



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DEPARTAMENTO DE CURSO MONOGRÁFICO

Trabajo Final de Grado para optar por el título de Licenciatura en

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título:

Servicios de Bróker a través de negocio a negocio (B2B) para PYMES del sector
inmobiliario, 2020.

Sustentantes:

Br. Grace M. Montilla 2006-0158
Br. Robinson Grullón 2010-1097
Br. Yoslenser De La Rosa 2013-0329

Profesores del módulo

Prof.: Santo Rafael Navarro, conferencista y auxiliar
Creación de Proyecto

Santo Domingo, D.N., República Dominicana

16 de agosto del año 2020

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	i
DEDICATORIA	iv
RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO 1: MODELO NEGOCIO A NEGOCIO (B2B-BUSINESS TO BUSINESS)	6
1.1 Concepto	6
1.2 Modalidad de operación del B2B.....	6
1.3 Ventajas competitivas	9
1.3.1 Impacto en las medidas de desempeño	9
1.4 Sistema de compra y venta presencial Vs B2B en RD.....	11
1.5 Sector inmobiliario en la República Dominicana.....	12
1.6 Marco conceptual e historia	13
1.6.1 Marco conceptual.....	13
1.6.2 Historia	14
1.7 Alcances del sector inmobiliario en la República Dominicana	16
1.8 Mercado de las Pymes Inmobiliarias.....	18
1.9.1 Producto Interno Bruto (PIB)	21
1.9.2 Sector Construcción	23
CAPITULO 2 – MODELO DEL BROKER INMOBILIARIO	25
2.1 Concepto de bróker.....	25
2.2 Bróker inmobiliario en la República Dominicana.....	26
2.2.1 Las características del profesional.....	27
2.2.2 Tipo de bróker en el mercado	28
2.2.3 Diferencia entre Bróker y Trader.....	29
2.2.4 Diferencia entre Bróker y Dealer.....	29
2.2.6 Aspectos Legales.....	30
2.3 Ventajas de un bróker en pymes del sector inmobiliario	32

2.4 Proyecciones del mercado económico en base al modelo del bróker Inmobiliario y Rentabilidad.....	33
2.4.1 El Sector Construcción en República Dominicana (1991-2008).....	33
CAPITULO III: IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO B2B ..	40
3.1 Metodología de implementación a nivel organizacional y operacional	40
3.2 Creación de un sitio Web	41
3.3 Automatización del proceso de negocios.....	43
3.3.1 ¿Qué es un BPMS? Business Process Management Suite	44
3.4 Integración del comercio electrónico en la empresa.....	45
3.4.1 Definición de Internet.....	46
3.4.2 Historia de comercio electrónico	46
3.4.3 Business to Business (B2B)	47
3.5 Pasos para la adopción eficiente del Comercio Electrónico.....	49
3.6 Simulación del Proyecto de plataforma B2B de Fleming y Martolio.....	52
CONCLUSIÓN	70
RECOMENDACIONES	72
BIBLIOGRAFÍAS	73

INDICE DE FIGUARS

Figura No. 1 Comercio electrónico entre empresas B2B	15
Figura No. 2 - Jurisdicción Inmobiliaria de la Republica Dominicana	16
Figura No. 3 - Flujo del Mercado de las Pymes Inmobiliarias	18
Figura No. 4 - Proyectos Turísticos Inmobiliarios en República Dominicana ..	19
Figura No. 5 - Transacciones Económicas Inmobiliarias	20
Figura No. 6 – Flujograma de Exportaciones de Bienes	26

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto va dedicado a Dios principalmente y a mi madre Maria Ramona por haberme regalado la oportunidad de vivir y de proporcionarme todo lo necesario para poder lograr mis objetivos profesionales, gracias a los consejos que me diste para poder lograr y alcanzar mis logros.

Agradezco a mi padre Roberto Antonio, por estar omnipresente y brindarme los más sabios consejos que llevo guardados en mi corazón y gracias por esos valores que hoy me definen como hombre.

Mis fieles agradecimientos a todos aquellos que de alguna manera o forma contribuyeron a la realización de este proyecto a mis compañeros Grace y Yoslencer gracia por sus constantes aportes para la implementación de este trabajo.

A mis padres por haberme brindado el apoyo, la oportunidad de prepararme y estudiar en esta institución.

Quiero también agradecer a la universidad UNAPEC, por formarme junto a todos los profesores que aportaron todos sus conocimientos, experiencias y desarrollarme para adquirir mis objetivos profesionales.

Robinson Grullón

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar debo agradecerle a Dios, pues sin su ayuda jamás podría haber completado este gran paso que hoy doy en mi vida.

Es una necesidad y obligación agradecerle a mi familia, a mis padres por su gran esfuerzo de darme una buena educación y a mi hermana por siempre estar al pendiente de mí.

A mis compañeros, Grace y Robin les agradezco su gran esfuerzo y dedicación.

A nuestro asesor Santo Navarro gracias por su orientación en esta investigación, de igual forma agradezco a Raul Santana, Socrates Aguasvivas, Elena y Francisca Caro y todos los demás profesores que durante mi carrera me motivaron siempre a dar lo mejor de mí, sería imposible mencionarlos a todos pero en mi mente los llevo presente, gracias!

Yoslenser De La Rosa

AGRADECIMIENTO

Gracias infinitas al Rey de Reyes, mi señor Jesucristo, por permitirme llegar hasta aquí! Muy a pesar de las pruebas, siempre la fe en ti fue más grande.

Agradezco a mi familia, mi motor de vida! Mi hermosa madre, Guillermina Linares, quien con su gran esfuerzo, dedicación y apoyo en todo momento fue un gran soporte para continuar este trayecto académico. Igualmente, agradezco a una madre que Dios me regaló, con el título de tía Maribel Linares, siempre tu niña, gracias por siempre estar para mí, por ser parte fundamental en todo momento para yo lograr esta meta y ser mi soporte y ayuda siempre que lo he necesitado.

Muchas gracias Consuelo Polanco, por esos valores y deseos de superación inculcada pero sobre todo por tu grandioso amor, mi viejita querida.

Gracias a mis tíos, esos que han sido mis padres, Arhys Linares, José Linares y Francisco Linares, sus cuidados, apoyo, protección y sabios consejos me hicieron más fuerte para perseguir mis metas, esta es una!

Gracias grandemente a mis hijos, Gracnel & Engels Haylet, mi musa inspiradora, gracias por comprender el haberle tomado prestado parte de su tiempo para concluir mi meta. Los Amo!

GRACIAS! A todas las personas que han estado conmigo apoyándome fielmente, a mi esposo Ángel Díaz y mis amistades.

Gracias Mil a mí querido profesor y asesor Santos Navarro y a mis compañeros Yoslenser y Robinson, excelente trabajo!

Grace Madonna Montilla Linares.

DEDICATORIA

Dedico este sueño logrado a quien en vida fue más que una hermana, mi mejor amiga, confidente y hasta madre, **EVELYN MONTILLA (AILE)**, tu apoyo, ayuda para lograr avanzar mis estudios, hoy día están aquí, siento mucho que no estés físicamente para que veas a tu hermanita logrando una de sus metas, por la cual tú tanto luchaste. **Te amo Aile!**

Asimismo, les dedico este logro a ustedes mis ángeles celestiales:

- Frasede Linares (Mi abuelo) gracias por ser mi padre y dador de grandes valores,
- Francisco Polanco (Panchito) nunca olvidare tu amor incondicional y apoyo en todo momento para mí viejo querido, fuiste el mejor padre que pude tener
- y a mi querido hermano Wander Montilla, siempre fuiste muy orgulloso de lo estudiosa que era, aquí esta uno de mis logros manito, Te quiero mucho!

