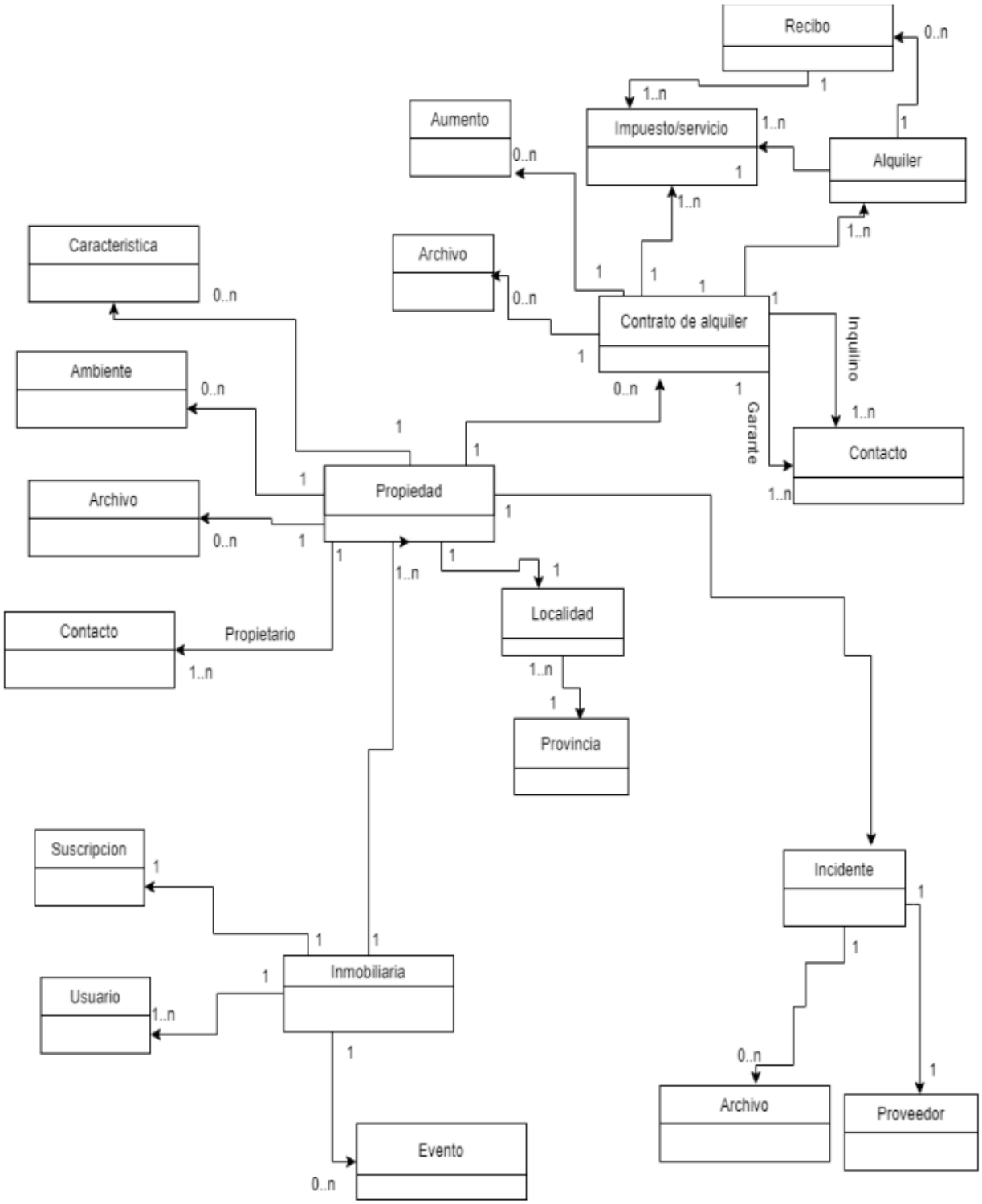
PropNET implementa las medidas necesarias para cumplir con la ley de protección de los datos personales (25.326) que establece en su artículo 9°, la obligación de las empresas de proteger la información referida a personas físicas o de existencia ideal contenida en sus archivos y registros, y ordena al responsable o usuario de los mismos a adoptar las medidas técnicas y organizativas necesarias para garantizar la seguridad y confiabilidad de los datos. Para cumplir con estos requisitos se adopta la norma ISO 17.799, standard de seguridad internacionalmente reconocido, que contiene una serie de controles que contemplan las "mejores prácticas" en seguridad de la información entre las cuales se encuentra el uso de software. De acuerdo a lo expuesto anteriormente, no se observan problemas legales en la implementación del mismo.

10 Aspectos descriptivos de la solución técnica

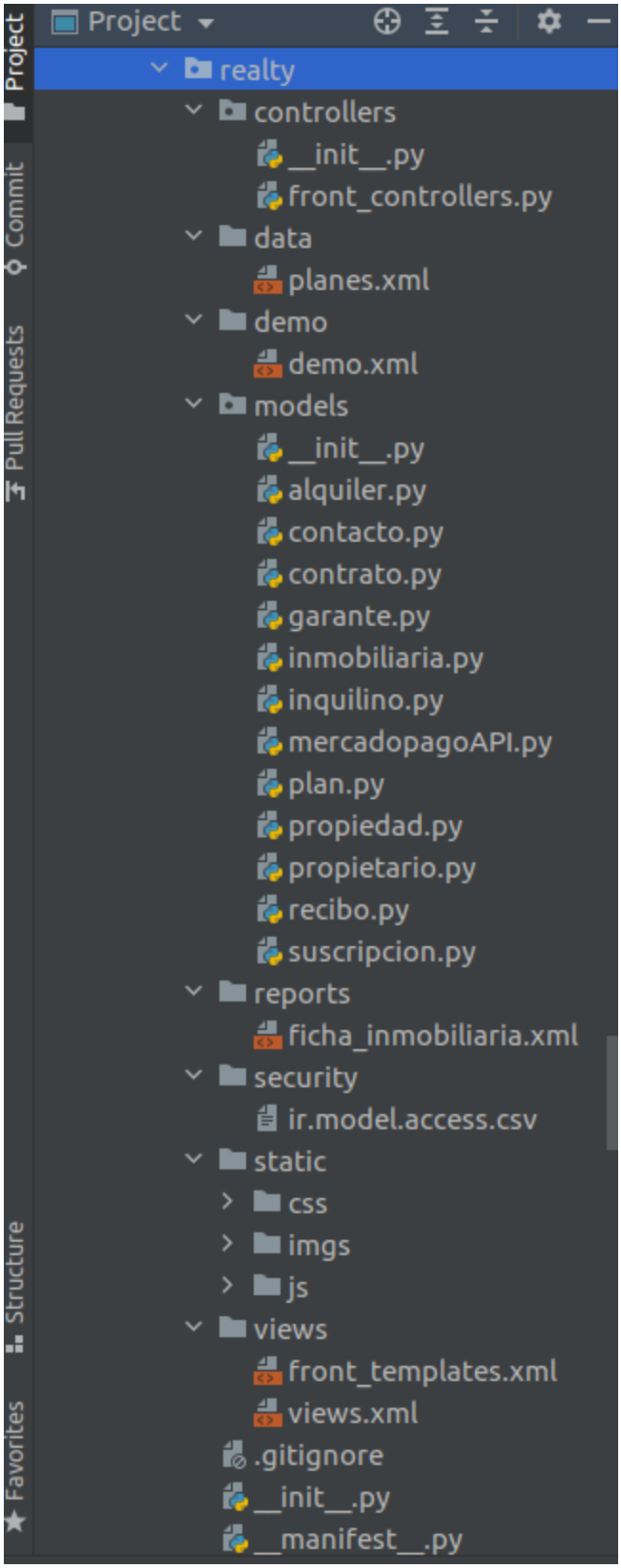
Requerimientos

RF 1	El usuario podrá crear su cuenta ingresando al sitio web de la plataforma en la sección de registro.
RF 2	El usuario tendrá 45 días gratis para probar el sistema con todas sus funcionalidades de manera completa.
RF 3	El usuario podrá dar de alta todas sus propiedades en el sistema indicando datos como su localización, sus características, amenities, etc..
RF 4	El usuario podrá configurar todos los servicios e impuestos que utiliza
RF 5	El usuario podrá editar cualquier propiedad o darla de baja en cualquier momento
RF 6	El usuario podrá dar de alta contratos de alquiler para cada propiedad en particular
RF 7	El usuario solo podrá dar de alta un contrato de alquiler activo por propiedad
RF 8	El usuario podrá ver una lista de los alquileres pendientes y los alquileres cobrados
RF 9	El usuario podrá registrar el cobro de un alquiler pendiente indicando también que servicios o impuestos se abonan y cuales se deben
RF 10	El usuario podrá emitir el recibo de cobro al inquilino
RF 11	El usuario podrá emitir el recibo de cobro para el propietario indicando de igual manera la comisión a cobrar por la inmobiliaria
RF 12	El sistema presenta tres planes de suscripción diferentes. Básico, exclusiva y Vip. Cada uno de ellos contará con funcionalidades diferentes.
RF 13	El sistema contará con la plataforma de mercado pago para las suscripciones. El cobro de las mismas se realizará el día 10 de cada mes.
RF 14	Pasado los 45 días de prueba, el usuario deberá suscribirse a alguno de los planes ofrecidos mediante una tarjeta de crédito para poder continuar usando el sistema.
RF 15	El sistema presentará un resumen de la información más relevante en su página principal
RF 16	Todas las operaciones deberán ser seguras y el sistema deberá validar que el usuario se encuentre logueado