Grace Montilla

Resumen Ejecutivo

En este capítulo podemos ver el concepto y modelo de negocio de B2B (business to business) la modalidad de que éste opera y cómo interactúan las empresas al utilizar este procedimiento lo cual le trae ventajas competitivas tanto al proveedor como al cliente.

Conoceremos la diferenciación entre el sistema de compra y venta presencial y el sistema B2B, de igual forma abordaremos acerca del Sector Inmobiliario en la República Dominicana.

El Sistema Inmobiliario de la Republica Dominicana, hoy en día, goza de gran credibilidad, solidez y confianza en los procesos de negociaciones en la compra y venta de bienes inmobiliarios. De tal forma, que gracias a la modificación de la primera ley 1542, la cual que dio a lugar la jurisdicción al marco legal de los procedimientos de las operaciones inmobiliarias del país que garantiza el respeto a la adquisición de inmuebles.

Con la disposición en vigencia de la nueva ley 108-05, la Jurisdicción Inmobiliaria de la Republica Dominicana, logra tener mejores reformas en los procesos legales con un mayor alcance tecnológico, garantizando transparencia en dicho sistema.

El mercado Inmobiliario logra mayor rentabilidad y liquidez, gracias a la ley 189-11 que crea el sistema hipotecario de la Republica Dominicana y Fideicomiso, impulsando la compra de viviendas a personas de escasos recursos mediante el

sistema financiero, lo cual ha sido de gran auge para el mercado inmobiliario, situándose hoy en día con buena solvencia y desarrollo en la economía del país.

Lo anteriormente expuesto, se refleja en los datos estadísticos del informe económico que reporta el Banco Central de la Republica Dominicana, donde se puede apreciar que parte del Producto Interno Bruto (PIB) en el período enero – marzo 2019 – 2020*, está comprendido por un crecimiento del sector inmobiliario de un 4.7% a 5.0%, lo cual representa en este primer trimestre del año DOP\$ 302,711.70 millones de pesos, en préstamos a la construcción y adquisición de viviendas.

El Sector Inmobiliario en la República Dominicana, ha tenido avances significativos los cuales le han permitido obtener la confianza del cliente o comprador. Para nadie es un secreto que en nuestro país el tema de compra y venta de bienes inmobiliarios era un acto temeroso y dudoso por muchos debido a la cantidad de fraudes que rodeaban esto.

Actualmente, con los avances del sector, tenemos diferentes modalidades de entes que son un soporte para lograr una transacción fidedigna. Una de ellas, es el Bróker Inmobiliario, que es una persona capacitada profesionalmente con todos los conocimientos requeridos el cual tiene la función de orientar a sus clientes en la búsqueda de sus necesidades inmobiliarias, pero además es responsable de gestionar los aspectos legales correspondientes a la compra, venta o alquiler del inmueble.

Las habilidades que posee un bróker inmobiliario son de gran ayuda para aquellas personas que busquen comprar o vender un inmueble puesto que, el bróker le ofrecerá toda su experiencia en el sector inmobiliario, siempre con la responsabilidad de orientar al cliente a tomar las mejores decisiones.

Las organizaciones que han tomado la decisión de avanzar con los cambios y adoptar los nuevos modelos de comercio han sido beneficiadas en gran manera gracias al comercio electrónico o también conocido como E-commerce. El comercio electrónico permite minimizar y ampliar la capacidad de hacer negocios.

La velocidad feroz que se vive hoy día en el mundo de la informática, ha permitido la creación de tecnología Internet/Web, una herramienta fundamental para redes de computadoras y sus usuarios. Internet ofrece un nuevo mercado que define la “economía digital”. Los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica, sean con fines comerciales o sociales.

Debido a esta era tecnológica contamos con todo al alcance de un click. Es decir, realizamos transacciones de comercio sin importar la distancia, buscando satisfacer los deseos del consumidor, a través del comercio electrónico y el negocio electrónico.

Introducción

La siguiente investigación tiene como objetivo principal hacer una implementación sobre los servicios de broker utilizando modelo de negocio Business to Business para PYMES de Inmuebles en la República Dominicana.

El sector inmobiliario en la República Dominicana se encuentra en constante crecimiento, debido a la construcción de nuevas torres y residenciales, se puede decir que el mercado inmobiliario actualmente se encuentra en auge, y esto lo podemos comprobar con la aparición de nuevos proyectos inmobiliarios ubicados en el gran Santo Domingo, cabe destacar que este crecimiento también se ha visto reflejado en la economía del país ya que, las principales inversiones provienen del extranjero.

Debido este crecimiento por el que el país ha estado experimentando cada vez más son solicitados los servicios de un broker, pues este profesional llega para hacer que el proceso de compra-venta sea más sencillo para quienes estén interesados en adquirir o vender un inmueble ya que, este profesional es una persona calificada y con vasta experiencia en este sector, lo que supone un gran ayuda para las partes interesadas.

Los tiempos cambian, nuevas tecnologías llegan a diario a nuestras vidas y las formas tradicionales de hacer negocios con el tiempo han estado cambiando, hoy en día la tecnología ha avanzado tanto que ya no es necesario salir de nuestros hogares para adquirir artículos de cualquier tipo, y esto mismo es lo que sucede con el modelo de comercio electrónico B2B, el cual permite que dos

partes hagan sus transacciones comerciales totalmente electrónica estando en lugares distintos. Precisamente esta investigación tiene como objetivo principal hacer una implementación en el que las personas puedan conocer algún proyecto que les interese sin la necesidad de salir de sus hogares.

Capítulo 1: Modelo negocio a negocio (B2B-BUSINESS TO BUSINESS)

1.1 Concepto

B2B es decir, business to business o También conocido como negocio a negocio, significa que es un término de negociación de negocio a negocio, es un acuerdo en el que las transacciones de bienes o prestación de servicios se producen entre dos empresas. Este es un término muy conocido en el ámbito negocios ya que la transacción se hace solo entre dos empresas, prescindiendo así del consumidor final.

1.2 Modalidad de operación del B2B

Sistema de respuesta es la capacidad del sistema de compras B2B para responder a las necesidades del usuario y la empresa. Refleja no solo el tiempo necesario para que el usuario obtenga lo que necesita, sino también la capacidad de localizar fuentes alternativas, dentro de un tiempo razonable, si es necesario. Por ejemplo, un usuario o una unidad de negocio pueden requerir un artículo crítico para evitar la inactividad de maquinaria de producción costosa.

La demora en localizar o adquirir el artículo puede costar más, aunque indirectamente, que incluso el costo del artículo. En tales situaciones, un sistema receptivo ayudará a buscar ubicaciones internas y externas para encontrar el artículo en el menor tiempo posible y la mejor manera de llevarlo a la unidad de negocios.

En resumen, al implementar un sistema de adquisición basado en la Web, una empresa puede anticipar el siguiente impacto potencial en sus medidas intermedias y de desempeño.

Impacto en medidas intermedias: Menores costos de transacción Menores costos de mantenimiento de inventario Menor precio

Impacto en las medidas de desempeño: Mayor calidad del proceso Menores costos totales de adquisición Mayor satisfacción del usuario Mayor capacidad de respuesta del sistema.

El valor potencial de un sistema de adquisiciones basado en la web para una organización es el grado en que puede obtener beneficios de los sistemas, neto de sus inversiones y otros costos de implementación.

Una forma de estimar el valor de un sistema es cuantificar las mejoras en las medidas de desempeño en algunos términos económicos. Sin embargo, medir y cuantificar el impacto en las medidas intermedias proporcionará una estimación más precisa del valor del sistema (Kauffman y Kriebel, 1988; Mukhopadhyay, 1998), pero requieren datos más detallados a nivel de proceso.

Los costos de búsqueda son los costos incurridos por el comprador para localizar un vendedor apropiado y comprar un producto (Bakos, 1997). Los costos de búsqueda en compras se realizan en dos lugares: cuando el comprador profesional busca un proveedor para contratar compras y cuando el usuario individual de la organización busca el producto apropiado para ordenar.

En ambos casos, la Web y los motores de búsqueda asociados reducen considerablemente los costos de búsqueda, lo que puede ser bastante significativo en las grandes organizaciones.

Los motores de búsqueda habilitados para la Web ayudan a los usuarios a buscar fácilmente utilizando múltiples métodos para garantizar que pueda encontrar el producto adecuado incluso con información limitada disponible. Esta "facilidad de uso" del sistema reduce las "*Compras Premium*", donde el usuario recorre el sistema de adquisición e incurre en mayores costos de procesamiento y producto (Kalakota y Robinson, 1999).

Las capacidades basadas en la Web integradas en los sistemas de adquisición electrónica ayudan a las organizaciones a crear un proceso de adquisición eficiente y receptiva. Más específicamente, el uso de las compras electrónicas impacta cuatro actividades principales de compras B2B: búsqueda, negociación y contratación, coordinación y monitoreo y control.

Los usuarios y el personal de adquisiciones dedican una cantidad considerable de tiempo a identificar el Buscar: Los usuarios y el personal de adquisiciones dedican una cantidad considerable de tiempo a identificar el producto y proveedor adecuados para satisfacer sus necesidades comerciales.

Se utiliza un IOS basado en la Web, como el sistema de adquisición electrónica, para localizar rápidamente un producto o proveedor requerido. Mediante el uso de catálogos electrónicos y motores de búsqueda inteligentes, los usuarios pueden buscar en categorías y especificaciones de productos para identificar el

producto correcto para ordenar en un tiempo considerablemente menor. Además, al vincularse a sistemas empresariales, como ERP que es un sistema de planificación de recursos empresariales, y completar automáticamente los detalles necesarios para el pedido, la interfaz de usuario habilitada para la Web minimiza los datos que se ingresan, evitando así una fuente importante de errores y desajustes.

1.3 Ventajas competitivas

El sistema de negociación B2B (Business to Business); posee amplias ventajas competitivas con las exigencias del mercado global de hoy día. De tal forma, que esta metodología llegó para quedarse, desarrollando nuevos nichos de mercado y facilitando un acceso más directo entre el cliente y el comerciante.

1.3.1 Impacto en las medidas de desempeño

El impacto del uso de Web por B2B en las medidas de rendimiento puede discutirse en función del concepto de primer orden y los impactos de orden superior sugeridos en la literatura de TI (Barua, et.al., 1995; Kauffman y Kriebel, 1988). El impacto de primer orden está en las medidas intermedias que están más cerca del proceso, lo que a su vez afecta las medidas de desempeño.

Uno de los impactos más visibles en el rendimiento de la adquisición basada en la web es la menor Costo total de adquisición. La reducción en el rendimiento de la adquisición basada en la web es la menor Costo total de adquisición. La reducción en el tiempo del ciclo de transacción, causada por el uso de

adquisiciones basadas en la web, reduce el tiempo de trabajo utilizado en el proceso y el componente de costo laboral de los costos de transacción.

Los costos incurridos debido al procesamiento electrónico y la coordinación son varias magnitudes más bajas que las involucradas en el procesamiento manual y la coordinación. La menor incidencia de errores en un sistema de adquisición basado en la web reduce la necesidad de mano de obra para la resolución de errores, lo que reduce los costos de transacción.

Con menos tiempos de entrega para adquirir productos, las organizaciones pueden almacenar menos en inventario y aumentar los turnos de inventario, lo que lleva a menores costos de inventario. El precio promedio más bajo negociado para los artículos contratados y los costos de desarrollo de productos más bajos contribuyen a la reducción en los costos totales de adquisición.

Negociación y contratación: La negociación y contratación basada en la web ha tenido un impacto significativo en los costos para la empresa. El uso de la Web reduce el tiempo y los recursos gastados por varias partes en el intercambio de información.

1.4 Sistema de compra y venta presencial Vs B2B en RD

Las tecnologías a nivel mundial han tenido grandes avances en todos los ámbitos y República Dominicana no se ha quedado atrás, tratando siempre de estar a la vanguardia dentro de lo que pueda con las grandes potencias, teniendo referencia a los Estados Unidos por estar en el mismo continente.

En la República Dominicana muchos modelos de compras han llegado junto con esas nuevas tecnologías, hace unos años en este país hablar de compras por internet era todo un tabú, de igual forma no se podía hablar de llevarlas a cabo pues se creía que era un mito y existía mucha incertidumbre alrededor de este tema, gracias a todos los factores ya mencionados los dominicanos preferían un sistema de compra y venta más tradicional, donde las transacciones se hacían de forma persona y podían obtener sus compras al instante.

Este nuevo sistema de negocio mejor conocido como eCommerce ha revolucionado las compras y ventas presenciales motivando y de cierta forma ejerciendo algo de presión a las empresas que aún no emplean este nuevo modelo de negocio, en los últimos años muchas pymes han optado por este sistema, pudiendo llamarles ePymes pues son pequeñas empresas que sin la necesidad invertir capital en un local presencial para la comercialización puesto que, las tiendas online no requieren de dicho espacio físico, esto se transforma en que solo necesitan un almacén para almacenar sus mercancías ya que las compras se hacen por internet.

Hoy en el año 2020 es muy común ver empresas utilizando este sistema de negocios en plataformas como Instagram, Facebook, eBay y Amazon, gracias a este tipo de empresas se puede llevar a cabo el modelo de negocios B2B sin la necesidad de que terceros intervengan para realizar la compra y venta.

El modelo B2B es un gran paso para las compras y venta en la República Dominicana ya que cada día es más común que las personas busquen comodidad y no tener que salir de sus casas para hacer las compras y ventas supone una ventaja para este modelo, es de esperarse que en los próximos años este sistema de negocio B2B tome más peso en este país y muchas más personas opten por usarlo.

1.5 Sector inmobiliario en la República Dominicana

El Sector Inmobiliario en República Dominicana ha sido de gran importancia para el crecimiento de la república, esto debido a cada vez más dominicanos o incluso extranjeros quieren invertir en el sector inmobiliario de este país, ya sea para su jubilación o simplemente por invertir en estas tierras.

Hace algunos años en la ciudad de Santo Domingo no se esperaba ver tantas torres y apartamentos como lo es hoy en día, sólo basta con pasar la zona oeste del país, San Isidro y las Américas para ver el gran cambio y la cantidad de nuevos edificios de apartamentos que se han construido en los últimos años.