Modelo de dominio



Módulo Odoo


Project
realty
controllers
__init__.py
front_controllers.py
data
planes.xml
demo
demo.xml
models
__init__.py
alquiler.py
contacto.py
contrato.py
garante.py
inmobiliaria.py
inquilino.py
mercadopagoAPI.py
plan.py
propiedad.py
propietario.py
recibo.py
suscripcion.py
reports
ficha_inmobiliaria.xml
security
ir.model.access.csv
static
css
imgs
js
views
front_templates.xml
views.xml
.gitignore
__init__.py
__manifest__.py
Project
Commit
Pull Requests
Structure
Favorites

11 CDU-01 Suscripción al sistema

Diagrama de caso de uso

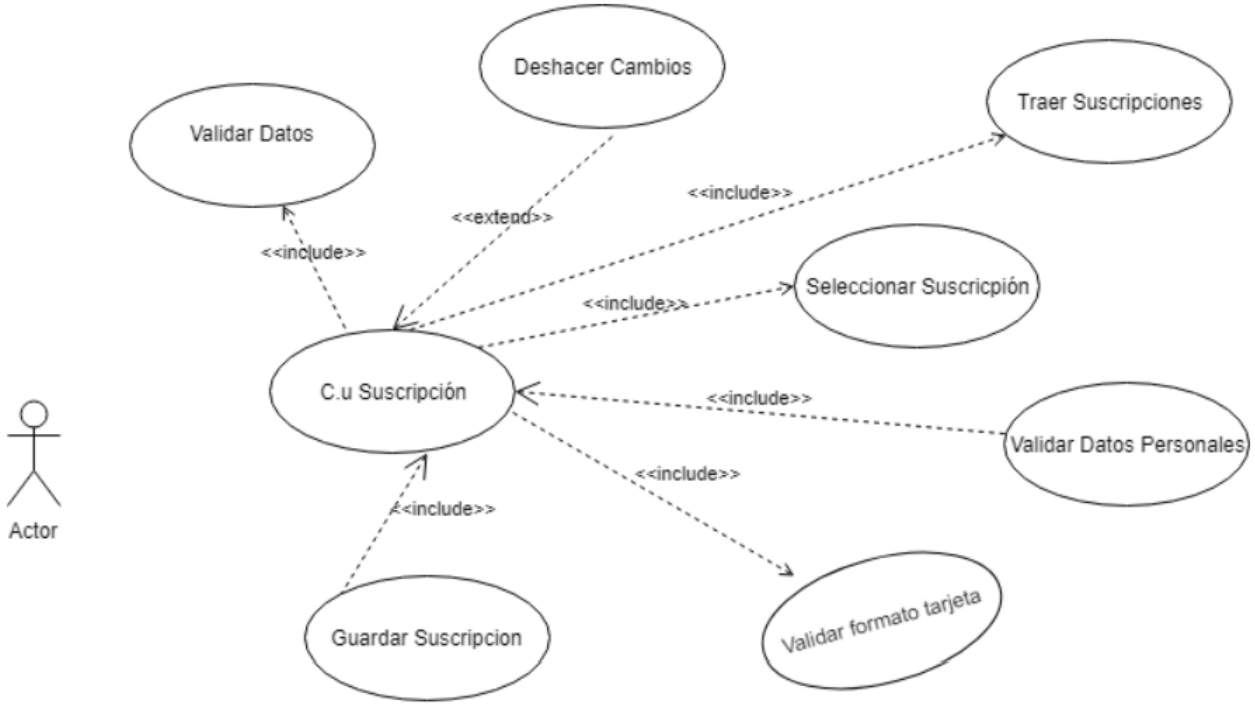
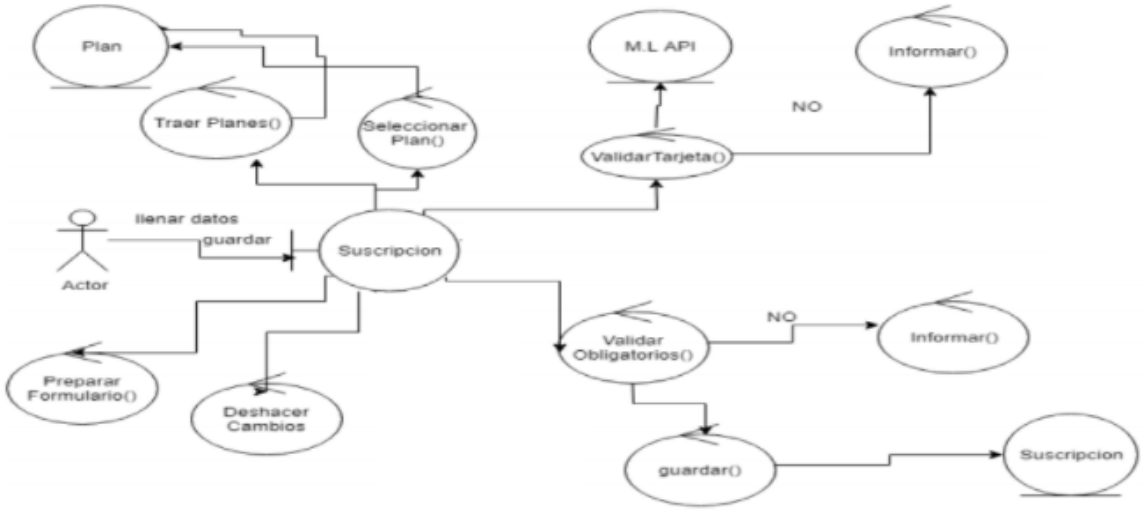


Diagrama de robustez



Especificaciones de caso de uso

Fecha: 10/07/2021	Caso de Uso
Código	CUD01
Nombre	Suscripción
Autor	Brian Jones
Versión	1
Estado	No Validado
Descripción	El actor podrá subscribirse a un plan para utilizar el sistema
Actores	Usuario logueado
Precondición	El actor debe estar logueado
CU Extensión	El actor debe estar logueado. Debe haber vencido los 45 días de prueba
Curso Básico	
1	El sistema muestra el formulario "Nueva subscripción"
2	El sistema cargará los tipos de planes disponibles para suscripción
3	El usuario selecciona un plan
4	El sistema cargará el formulario para suscribirse
5	El usuario completará los datos correspondientes a la tarjeta
6	El sistema validará los obligatorios, el formato y la validez de la tarjeta ingresada
7	El sistema informará los datos ingresados para que el usuario confirme
8	El usuario confirma los datos
9	El sistema guarda la suscripción e informa el resultado
10	El sistema retorna a la vista de "Gracias por suscribirse"
Curso Alternativo	
5,1	El actor hace clic en el botón "Cancelar"
5.2	El sistema retorna a la vista del cual fue invocado
7,1 - 9,1	El sistema muestra un mensaje informando: "Debe completar los datos obligatorios".
Poscondición	El actor se ha suscripto en el sistema

Diagrama de clases

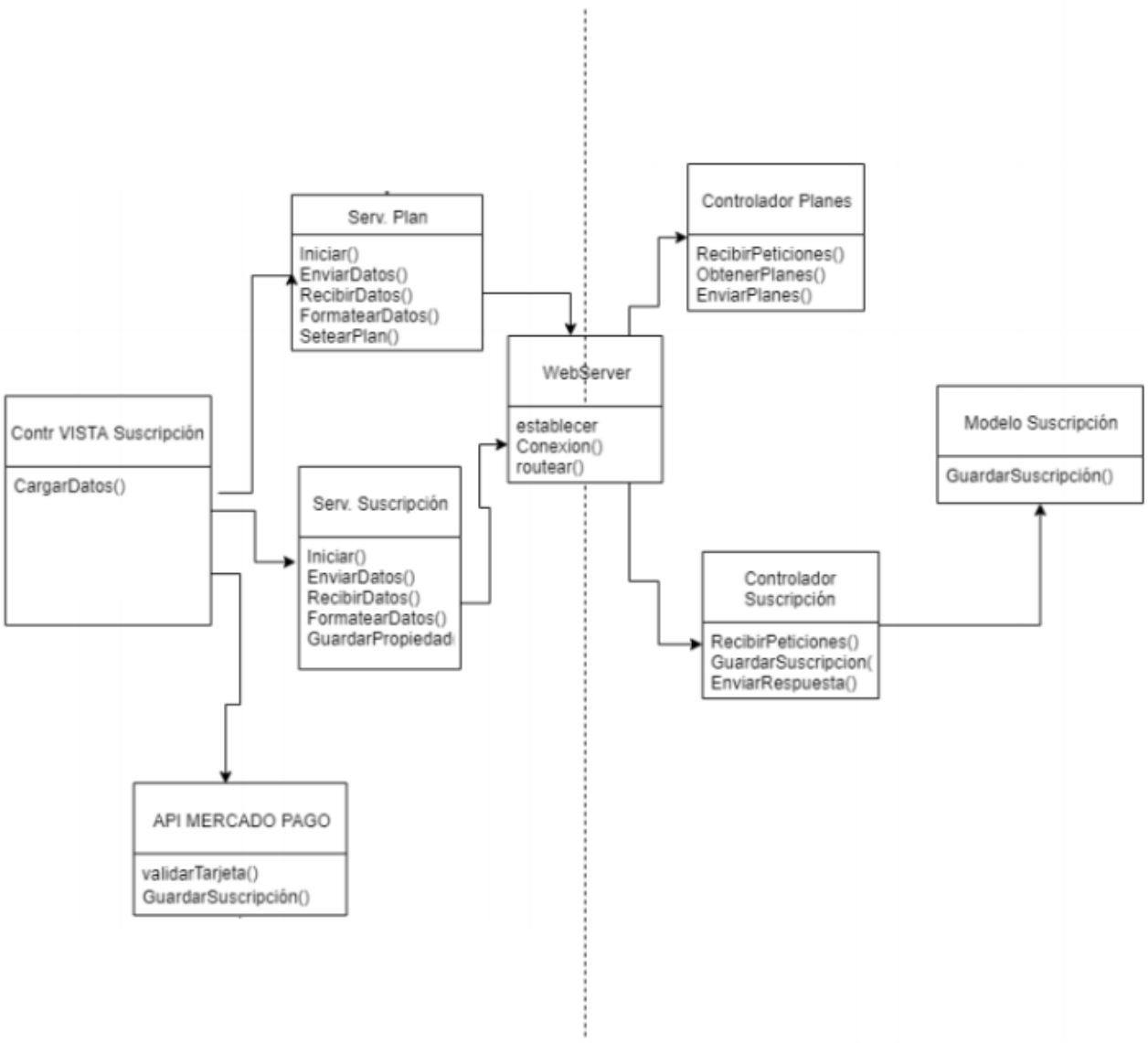
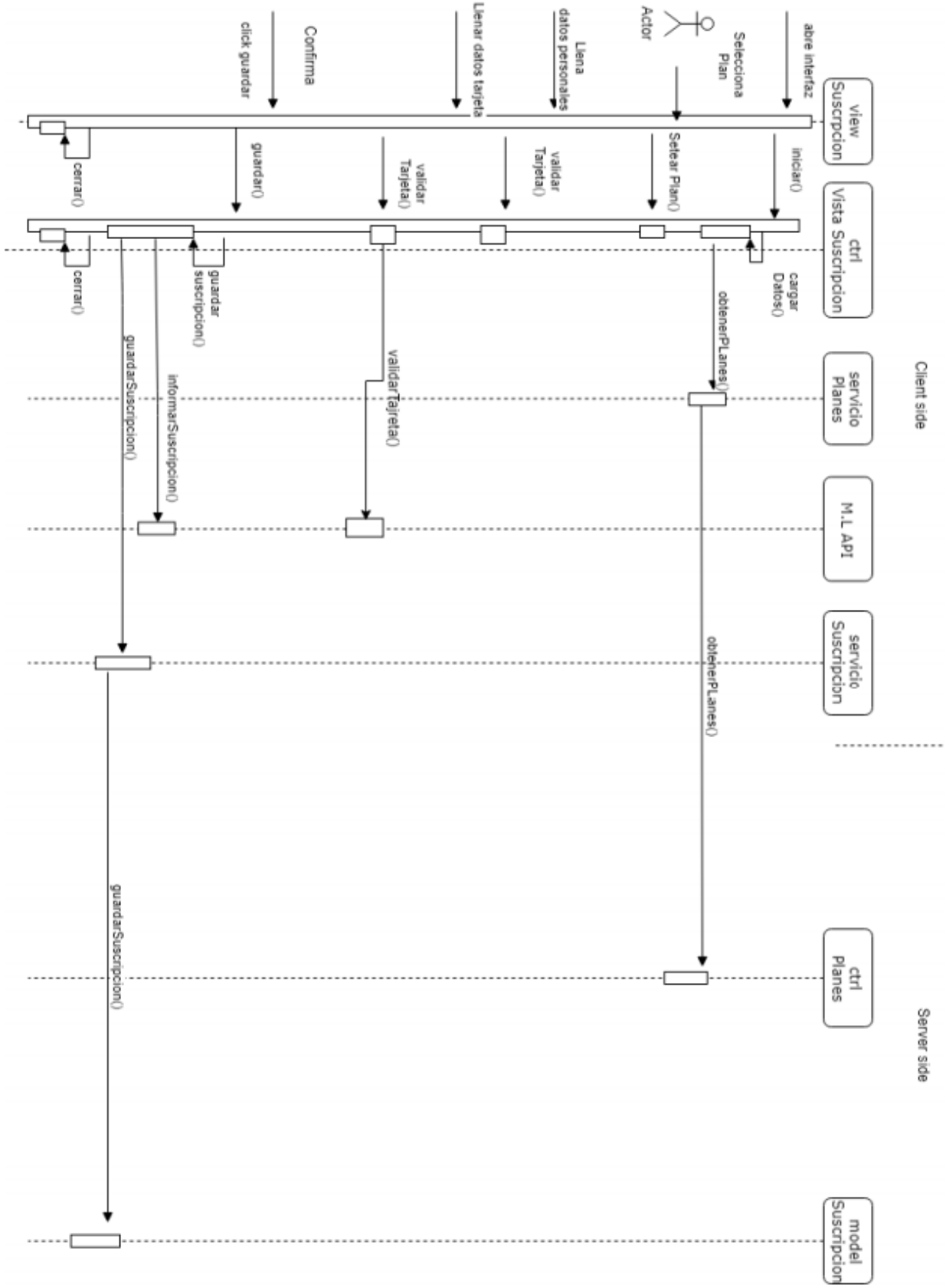


Diagrama de secuencia

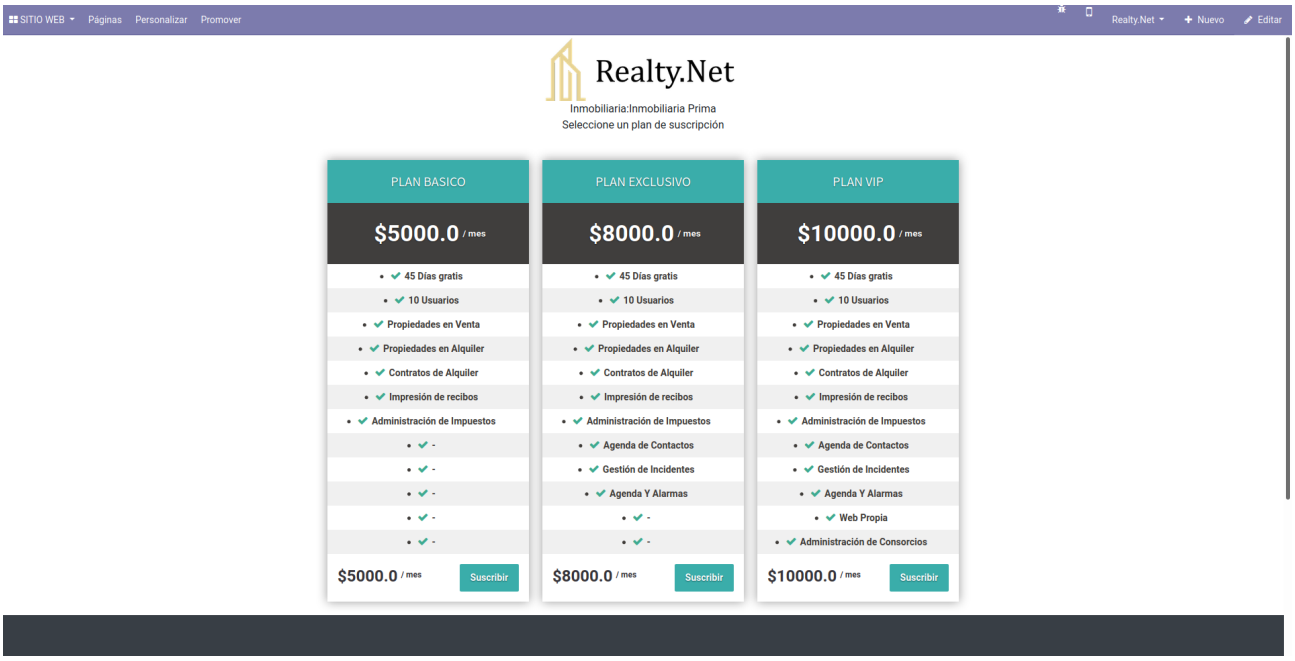


Formularios de carga

Frontend

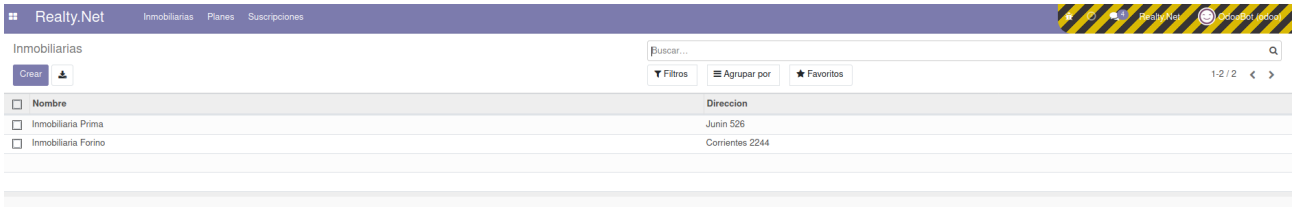
Se simula el login de la inmobiliaria mediante el ID hardcode en el controlador.