Según un estudio dio a conocer que, en 2019 se registró un auge inmobiliario por la construcción de viviendas turísticas y viviendas de bajo costo. Achacaron el dinamismo a los beneficios que otorga la Ley 189-11 para el desarrollo del

mercado hipotecario y el fideicomiso en la República Dominicana. Se ha creado una cultura de inversión en la que se entiende que invertir en el sector inmobiliario para alquilar es más rentable que ahorrar en el sistema financiero. Grupo Jesús Banderas. (2019).

El sector inmobiliario también se ha beneficiado de las nuevas tecnologías, de hecho es muy común encontrarse anuncios sobre la venta, compra y/o alquiler de algún bien inmobiliario lo que resulta a su vez mucho más fácil para obtener información importante acerca de dichos inmuebles, solo basta con buscar “alquiler o compra de un apartamento” y aparecerán muchos anuncios, de hecho mi familia ha hecho uso de dichas plataformas para la compra y venta de bienes inmobiliarios.

1.6 Marco conceptual e historia

1.6.1 Marco conceptual

B2B: B2b hace referencia a las siglas en inglés Business to business, que a su vez traducido al español significa negocio a negocio, este es un modelo de negocio donde las transacciones se efectúan entre dos negocios o comercios.

Compra: Compra es la acción que se lleva a cabo al realizar un intercambio de un bien por un valor monetario.

PIB: Estas siglas hacen referencia al producto interno bruto y este mide el valor de un bien o servicio.

Desempeño: es el acto y la consecuencia de desempeñar: cumplir una obligación, realizar una actividad, dedicarse a una tarea. Esta acción también puede vincularse a la representación de un papel. Pérez, J. Merino, M. (2017).

Capacidad: Se denomina capacidad al conjunto de recursos y aptitudes que tiene un individuo para desempeñar una determinada tarea. Duarte, G. (2008).

1.6.2 Historia

Para comprender la historia del business to business debemos comprender, al menos en una pequeña parte, la historia del intercambio comercial. Sobre todo la parte que concierne a los canales de distribución de los productos ofertados. En una economía de mercado primitiva, los canales de distribución son muy limitados. En este tipo de mercado local, la oferta además de estar acotada por la escasez de recursos y materias primas, está muy condicionada por la demanda. Es decir, en una economía local, la oferta se ajusta rápida e indispensablemente a la demanda. Edén, A. (2014).

Los avances tecnológicos permiten a los productores aumentar la cantidad de oferta. Producen una cantidad de bienes mayor. Esto es en parte gracias al incremento del provecho que se obtiene de la misma cantidad de materia prima. Y por otro lado, al proceso continuo y gradual de globalización (basado también en los avances tecnológicos) que permite a los oferentes acceder a nuevas fuentes de materias primas y a nuevos mercados. Edén, A. (2014).

A principios de 1970 los avances tecnológicos permiten el nacimiento del intercambio electrónico de datos o EDI. EDI son las siglas de Electronic Data Interchange, intercambio electrónico de datos. El sistema EDI permite el intercambio (envío y recepción) de documentos comerciales por vía telemática. Edén, A. (2014).

El intercambio electrónico de datos permite a las empresas realizar operaciones tales como pedidos de compra o facturación con mayor amplitud y velocidad, multiplicando sus posibilidades. La comunicación entre empresas se vuelve mucho más sencilla lo que supone una aportación más al proceso de diversificación y especialización. Más tarde se incluyeron las actividades denominadas como comercio en red directamente relacionadas con la compraventa de productos a través de internet. Edén, A. (2014).

El Business to Business o B2B engloba las relaciones comerciales de bienes y servicios realizadas exclusivamente entre empresas y en las que no interviene el consumidor final. Un sistema B2B proporciona herramientas para administrar la gestión de compras proveedores e incluso realizar licitaciones. Edén, A. (2014).



Figura No. 1 Comercio electrónico entre empresas B2B

1.7 Alcances del sector inmobiliario en la República Dominicana

No es un secreto para nadie, especialmente para la comunidad jurídica nacional e internacional, los avances hacia la modernización que hemos obtenido en la República Dominicana con la implementación y vigencia de la Ley núm. 108-05, la cual sustituyó la vieja Ley núm. 1542 del año 1947.

El 11 de octubre del 1947, fue dictada la Ley 1542 de Registro de Tierras, que reconoce los principios y criterios de la Ordenanza No. 511, que instituye el Sistema Torrens en la República Dominicana. Durante 58 años esta ley fue la base del desarrollo inmobiliario del país. El desarrollo de nuevas tecnologías tanto en la materia de mediciones, como en técnicas registrales y procedimientos hizo necesario dotar al sistema dominicano, de un marco normativo más flexible que permitiera dar respuestas ágiles, seguras y eficientes, adecuadas para la realización de negocios de manera pronta e inequívoca.



Figura No. 2 - Jurisdicción Inmobiliaria de la Republica Dominicana

Para estos fines fue promulgada la Ley 108-05 de Registro Inmobiliario, en fecha 23 de marzo del 2005, facilitando la incorporación de modernas tecnologías y procedimientos, tales como: la técnica del folio real a través del Registro Complementario, el uso del GPS para la ubicación de parcelas, implementación de sistemas informáticos para el control y organización de archivos, publicidad de la información y manejo de operaciones en los distintos órganos de la Jurisdicción.

La institución de El Referimiento en materia de tierras es otra conquista invaluable, que la ley anterior no lo contemplaba, el cual permite ahora la detención o paralización de un acontecimiento manifiestamente ilícito, como lo reza la disposición legal contenida en la Ley núm. 834 del 17 de julio del año 1978. Igualmente es un avance en esta materia la necesidad legal de obtener y expedir la certificación de Registro de Títulos previa a cualquier operación de un Certificado o Matrícula.

Debemos reconocer la revolución jurídica que ha creado en nuestros tribunales, la puesta en vigencia y aplicación de la Ley núm. 108- 05, no solo en cuanto a la modernización y agilización de la materia, sino que no se avizoran subterfugios tendentes a propiciar o alterar el sagrado y legítimo Derecho a la Propiedad Inmobiliaria.

En cuanto al Saneamiento, hemos visto como esta ley lo caracteriza y consagra. No solamente se conforma en describirlo y contemplarlo, sino que trata e impone la más amplia publicidad en el proceso, requiriendo la notificación de todos y

cada uno de los propietarios que en sus colindancias puedan tener interés, a fin de evitar inobservancias.

En conclusión, la puesta en marcha de esta nueva Ley 108-05, el sistema inmobiliario de la República Dominicana ha logrado modernizar los procedimientos para la buena inversión en la adquisición de terrenos y/o propiedades inmobiliarias, brindando confianza y seguridad en dicho proceso. Asimismo, ha introducido a la materia de tierras instituciones útiles y modernas que han hecho esta jurisdicción mucho más garantista y respetuosa de los derechos fundamentales.

1.8 Mercado de las Pymes Inmobiliarias

El país se registra un gran auge del mercado inmobiliario, impulsado por la construcción de apartamentos para inversión, de residencias turísticas y de viviendas de bajo costo. El dinamismo a los beneficios que otorga la Ley 189-11 para el desarrollo del mercado hipotecario y el fideicomiso en la República Dominicana, la cual crea un marco legal unificado para impulsar el desarrollo del mercado hipotecario de la República Dominicana, igualmente incorpora la figura del fideicomiso en áreas de complementar la legislación financiera.