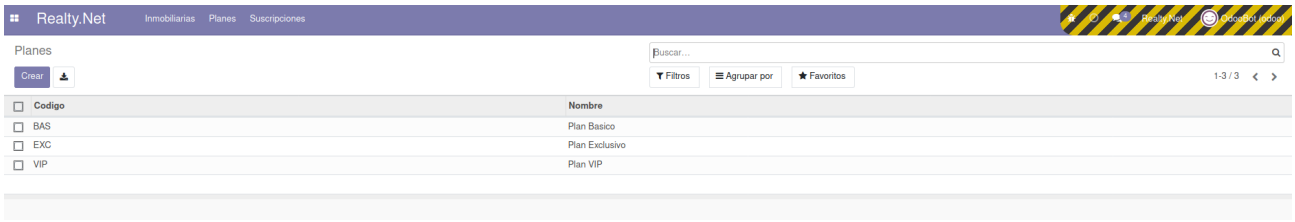
http://localhost:8069/realty/suscribir

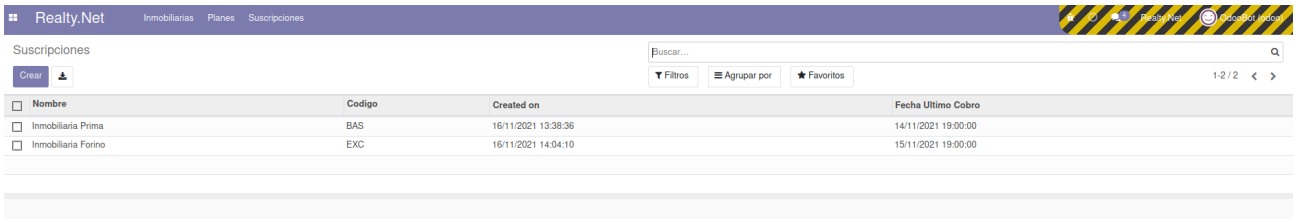




Backend


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Realty.Net
OdooBot (odoo)
Inmobiliarias
Buscar...
Crear
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-2 / 2
Nombre
Direccion
Inmobiliaria Prima
Junin 526
Inmobiliaria Forino
Corrientes 2244


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Realty.Net
OdooBot (odoo)
Planes
Buscar...
Crear
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-3 / 3
Codigo
Nombre
BAS
Plan Basico
EXC
Plan Exclusivo
VIP
Plan VIP


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Realty.Net
OdooBot (odoo)
Suscripciones
Buscar...
Crear
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-2 / 2
Nombre
Codigo
Created on
Fecha Ultimo Cobro
Inmobiliaria Prima
BAS
16/11/2021 13:38:36
14/11/2021 19:00:00
Inmobiliaria Forino
EXC
16/11/2021 14:04:10
15/11/2021 19:00:00

Modelos Odoo

```python
from odoo import models, fields


class Inmobiliaria(models.Model):
    _name = 'realty.inmobiliaria'
    _description = 'Inmobiliaria registrada en el sistema'

    nombre = fields.Char()
    direccion = fields.Text()
    suscripciones = fields.One2many('realty.suscripcion', 'inmobiliaria', string='Suscripciones', )
```

```python
from odoo import models, fields, api


class Plan(models.Model):
    _name = 'realty.plan'
    _description = 'Plan de suscripción de las inmobiliarias'

    codigo = fields.Char()
    nombre = fields.Char()
    descripcion = fields.Text()
    precio = fields.Float()
```

```python
from odoo import models, fields


class Suscripcion(models.Model):
    _name = 'realty.suscripcion'
    _description = 'Suscripciones al sistema'

    plan = fields.Many2one('realty.plan', 'Plan de la suscripcion')
    codigo_plan = fields.Char(related='plan.codigo')
    inmobiliaria = fields.Many2one('realty.inmobiliaria', 'Inmobiliaria')
    nombre_inmobiliaria = fields.Char(related='inmobiliaria.nombre')
    fecha_ultimo_cobro = fields.Datetime()
    id_mercadopago = fields.Char()
```

Views y Controladores Odoo

```
<odoo>
    <data>
        <template id="suscribir_page">
            <link href="/realty/static/css/front_suscribir.css" rel="stylesheet" type="text/css"/>
            <t t-call="website.layout">
                <div style="text-align:center">
                    <img class="logo" src="/realty/static/imgs/realty.png" />
                    <div>Inmobiliaria:<t t-esc="inmobiliaria.nombre"/></div>
                    <div>Seleccione un plan de suscripción</div>
                    <div class="planes pricing-wrapper clearfix">
                        <div class="pricing-table" t-foreach="planes" t-as="plan">
                          <h3 class="pricing-title"><t t-esc="plan.nombre"/></h3>
                          <div class="price">$<t t-esc="plan.precio"/><sup>/ mes</sup></div>
                          <!-- Lista de Caracteristicas / Propiedades -->
                          <ul class="table-list">
                            <t t-raw="plan.descripcion"/>
                          </ul>
                          <!-- Contratar / Comprar -->
                          <div class="table-buy">
                            <p>$<t t-esc="plan.precio"/><sup>/ mes</sup></p>
                            <a t-attf-href="/realty/plan/{{plan.id}}" class="pricing-action">Suscribir</a>
                          </div>
                        </div>
                    </div>
                </div>
            </t>
        </template>

        <template id="plan_page">
            <link href="/realty/static/css/front_plan.css" rel="stylesheet" type="text/css"/>
            <t t-call="website.layout">
                <div style="text-align:center">
                    <img class="logo" src="/realty/static/imgs/realty.png" />
```

```python
class realty(http.Controller):
    @http.route('/realty/suscribir', website=True, auth='public')
    def realty_suscribir(self, **kw):
        return request.render('realty.suscribir_page', {
            'planes': http.request.env['realty.plan'].search([]),
            'inmobiliaria': http.request.env['realty.inmobiliaria'].search([("id", "=", 2)])
        })

    @http.route('/realty/plan/<int:plan_id>', website=True, auth='public')
    def realty_plan(self, plan_id, **kw):
        return request.render('realty.plan_page', {
            'plan': http.request.env['realty.plan'].search([("id", "=", plan_id)]),
            'inmobiliaria': http.request.env['realty.inmobiliaria'].search([("id", "=", 2)])
        })
    @http.route('/realty/guardarSuscripcion', type="http", website=True, auth='public')
    def realty_guardar_suscripcion(self, **kw):
        tarjeta_val ={
            'numero': kw.get('tarjeta_numero'),
            'nombre': kw.get('tarjeta_nombre'),
            'exp': kw.get('tarjeta_exp'),
            'csv': kw.get('tarjeta_security_code')
        }
        if MercadoPagoAPI.validarTarjeta(tarjeta_val):
            suscripcion_val = {
                'plan_id': kw.get('plan_id'),
                'inmobiliaria_id': kw.get('inmobiliaria_id'),
                'fecha_ultimo_cobro': date.isoformat(date.today()),
                'id_mercadopago': MercadoPagoAPI.procesarSuscripcion(tarjeta_val)
            }
            http.request.env['realty.suscripcion'].sudo().create(suscripcion_val)
            return request.render('realty.thanks_page', {
                'plan': http.request.env['realty.plan'].search([("id", "=", kw.get('plan_id'))]),
                'inmobiliaria': http.request.env['realty.inmobiliaria'].search([("id", "=", 2)])
            })
        else:
```

Datos iniciales y datos de prueba

Iniciales

```
<odoo>
    <data>
        <!-- Planes. -->
        <record id="1" model="realty.plan">
          <field name="codigo">BAS</field>
          <field name="nombre">Plan Basico</field>
          <field name="descripcion">&lt;li&gt;45 Días gratis&lt;/li&gt;&lt;li&gt;10 Usuarios&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Venta&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Alqui
          <field name="precio">5000</field>
        </record>
        <record id="2" model="realty.plan">
          <field name="codigo">EXC</field>
          <field name="nombre">Plan Exclusivo</field>
          <field name="descripcion">&lt;li&gt;45 Días gratis&lt;/li&gt;&lt;li&gt;10 Usuarios&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Venta&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Alqui
          <field name="precio">8000</field>
        </record>
        <record id="3" model="realty.plan">
          <field name="codigo">VIP</field>
          <field name="nombre">Plan VIP</field>
          <field name="descripcion">&lt;li&gt;45 Días gratis&lt;/li&gt;&lt;li&gt;10 Usuarios&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Venta&lt;/li&gt;&lt;li&gt;Propiedades en Alqui
          <field name="precio">10000</field>
        </record>
    </data>
</odoo>
```

Prueba

```
<odoo>
    <data>
        <!-- Inmobiliarias. -->
          <record id="1" model="realty.inmobiliaria">
            <field name="nombre">Inmobiliaria Prima</field>
            <field name="direccion">Junin 526, Rosario, Santa Fe</field>
          </record>
          <record id="2" model="realty.inmobiliaria">
            <field name="nombre">Inmobiliaria Forino</field>
            <field name="direccion">Corrientes 2244, Rosario, Santa Fe</field>
          </record>
          <record id="3" model="realty.inmobiliaria">
            <field name="nombre">Inmobiliaria Ramos</field>
            <field name="direccion">Entre Rios 175, Rosario, Santa Fe</field>
          </record>
        <!-- Suscripciones. -->
          <record id="1" model="realty.suscripcion">
            <field name="inmobiliaria">1</field>
            <field name="plan">1</field>
            <field name="fecha_ultimo_cobro">2021-11-15</field>
            <field name="id_mercadopago">jds39s9s9jf8934s20dhngj39ehndshah</field>
          </record>
          <record id="2" model="realty.suscripcion">
            <field name="inmobiliaria">3</field>
            <field name="plan">2</field>
            <field name="fecha_ultimo_cobro">2021-10-05</field>
            <field name="id_mercadopago">f6rtywtsgfsg5tyhdgfhgsgf354rgfg34</field>
          </record>
```

12 CDU-02 Confeccionar recibo de alquiler

Diagrama de caso de uso

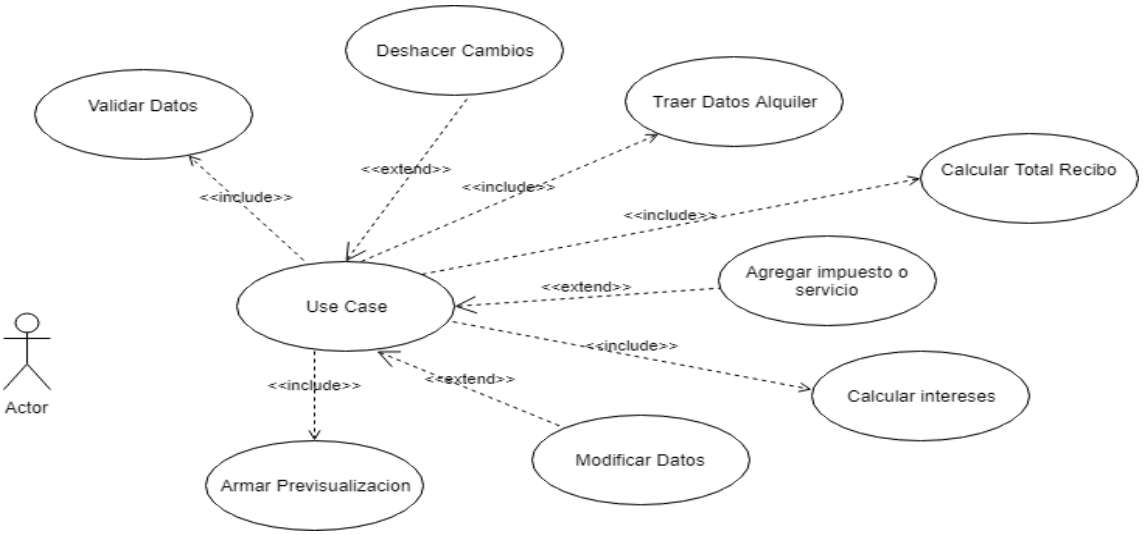
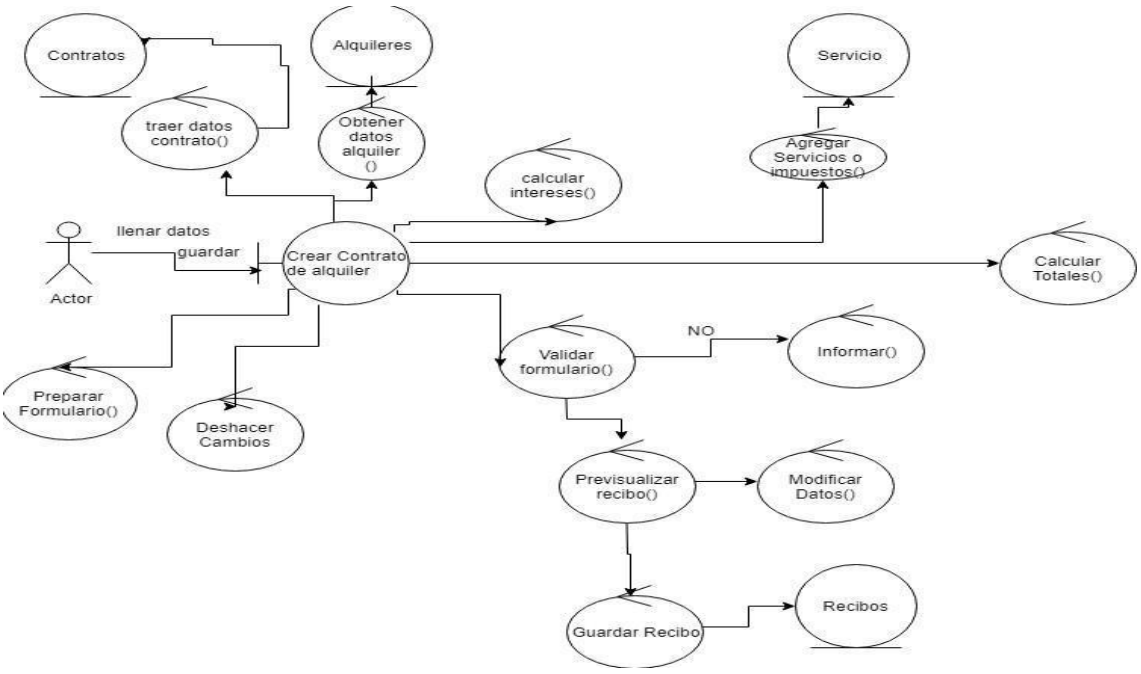


Diagrama de robustez



Especificaciones de caso de uso

Fecha: 10/07/2021	Caso de Uso
Código	CUD02
Nombre	Confeccionar recibo de alquiler
Autor	Brian Jones
Versión	1
Estado	No Validado
Descripción	El actor podrá generar un nuevo recibo de alquiler
Actores	Usuario logueado
Precondición	El actor debe estar logueado y tener al menos un contrato de alquiler vigente
CU Extensión	El actor quiere generar un nuevo recibo de alquiler. El actor hace clic en el botón "Cobrar alquiler" en cualquiera de los registros de la grilla de "Alquileres Pendientes"
Curso Básico	
1	El sistema muestra el formulario "Crear recibo de alquiler" en modo alta.
2	El sistema cargará los datos del contrato en la parte superior para orientar al actor mientras realiza el recibo.
3	El sistema por defecto carga el campo "Fecha" con la fecha actual, y calcula en base a esa fecha los intereses correspondientes.
4	El actor completa los campos del recibo: Fecha, Monto, Intereses, Descuentos y Extra, pudiendo agregar, en cada uno de ellos, una observación para explicar el concepto.
5	Si el usuario modifica la fecha, el sistema calculará de manera automática los intereses en relación a esa nueva fecha. El usuario podrá modificar el campo interés a su disposición, más allá del cálculo otorgado por el sistema.
6	El sistema calculará los totales y se los informará al usuario
7	El usuario indica el dinero entregado y hace click en "Continuar"
8	El sistema validará los campos obligatorios: Fecha, monto a cancelar y dinero entregado.
9	El usuario hace clic en "Guardar" para confirmar los datos y el recibo.
10	El sistema registra el nuevo recibo.
11	El sistema pre visualiza el recibo y se lo muestra al usuario.
Curso Alternativo	
4,1	El actor hace clic en el botón "Cancelar"
4.2	El sistema retorna a la vista del cual fue invocado
8.1	El sistema muestra un mensaje informando: "Debe completar los datos obligatorios".
Poscondición	El actor ha realizado el alta de un nuevo recibo de alquiler