Figura No. 3 - Flujo del Mercado de las Pymes Inmobiliarias

El sector inmobiliario dominicano se encuentra en estos momentos en una etapa de desarrollo, sobre todo en las nuevas tendencias del mercado. Actualmente se están desarrollando con mucho éxito, a nivel de clase media alta, lo que son los proyectos de inversión (apartamentos) de una y dos habitaciones con áreas sociales, denominados “condohotel”, y los proyectos turísticos para fines de renta. En las zonas turísticas como Bávaro y Punta Cana, son realizadas importantes ventas tanto por dominicanos como por extranjeros. Uno de los esquemas más utilizado en las zonas turísticas es la renta de corta estadía, lo que permite buenas ganancias a los adquirientes de la propiedad.



Figura No. 4 - Proyectos Turísticos Inmobiliarios en República Dominicana

La construcción de muy buenos proyectos de viviendas de bajo costo en zonas periféricas de la ciudad, con el apoyo de la Dirección de Fideicomiso, también da dinamismo al sector. El fideicomiso le da una mayor garantía y tranquilidad al adquirente por el nivel de transparencia en que se manejan los procesos.

El mercado inmobiliario en dominicana está muy ofertado, por lo que, si se cuenta con un promotor audaz o un equipo de vanguardia en desarrollo

inmobiliario, se concretarán ventas exitosas y a precios competitivos. Expertos sugieren que, para continuar con la rentabilidad del sector, es conveniente afianzar la transparencia en las transacciones y aprovechar las bondades del ramo turístico, teniendo en cuenta la competitividad y flexibilidad que brindan los corredores de bienes raíces.

Esta transparencia en el desarrollo inmobiliario cada vez es más fácil de conseguir gracias a los Fideicomisos. En el país hay un proyecto de ley en discusión para regularizar el mercado. Entre los redactores de la normativa está la Asociación de Empresas Inmobiliarias; el compendio también fue entregado al Banco Central e Impuestos Internos.

1.9 Flujo económico de las inmobiliarias dominicanas.

Actualmente el mercado inmobiliario en la Republica Dominicana está en su mejor etapa de crecimiento. La gran aceptación por parte de los inversionistas y la población en la adquisición de terrenos y viviendas para habilitar ó simplemente ser su fuente de recursos, ha conllevado a que nuestras inmobiliarias hayan tenido un notorio crecimiento en la economía dominicana.



Figura No. 5 - Transacciones Económicas Inmobiliarias

Dicho esto, observaremos el flujo económico de las empresas inmobiliarias de la Republica Dominicana, durante el período 2019 hasta el primer trimestre del 2020, antes una situación de pandemia mundial.

1.9.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Los resultados del Producto Interno Bruto (PIB) real en enero-marzo de 2020 muestran un comportamiento neutral respecto al mismo trimestre del año anterior, al registrar una variación interanual de 0.0%. Este resultado es consistente con las variaciones interanuales del Indicador Mensual de Actividad Económica (IMAE) de 4.7%, 5.3% y -9.4% registradas en los meses de enero, febrero y marzo del presente año, respectivamente.

Particularmente, el resultado de la economía en el mes de marzo refleja el impacto de las medidas de prevención ante la propagación del coronavirus (COVID-19), que contemplan el distanciamiento social, la suspensión de operaciones en actividades económicas no esenciales, cierre de las fronteras del país por aire, mar y tierra, toque de queda desde las 5:00 p.m. hasta las 6:00 a.m., limitaciones en el transporte público, entre otras medidas sanitarias. Estas disposiciones implementadas por el Poder Ejecutivo, al igual como se ha hecho de manera sincronizada a nivel internacional, han sido necesarias debido a la transmisión comunitaria del virus.

En cuanto al detalle de los resultados del primer trimestre de 2020, las actividades económicas que presentan variaciones positivas son: salud (12.3%), servicios financieros (9.0%), energía y agua (5.0%), comunicaciones (4.6%),

actividades inmobiliarias (5.0%), agropecuaria (5.0 %), otras actividades de servicios (4.0%), manufactura zonas francas (3.5%) y comercio (1.8%). Por otro lado, los sectores que se han visto más afectados por las medidas de confinamiento implementadas a partir del mes de marzo han sido hoteles, bares y restaurantes (-17.4%), construcción (-3.2%), transporte y almacenamiento (-3.0%) y manufactura local (-1.4%).

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) REAL

Enero - Marzo 2019-2020*

Tasa de Crecimiento (%)

Actividad	2019	2020
Agropecuario	3.6	5
Explotación de Minas y Canteras	5.8	-9.6
Manufactura Local	2.5	-1.4
Manufactura Zona Francas	1.6	3.5
Construcción	13.5	-3.2
Servicios	5.3	1
Energía y Agua	11.3	5
Comercio	2.6	1.8
Hoteles, Bares y Restaurantes	5.6	-17.4
Transporte y Almacenamiento	6.3	-3
Comunicaciones	-5.5	4.6
Servicios Financieros	8.1	9
Actividades Inmobiliarias y de Alquiler	4.7	5
Administración Pública	5.7	3.1
Enseñanza	3.7	1.9
Salud	4.5	12.3
Otras actividades de Servicios	6.7	4
Valor Agregado	5.6	0.3
Impuestos a la producción netos de subsidios	6.7	-3.2
Producto Interno Bruto	5.7	0

1.9.2 Sector Construcción

Durante el primer trimestre del año, el valor agregado de la actividad construcción presentó una contracción de 3.2% en su valor agregado, en respuesta a la paralización total de los proyectos en ejecución a finales del mes de marzo, como medida para prevenir la propagación del COVID-19, lo reflejándose en una caída en las ventas de los principales insumos de esta actividad.

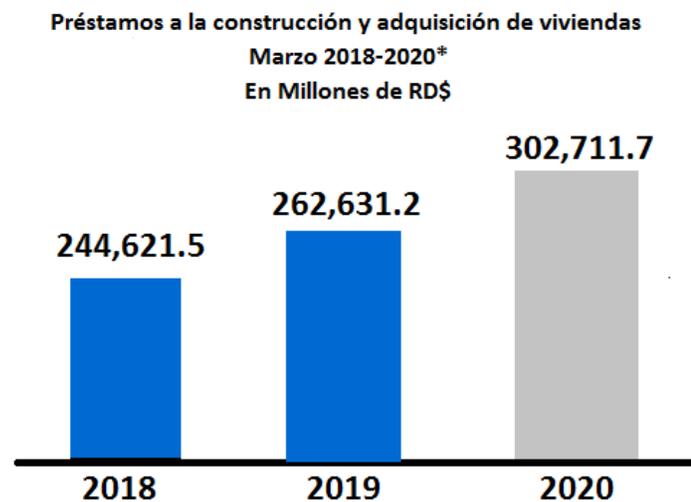
Indicadores de Construcción Enero - Marzo 2019-2020* Tasa de Crecimiento (%)

Indicadores	2019	2020
Valor Agregado	13.5	-3.2
Volumen de ventas nacionales		
Cemento	12	-7.9
Pintura	4.2	-21.6
Estructura	2.5	-3.2
Metálica		
Volumen de importaciones		
Cemento	152.6	7.2
asfáltico		
Ventas del resto de Materiales	43.2	5.2
Préstamos a la construcción y adquisición de viviendas (RD\$)	7.4	15.3

En este contexto, el volumen de ventas locales de pintura, cemento y estructuras metálicas se redujo en 21.6%, 7.9% y 3.2%, respectivamente. Mientras, el volumen de cemento asfáltico importado registró un crecimiento de 7.2% y las ventas del resto de materiales utilizados en la construcción crecieron en 5.2%, aminorando la caída de la actividad.