Diagrama de clases

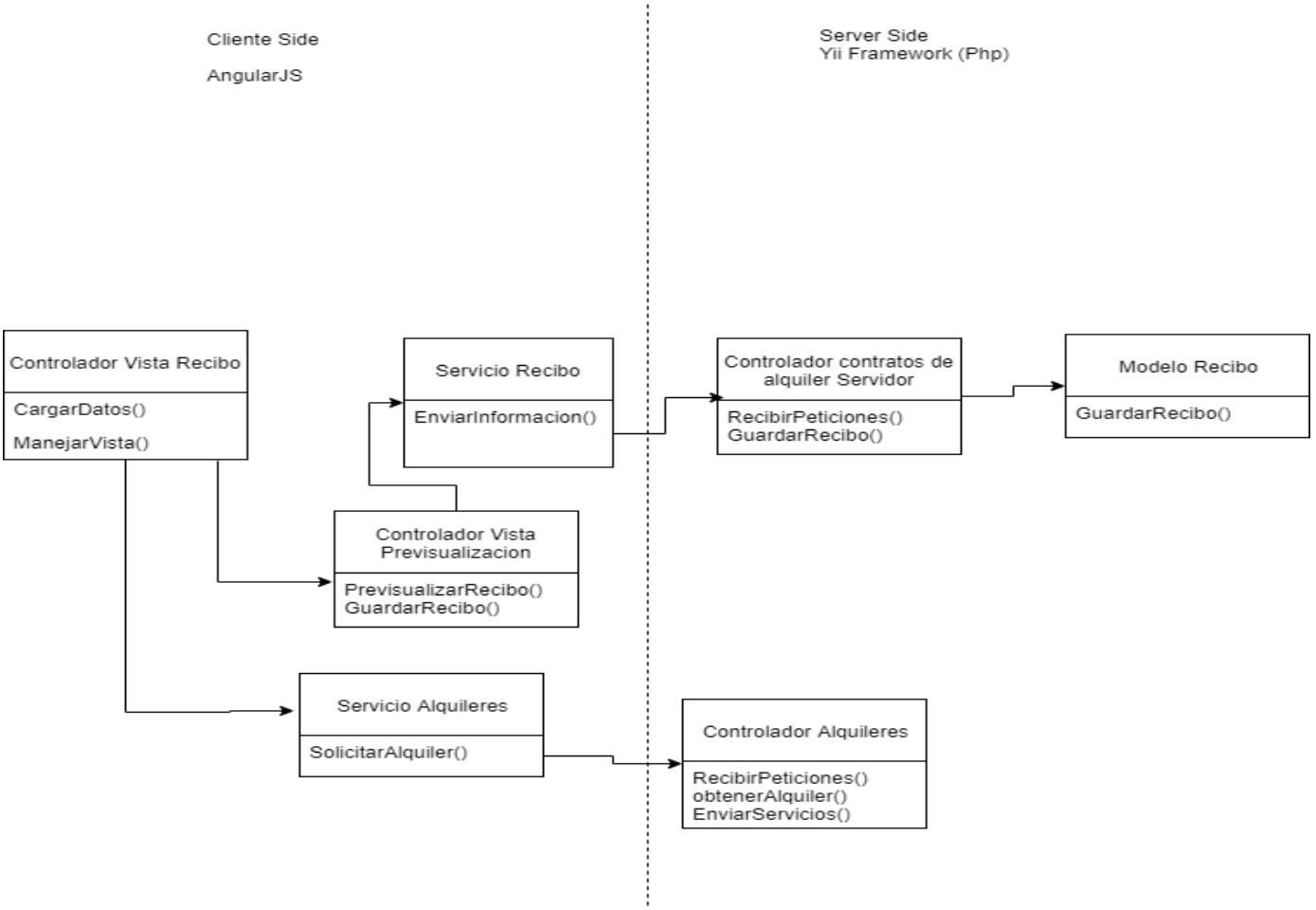
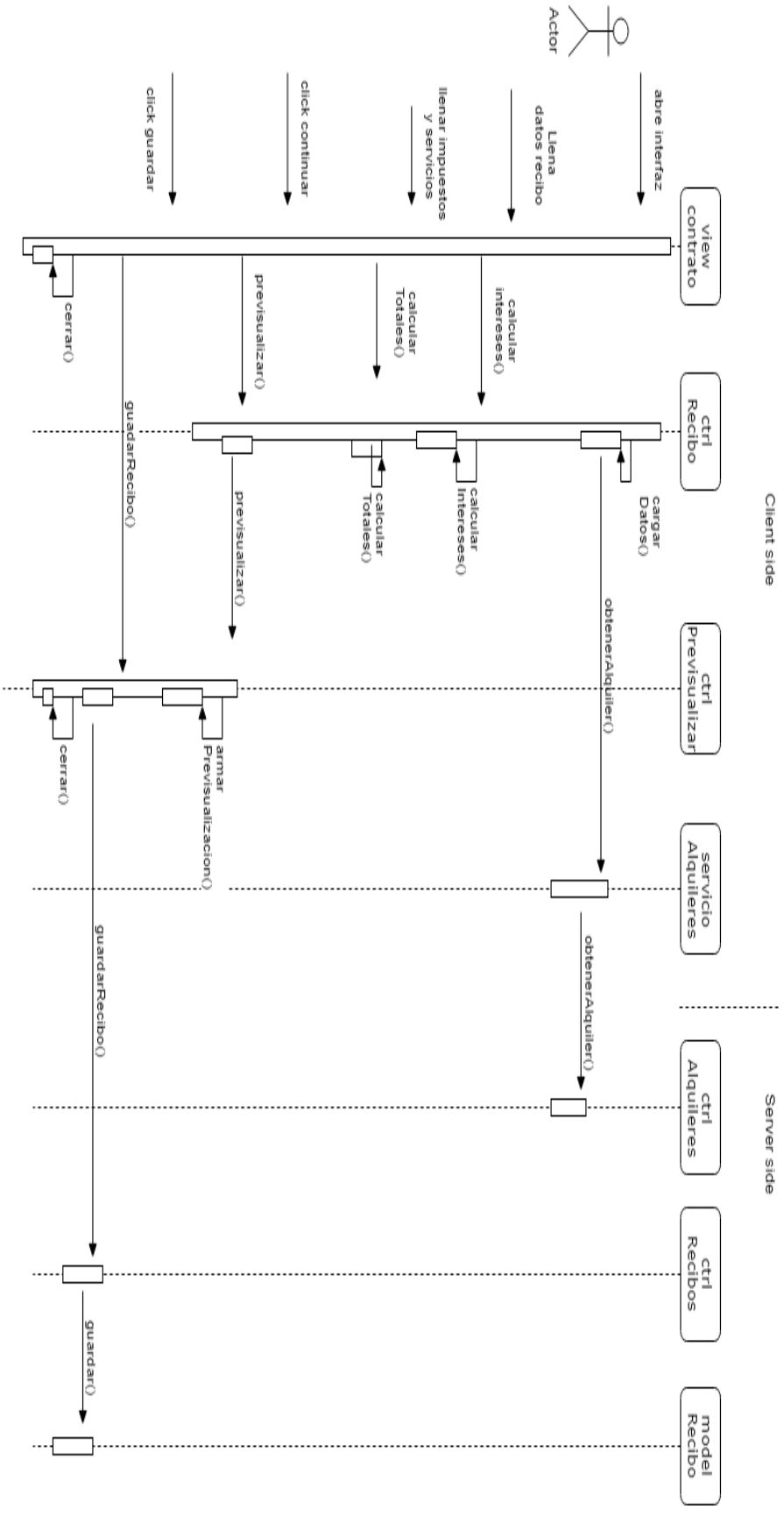


Diagrama de secuencia



Formularios de carga

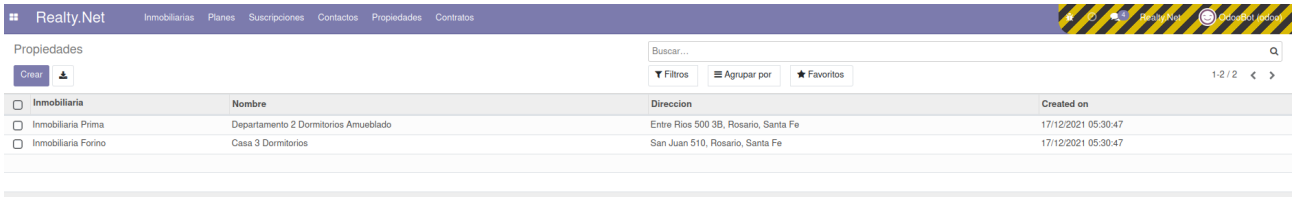
Frontend

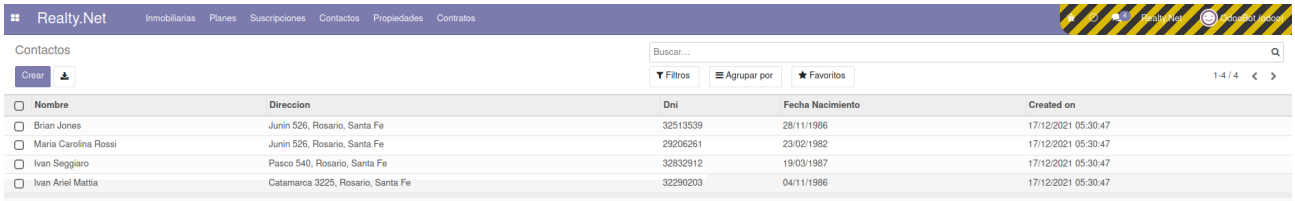
Se simula el login del alquiler mediante el ID hardcode en el controlador.

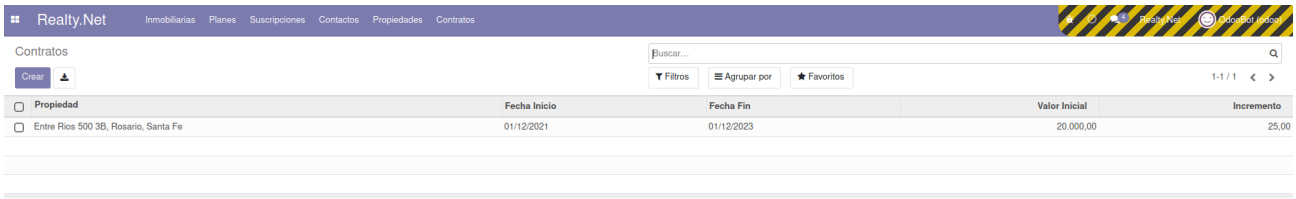
http://localhost:8069/realty/suscribir

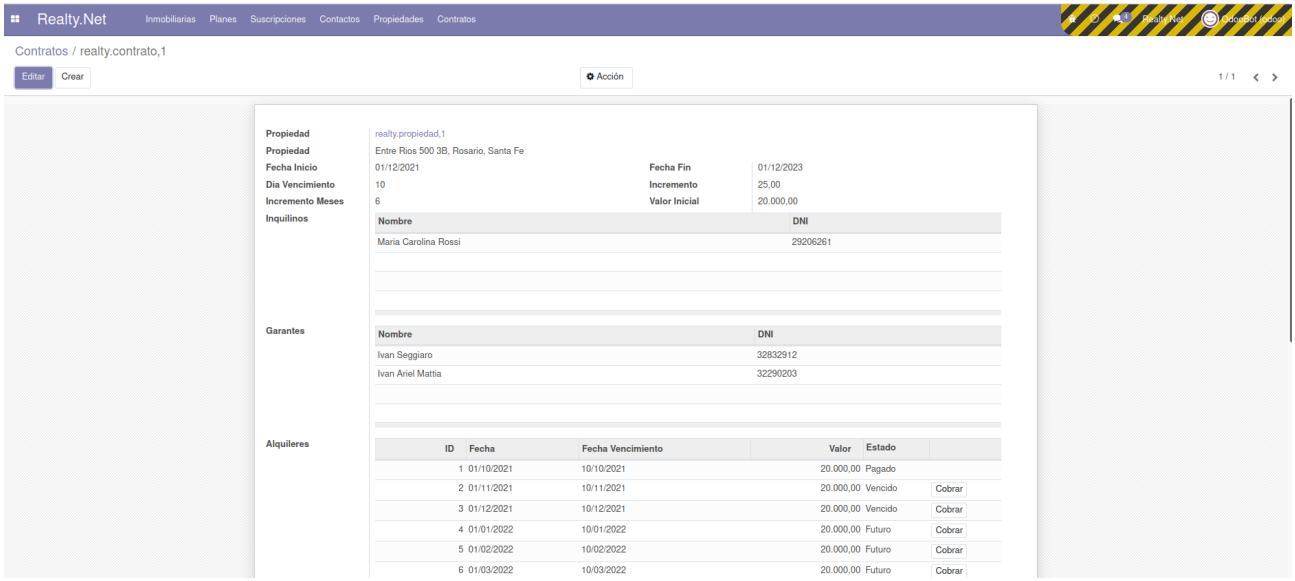


Backend


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Contactos
Propiedades
Contratos
Propiedades
Crear
Buscar...
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-2 / 2
Inmobiliaria
Nombre
Direccion
Created on
Inmobiliaria Prima
Departamento 2 Dormitorios Amueblado
Entre Rios 500 3B, Rosario, Santa Fe
17/12/2021 05:30:47
Inmobiliaria Forino
Casa 3 Dormitorios
San Juan 510, Rosario, Santa Fe
17/12/2021 05:30:47