Es importante destacar que previo al cese de operaciones de las obras de construcción, durante el primer trimestre fueron culminados varios proyectos viales, hidráulicos, medioambientales e infraestructuras, tales como: el Tramo 2B de la Circunvalación Juan Bosch o de Santo Domingo, la reconstruida carretera Navarrete-Puerto Plata, la Circunvalación San Juan, el proyecto habitacional Vista del Río en San Juan de la Maguana, entre otros.

Por otro lado, los recursos canalizados a través del sistema financiero para la construcción y adquisición de viviendas alcanzaron la suma de RD\$ 302,711.7 millones al cierre del mes de marzo 2020, los cuales resultaron superiores en 15.3%, con respecto al mismo período del año anterior.



CAPITULO 2 – MODELO DEL BROKER INMOBILIARIO

2.1 Concepto de bróker

Un bróker, es un intermediario entre las negociaciones de compra y venta del inversionista y el vendedor. Es un ente capacitado en el área a desarrollar con el fin de dar las mejores soluciones a su cliente. Busca las mejores oportunidades, de forma tal, que las operaciones generen el máximo en ganancias. (Montilla Grace, 2020)

El rol de un bróker en el proceso de negociación es rentable en la medida que utilizan varias formas de capital acumulado a lo largo de sus trayectorias para crear su credibilidad (y poder). De esta forma existen grandes incentivos para formar parte en esta constante redefinición y expansión de nuevas fronteras, porque el bróker toma ventaja de los constantes micro-cambios para valorizar su posición, agregar a su propio portafolio y subir en las jerarquías sociales y profesionales. (Dezalay y Garth, 2011).

El concepto de bróker ha sido utilizado también en América Latina en el marco de los debates que buscan vincular la esfera de la investigación académica y la elaboración de políticas públicas en el área educativa a partir de los años noventa. En este contexto la idea de bróker de conocimiento se asocia a aquellos agentes “capaces de promover políticas, programas, proyectos e intervenciones posibles de ser puestas en práctica en situaciones de alta complejidad, caracterizadas por escasez de recursos, presiones sociales, políticas, visiones distintas y, también, contradictorias”, la vez que capaces de

“traducir datos, resultados de investigaciones, reflexiones, análisis de opciones políticas y estudios de caso a recomendaciones políticas que sean válidas para contextos nacionales particulares” (Swope, 1996, p. 17).

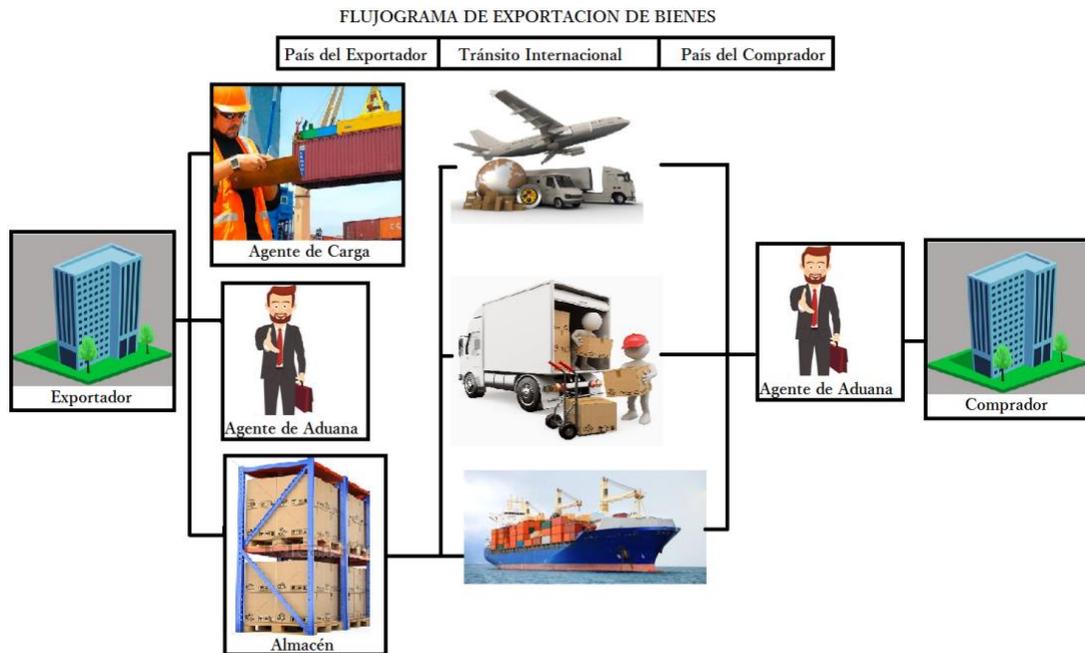


Figura No. 6 – Flujograma de Exportaciones de Bienes

2.2 Bróker inmobiliario en la República Dominicana

Una de las cosas por la que la mayoría de las personas suelen luchar durante su vida productiva es ahorrar cierta cantidad de dinero para tener un “techo” propio, un lugar que le proporcione seguridad durante su vejez y donde pueda compartir con sus seres queridos. Empezar la búsqueda del apartamento o casa soñada puede resultar un riesgo, ya que, si no se cuenta con los conocimientos y orientación necesaria para realizar una buena elección, puede caer en “manos” de un estafador. Una situación cada vez más común en la República Dominicana. (Garabito Alenny, Presidente AEI 2012).



La presencia de un corredor inmobiliario se ha vuelto importante y necesario durante la búsqueda, selección y cierre de una transacción se debe a que existe la posibilidad que el interesado caiga en una “trampa” legal por no conocer los

puntos a tomar en cuenta para ejecutar su venta o compra, es por ello, que el bróker inmobiliario debe tener experiencia amplia en el área, se pudiera decir un experto en la materia.

2.2.1 Las características del profesional

Además de saber vestir, tener un manejo de un buen hablar y cortesía para tratar con las personas, un Bróker debe ser un profesional conocido del sector que sepa desde ver en su cliente sus necesidades y sus posibilidades.

“Otro punto, que también obedece a los cambios que ha sufrido el sector, es que ya el corredor no solo maneja un acto de venta, también vende su persona que se convierte en un activo para el negocio. Esto aporta seguridad, responsabilidad y legalidad, tanto para la empresa inmobiliaria, como para el cliente en sí”, (*Garabito Alenny, Presidente AEI 2012*).

El que se conozca las cualidades personales y la preparación profesional del agente ayudan a que el sector inmobiliario se fortalezca. Es importante que los interesados en comprar o alquilar un inmueble sepan dónde y a quién dirigirse,

para evitar ilegitimidad en su proceso. Por esta razón, la Asociación de Empresas Inmobiliarias (AEI), busca orientar a los clientes en que, antes de iniciar el proceso de compra y venta, primero se documenten. Es de vital importancia que al acudir a un agente inmobiliario verifique la legitimidad de la compañía a la que pertenece, y si es agente libre indagar sobre su experiencia y otros profesionales del sector.

“Los corredores están para cuidar la inversión de las personas, no para timarlos. Es cierto que existen muchas personas sin escrúpulos que entran al negocio para hacer daño, pero para eso se ha creado la AEI, para regular normas y leyes que protejan al constructor, al inversionista y a los gestores”, (*Garabito Alenny, Presidente AEI 2012*).