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Contactos
Propiedades
Contratos
Contactos
Crear
Buscar...
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-4 / 4
Nombre
Direccion
Dni
Fecha Nacimiento
Created on
Brian Jones
Junin 526, Rosario, Santa Fe
32513539
28/11/1986
17/12/2021 05:30:47
Maria Carolina Rossi
Junin 526, Rosario, Santa Fe
29206261
23/02/1982
17/12/2021 05:30:47
Ivan Seggiaro
Pasco 540, Rosario, Santa Fe
32832912
19/03/1987
17/12/2021 05:30:47
Ivan Ariel Mattia
Catamarca 3225, Rosario, Santa Fe
32290203
04/11/1986
17/12/2021 05:30:47


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Contactos
Propiedades
Contratos
Contratos
Crear
Buscar...
Filtros
Agrupar por
Favoritos
1-1 / 1
Propiedad
Fecha Inicio
Fecha Fin
Valor Inicial
Incremento
Entre Rios 500 3B, Rosario, Santa Fe
01/12/2021
01/12/2023
20.000,00
25,00


Realty.Net
Inmobiliarias
Planes
Suscripciones
Contactos
Propiedades
Contratos
Contratos / realty.contrato,1
Editar
Crear
Acción
1 / 1
Propiedad
realty.propiedad,1
Propiedad
Entre Rios 500 3B, Rosario, Santa Fe
Fecha Inicio
01/12/2021
Fecha Fin
01/12/2023
Dia Vencimiento
10
Incremento
25,00
Incremento Meses
6
Valor Inicial
20.000,00
Inquilinos
Nombre
DNI
Maria Carolina Rossi
29206261
Garantes
Nombre
DNI
Ivan Seggiaro
32832912
Ivan Ariel Mattia
32290203
Alquileres
ID
Fecha
Fecha Vencimiento
Valor
Estado
1 01/10/2021 10/10/2021 20.000,00 Pagado
2 01/11/2021 10/11/2021 20.000,00 Vencido Cobrar
3 01/12/2021 10/12/2021 20.000,00 Vencido Cobrar
4 01/01/2022 10/01/2022 20.000,00 Futuro Cobrar
5 01/02/2022 10/02/2022 20.000,00 Futuro Cobrar
6 01/03/2022 10/03/2022 20.000,00 Futuro Cobrar

Modelos Odoo

```python
from odoo import models, fields


class Propiedad(models.Model):
    _name = 'realty.propiedad'
    _description = 'Propiedad de una inmobiliaria registrada en el sistema'

    inmobiliaria = fields.Many2one('realty.inmobiliaria', 'Inmobiliaria')
    nombre = fields.Char()
    nombre_inmobiliaria = fields.Char(related='inmobiliaria.nombre', string='Inmobiliaria', )
    direccion = fields.Text()
    propietarios = fields.One2many('realty.propietario', 'propiedad', string='Propietarios', )
```

```python
from odoo import models, fields


class Contacto(models.Model):
    _name = 'realty.contacto'
    _description = 'Contacto de una inmobiliaria registrada en el sistema'

    inmobiliaria = fields.Many2one('realty.inmobiliaria', 'Inmobiliaria')
    nombre = fields.Char()
    direccion = fields.Text()
    dni = fields.Char()
    fecha_nacimiento = fields.Date()
    nombre_inmobiliaria = fields.Char(related='inmobiliaria.nombre', string='Inmobiliaria', )
```

```python
from odoo import models, fields


class Contrato(models.Model):
    _name = 'realty.contrato'
    _description = 'Contratos de propiedades'

    propiedad = fields.Many2one('realty.propiedad', 'Propiedad')
    direccion_propiedad = fields.Text(related='propiedad.direccion', string='Propiedad', )
    fecha_inicio = fields.Date()
    fecha_fin = fields.Date()
    dia_vencimiento = fields.Integer()
    incremento = fields.Float()
    incremento_meses = fields.Integer()
    valor_inicial = fields.Float()
    interes_diario = fields.Float()
    inquilinos = fields.One2many('realty.inquilino', 'contrato', string='Inquilinos', )
    garantes = fields.One2many('realty.garante', 'contrato', string='Garantes', )
    alquileres = fields.One2many('realty.alquiler', 'contrato', string='Alquileres', )
```

```python
from odoo import models, fields
from datetime import date


class Alquiler(models.Model):
    _name = 'realty.alquiler'
    _description = 'Alquiler de un contrato registrado en el sistema'

    contrato = fields.Many2one('realty.contrato', 'Contrato')
    fecha = fields.Date()
    fecha_vencimiento = fields.Date()
    valor = fields.Float()
    estado = fields.Char(string='Estado', compute='_compute_estado')
    recibos = fields.One2many('realty.recibo', 'alquiler', string='Recibos', )

    def _compute_estado(self):
        for record in self:
            if date.today() > record.fecha_vencimiento:
                if len(record.recibos) > 0:
                    record.estado = 'Pagado'
                else:
                    record.estado = 'Vencido'
            elif record.fecha < date.today() < record.fecha_vencimiento:
                record.estado = 'Vigente'
            elif date.today() < record.fecha:
                record.estado = 'Futuro'

    def cobrarClickEvent(self):
        return {
            'type': 'ir.actions.act_url',
            'url': 'http://localhost:8069/realty/cobrar?id=' + str(self.id),
            'target': 'new',
        }
```

```python
from odoo import models, fields


class Recibo(models.Model):
    _name = 'realty.recibo'
    _description = 'Recibo de un alquiler registrado en el sistema'

    alquiler = fields.Many2one('realty.alquiler', 'Alquiler')
    fecha = fields.Date()
    descuento = fields.Float()
    descuento_texto = fields.Text()
    intereses = fields.Float()
    intereses_texto = fields.Text()
    extras = fields.Float()
    extras_texto = fields.Text()
    valor = fields.Float()
```

Views y Controladores Odoo

```
<template id="cobrar_alquiler_page">
    <link href="/realty/static/css/front_cobrar.css" rel="stylesheet" type="text/css"/>
    <t t-call="website.layout">
        <div style="text-align:center">
            <img class="logo" src="/realty/static/imgs/realty.png" />
            <form role="form" action="/realty/guardarRecibo" method="POST">
                <input type="hidden" name="csrf_token" t-att-value="request.csrf_token()"/>
                <input type="hidden" name="alquiler_id" t-att-value="alquiler.id" inputmode="numeric"/>
                <div class="payment-container">
                    <div class="payment-title">
                        <h1>Información del contrato</h1>
                    </div>
                    <div class="container2 preload">
                        <div class="creditcard">
                            <div class="front">
                                <div><label>Propiedad: <t t-esc="alquiler.contrato.propiedad.nombre"/></label></div>
                                <div><label>Propietario: <t t-esc="alquiler.contrato.propiedad.propietarios[0].contacto.nombre"/></label></div>
                                <div><label>Fecha Alquiler: <t t-esc="alquiler.fecha"/></label></div>
                                <div><label>Valor Alquiler: $<t t-esc="alquiler.valor"/></label></div>
                                <div><label>Fecha Vencimiento: <t t-esc="alquiler.fecha_vencimiento"/></label></div>
                                <div><label>Interes Diario: <t t-esc="alquiler.contrato.interes_diario"/>%</label></div>
                            </div>
                        </div>
                    </div>
                    <div class="form-container">
                        <div class="field-container">
                            <label for="fecha">Fecha Recibo</label>
                            <input id="fecha" name="fecha"  type="date"/>
                        </div>
                        <div class="field-container">
                            <label for="valor_alquiler">Valor Alquiler</label>
                            <input id="valor_alquiler" type="text" t-att-value="alquiler.valor" inputmode="numeric"/>
                        </div>
```