2.2.2 Tipo de bróker en el mercado

Hoy en día podemos encontrar muchos brókers en el mercado los cuales pueden ayudarnos mediante su experiencia y orientación en las diferentes áreas que operan. Los tipos de brókers que existen el mercado son los siguientes.

1. Los **Dealing Desk** más conocidos son los **Market Makers**, creadores de mercado. Se encargan de dar contrapartida a las operaciones que desean realizar los trader, permiten realizar compras y ventas en el mercado. Los Market Makers crean un mercado propio donde sus clientes (los trader) realizan las operaciones. Disponen de una mesa de operaciones donde realizan directamente las operaciones, de manera que no llegan a los mercados interbancarios. Equipo editorial iAhorro. (2018).

2. Los **No Dealing Desk**, como su nombre indica, no tiene una mesa de operaciones. Son brokers que tienen una sola función, ser intermediarios en el Mercado sin tomar posiciones contrarias a los intereses de su cliente. No dan contrapartida a las operaciones de sus clientes. Estos a su vez tienen varios subtipos, los STP y ECN. Equipo editorial iAhorro. (2018).
3. Los **STP** (Straight Through Processing) no intervienen de ninguna manera en el proceso financiero, no modifican los precios, únicamente se encargan de transmitir los precios de los valores a los clientes y de procesar las órdenes que estos lanzan directamente al mercado interbancario (a uno o varios proveedores de liquidez).

2.2.3 Diferencia entre Bróker y Trader

Un bróker, es un intermediario entre las negociaciones de compra y venta del inversionista y el vendedor, el bróker le orientará de modo que sea beneficioso a la hora de cerrar la compra o venta, mientras que el trader es un inversor que busca obtener rentabilidad desde corto hasta largo plazo.

2.2.4 Diferencia entre Bróker y Dealer

La función principal de un bróker es servir de intermediario a la hora de realizar una compra o venta mientras que el dealer se enfoca más bien en comprar y vender activos para las personas con las que esté trabajando.

2.2.6 Aspectos Legales

Todo aquello que engloba un cierre inmobiliario debe manejarlo un agente (papeles, título, carta de trabajo, etc.). El corredor debe operar desde encontrar algo que se acomode a los gustos, necesidades y posibilidades, de los clientes hasta lograr que toda la inversión sea segura.

“Un corredor nunca suelta su cliente. Porque es posible, que luego de cinco años el comprador necesite una ayuda legal para hacer otras transacciones. Por lo que es aconsejable que seleccione uno que además de tener experiencia, pueda proveer todos los servicios que usted necesite”, (*Garabito Alenny, Presidente AEI 2012*).

Un agente inmobiliario debe ser abogado, mercadólogo, financiero, e incluso, psicólogo para poder cumplir con sus funciones al pie de la letra. Algo que no solo ha beneficiado al sector, sino que también beneficia al cliente, pues lo protege en relación a su actividad de negocio.

Algunos de aspectos prácticos y jurídicos que debe conocer un bróker inmobiliario, es la Ley de Registro Inmobiliario (108-05), compuesta por:

- **Dirección Nacional de Registro de Títulos:** que se encargan de expedir los Certificados de Títulos, que prueban la existencia del derecho de propiedad, a los titulares de los mismos. Así mismo, realizan todos los asientos de cargas, gravámenes, transferencias y modificaciones parcelarias después del saneamiento, cancelando y expidiendo nuevos Certificados en los casos que fuera necesario.

- **Dirección Nacional de Mensuras Catastral:** Es el órgano que ofrece el soporte técnico a la Jurisdicción Inmobiliaria en lo referente a las operaciones técnicas de mensuras. Así mismo, está encargado de coordinar, dirigir y regular el desenvolvimiento de las Direcciones Regionales de Mensuras Catastrales. En este sentido, conoce el Recurso Jerárquico contra las actuaciones de las Direcciones Regionales de Mensuras Catastrales.

- **Dirección General de Impuestos Internos (DGII):** pago del Impuesto al Patrimonio Inmobiliario (IPI) por los siguientes inmuebles:
 1. Todos los inmuebles destinados a viviendas pertenecientes a Personas Físicas cuyo valor en conjunto, incluyendo el del solar donde estén edificados, sea superior a los siete millones setecientos diez mil ciento cincuenta y ocho pesos con veinte centavos (RD\$ 7,710,158.20).
 2. Los solares urbanos no edificados y aquellos inmuebles no destinados a viviendas, incluyendo los destinados a actividades comerciales, industriales y profesionales, pertenecientes a personas físicas, cuyo valor en conjunto sobrepase a los siete millones setecientos diez mil ciento cincuenta y ocho pesos con veinte centavos (RD\$ 7,710,158.20).
 3. El compuesto por la combinación de (1) y (2), cuyo valor en conjunto sobrepase los siete millones setecientos diez mil ciento cincuenta y ocho pesos con veinte centavos (RD\$ 7,710,158.20).
 - 4.

Consideraciones Importantes:

- Las variaciones a estos montos serán anunciadas por la DGII a principio de cada año a través de los avisos informativos.
- El IPI a pagar es 1% anual sobre el patrimonio inmobiliario total de las personas físicas.
- Están exentos del pago de este impuesto aquellas viviendas cuyo propietario haya cumplido (65) años (siempre que dicha vivienda constituya el único patrimonio inmobiliario de su propiedad).

2.3 Ventajas de un bróker en pymes del sector inmobiliario

Los bróker en pymes del sector inmobiliario son personas calificadas que hacen el trabajo más fácil para aquellas personas que estén a punto de adquirir algún inmueble, dicho esto, contar con bróker supone un sinnúmero de ventajas para quienes hayan decidido hacerse de los servicios de un profesional en esta área ya que, estos profesionales poseen conocimientos específicos en el sector de inmuebles, conocimientos que serán de gran ayuda para quien esté interesado en adquirir un inmueble.

Las ventajas de un bróker en pymes del sector inmobiliario son las siguientes:

1. Experiencia en el sector inmobiliario, lo que resulta como un factor clave para quien esté interesado en hacerse en vender o comprar un inmueble.
2. Un estudio panorámico para evaluar las ofertas del mercado en el sector inmobiliario.

3. Asesoramiento para poder hacer una buena oferta en este sector ya sea que se desee comprar o vender un inmueble.
4. Asesoramiento inteligente de acuerdo a las necesidades y especificaciones del cliente.

2.4 Proyecciones del mercado económico en base al modelo del bróker Inmobiliario y Rentabilidad.

El sector Inmobiliario es, sin lugar a dudas, un sector estratégico para el crecimiento de la economía del país debido a que a partir de dicho sector se puede generar la base para el desarrollo de diversos sectores económicos que, de una u otra manera, dependen del sector construcción particularmente en lo relacionado con la construcción de diverso tipo de infraestructura física: puertos, aeropuertos, carreteras, viviendas y otras construcciones de características más específicas pero igualmente muy importantes como silos, diversos centros de almacenamiento, etc., fundamentales para el sector productivo.

2.4.1 El Sector Construcción en República Dominicana (1991-2008)

A continuación, se presenta la participación del sector construcción en la economía de República Dominicana a través de la identificación de su peso relativo en relación al PIB, para de esta manera constatar la contribución del sector que nos ocupa en la generación de valor.