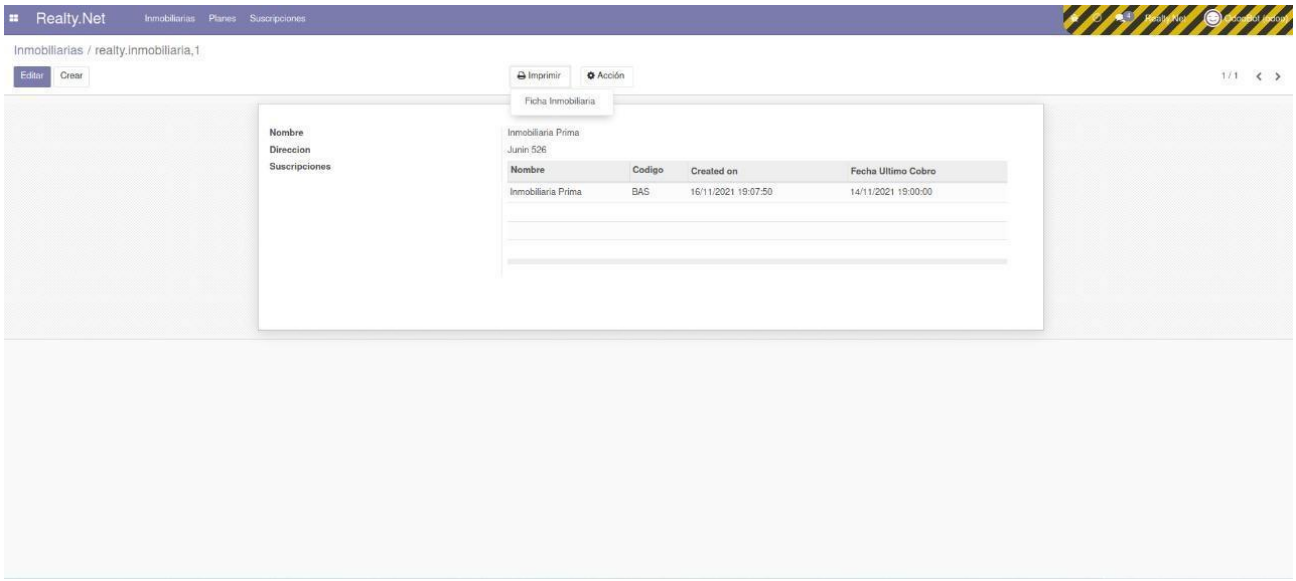
```
@http.route('/realty/cobrar', website=True, auth='public')
def realty_cobrar(self, **kw):
    return request.render('realty.cobrar_alquiler_page', {
        'alquiler': http.request.env['realty.alquiler'].search([("id", "=", kw.get('id'))]),
    })
```

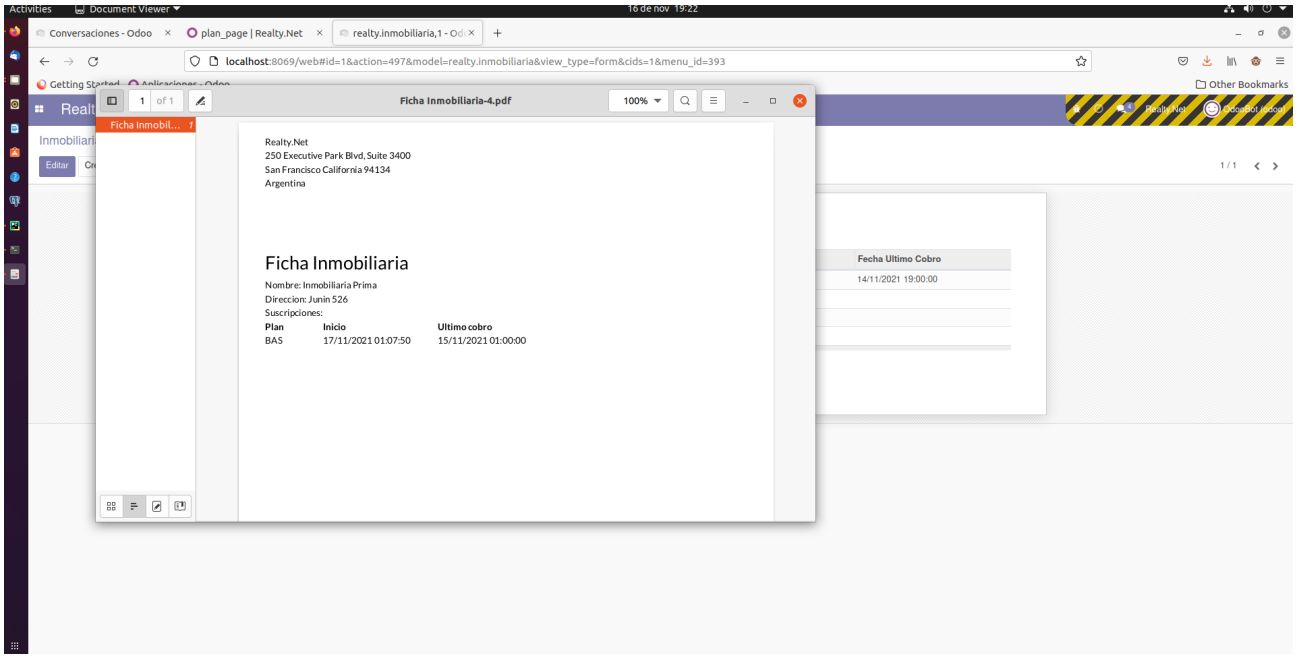
Datos iniciales y datos de prueba

Prueba

```
        <record id="1" model="realty.propiedad">
          <field name="inmobiliaria_id">1</field>
          <field name="nombre">Departamento 2 Dormitorios Amueblado</field>
          <field name="direccion">Entre Rios 500 3B, Rosario, Santa Fe</field>
        </record>
        <record id="2" model="realty.propiedad">
          <field name="inmobiliaria_id">2</field>
          <field name="nombre">Casa 3 Dormitorios</field>
          <field name="direccion">San Juan 510, Rosario, Santa Fe</field>
        </record>
    <!-- Contactos. -->
        <record id="1" model="realty.contacto">
          <field name="inmobiliaria_id">1</field>
          <field name="nombre">Brian Jones</field>
          <field name="direccion">Junin 526, Rosario, Santa Fe</field>
          <field name="dni">32513539</field>
          <field name="fecha_nacimiento">1986-11-28</field>
        </record>
        <record id="2" model="realty.contacto">
          <field name="inmobiliaria_id">1</field>
          <field name="nombre">Maria Carolina Rossi</field>
          <field name="direccion">Junin 526, Rosario, Santa Fe</field>
          <field name="dni">29206261</field>
          <field name="fecha_nacimiento">1982-02-23</field>
        </record>
        <record id="3" model="realty.contacto">
          <field name="inmobiliaria_id">1</field>
          <field name="nombre">Ivan Seggiaro</field>
          <field name="direccion">Pasco 540, Rosario, Santa Fe</field>
          <field name="dni">32832912</field>
          <field name="fecha_nacimiento">1987-03-19</field>
        </record>
```

Reporte - Ficha inmobiliaria





C Anexos

Videos

A continuación se encuentra el link al drive con los videos del proyecto y marketing sustentable:

https://drive.google.com/drive/folders/1eVQD_baaJ61xt44VOx9weLj2HgtbOU9r

Control de versionado - Github



bjonesmroots Reporte Ficha Inmobiliaria	fa77f0d 2 minutes ago	6 commits
controllers	Front suscripcion	5 hours ago
data	Front suscripcion	5 hours ago
demo	Reporte Ficha Inmobiliaria	2 minutes ago
models	Missing files	5 hours ago
reports	Reporte Ficha Inmobiliaria	2 minutes ago
security	Avances suscripcion	3 days ago
static	Missing files	5 hours ago
views	Reporte Ficha Inmobiliaria	2 minutes ago
.gitignore	Inicio repo con desarrollo existente	3 days ago
__init__.py	Inicio repo con desarrollo existente	3 days ago
__manifest__.py	Reporte Ficha Inmobiliaria	2 minutes ago

https://github.com/bjonesmroots/tfi-realtynet

Bibliografía

● Amor, D. (2001). La (R)evolución del e-business. Prentice Hall.
● Cornella , A., Malet , C., Mompó , F. L., & Sánchez Brugarola , J. (2015). Verne - El modelo de innovación de infonomia (3a edición ed.). Zero Factory .
● Grosso, F. (2005). Claves para el desarrollo de la empresa (1a ed ed.). Buenos Aires: Dunken.
● IT Deals. (2015). Diseño de aplicaciones Qlik Sense
● Kotler, P. (2003). El marketing se mueve: Una nueva aproximación a los beneficios, el crecimiento y la renovación. Buenos Aires: Paidós.
● Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing (Octava edición ed.). México: Pearson Educación.
● Laudon, K. C. (2009). e-commerce: negocios, tecnología, sociedad. México: PEARSON EDUCACIÓN.
● Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2008). Sistema de información gerencial (Décima Edición ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
● Plant, R. (2001). E Commerce- Formulación de una estrategia . Buenos Aires: Prentice Hall.
● Porter, M. E. (1991). Estrategia Competitiva. Compañía Editorial Continental.
● Pruvost, A. G., & Gaitán, J. J. (2001). El comercio electrónico al alcance de su empresa. Santa Fe.
● Saporosi, G. (1999). Clínica Empresaria. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
● https://www.cessi.org.ar/. (2021). Cámara de la Industria Argentina del Software. Buenos Aires
● https://www.properati.com.ar. (2019). Inmobiliaria. Buenos Aires
● https://proptechlatam.com/. (2021). Tecnologías para el sector inmobiliario. Buenos Aires
● https://cocir.org.ar/. (2021). Colegio de Corredores Inmobiliarios de Rosario. Rosario