La serie de datos que identifica la evolución histórica del sector construcción en relación al PIB es importante, puesto que abarca 17 años, incluyendo toda la década de los años 90 y buena parte de los años de la última década 2000 y

siguientes. El promedio histórico del sector en relación al PIB fue de 5,89%, que más allá de cierto comportamiento cíclico como puede apreciarse en la gráfica siguiente, presentó fluctuaciones no superiores a un punto porcentual hacia arriba o hacia abajo de dicho promedio.

Por lo expuesto puede apreciarse que el sector construcción mantiene cierta estabilidad en relación a su participación porcentual frente al PIB cercana al 6%. Igualmente es importante subrayar que en los últimos años considerados (2005-2007), el sector mantuvo una tendencia creciente, superando este último año 2007 en dos puntos porcentuales el peso relativo del sector obtenido el año 2004.

Por lo anterior se puede concluir que el sector de la construcción en República Dominicana va ganando en dinamismo y en consecuencia, en participación efectiva como generador de valor dentro del país.

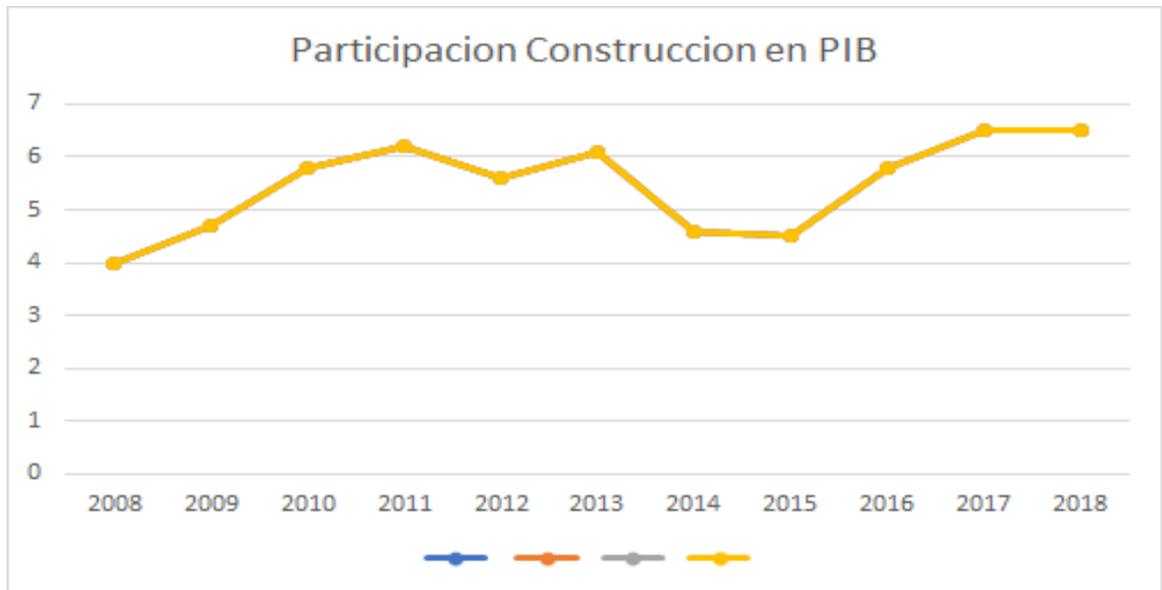
Participación del sector construcción dentro del PIB,

Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Participación % en PIB	4,7	5	5,8	6,3	6,5	6,8

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Participación % en PIB	5,9	6,5	6,8	6,2	5,6	6,1

Año	2016	2017	2018	2019
Participación % en PIB	4,6	4,5	5,8	6,5

Fuente: Banco Central de la República Dominicana.



Fuente: Banco Central de la República Dominicana,

El sector construcción representa un sector estratégico fundamental en la economía del país puesto que solamente a través de este sector es posible desarrollar toda la infraestructura productiva y de servicios necesaria para el andamiaje de toda la actividad económica del país.

Con la finalidad de identificar el rol del sector construcción dentro de la actividad económica del país en general, se presenta a continuación la tasa de crecimiento porcentual de dicho sector para el período 2010-2018.

Como puede apreciarse en el gráfico y tabla siguientes, en general el sector mantuvo tasas de crecimiento positivas con excepción de tres años de la serie lo que implica que dicho sector cuenta, como es previsible, con una importante dinámica dentro de la actividad económica nacional.

A lo anterior es oportuno complementar que para el período completo considerado (2010-2018), la tasa de crecimiento promedio del sector estuvo cercana al 3% (2,8%) y si bien en los dos últimos años de la serie histórica la tendencia fue a la baja, dadas las características estratégicas del sector y su carácter transversal para toda actividad económica, es previsible un incremento superior y sostenido de su tasa de crecimiento en los próximos años.

En este sentido, a partir del diagnóstico del sector de la construcción en sus componentes de competencia y competitividad interna y externa que se desarrolla en este trabajo, y la consecuente recomendación de una política de estado para apoyarlo, se podrá contar con elementos adicionales que ayuden al fortalecimiento de dicha tasa de crecimiento y en consecuencia, a la importancia del sector dentro de la actividad económica del país.

TASA CRECIMIENTO SECTOR CONSTRUCCIÓN

Año	Crecimiento porcentual
2010	5,6
2011	0,5
2012	3,2
2013	-8,6
2014	-6,3
2015	6,2
2016	24,6
2017	3,2
2018	-0,4

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

3.3.2 Análisis FODA

<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">○ Genera competitividad en costos○ Atención especializada y profesional B2B○ Sistema de compra y venta más rápido B2B○ Ahorro de tiempo	<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">○ Recursos financieros limitados○ Bajo reconocimiento del mercado objetivo○ Demora en localizar o adquirir el artículo○ Las empresas no tengan el conocimiento del sistema
<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none">○ Mayor atracción de clientes potenciales a proyectos inmobiliarios○ Permite mantenernos a la vanguardia con la tecnología de punta en el sector inmobiliario○ Tasa de interés baja para viviendas○ Crecimiento del Sector Construcción	<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">○ Actividad inmobiliaria no regulada jurídicamente○ Competencia informal que ofrece los servicios○ Asociaciones inmobiliarias no estén de acuerdo con el sistema○ Inestabilidad de la tasa cambiaria de las divisas

Fuente: propia

CAPITULO III: IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO B2B

3.1 Metodología de implementación a nivel organizacional y operacional

Cada vez más las organizaciones se ven en la necesidad de hacer mejoras e implementaciones en su empresa para poder estar a la vanguardia con la tecnología de hoy en día puesto que si no lo hicieran, esto los encaminará hacia la bancarrota. Es por eso que, el cambio hacia los nuevos modelos de comercio electrónico promete un extra a la hora de subsistir como una organización rentable.

Precisamente el comercio electrónico es una esas nuevas tecnologías que en los últimos años se ha convertido un factor clave en a la hora de llevar a cualquier organización al siguiente escalón por lo que a continuación presentamos algunos factores muy importantes a la hora de implementar el comercio electrónico a nivel organizacional y operacional.

1. Se necesita un software que contenga todo lo requerido para que el portal web pueda dar los resultados esperados.
2. Diseño de página para comercio electrónico, el diseño irá acorde con el tipo de empresa, su mercado meta y sus objetivos.
3. Catálogo ventas virtual, este paso es muy importante a la hora de implementar un sistema de comercio electrónico pues es este apartado donde las personas podrán ver la oferta de la empresa.

3.2 Creación de un sitio Web

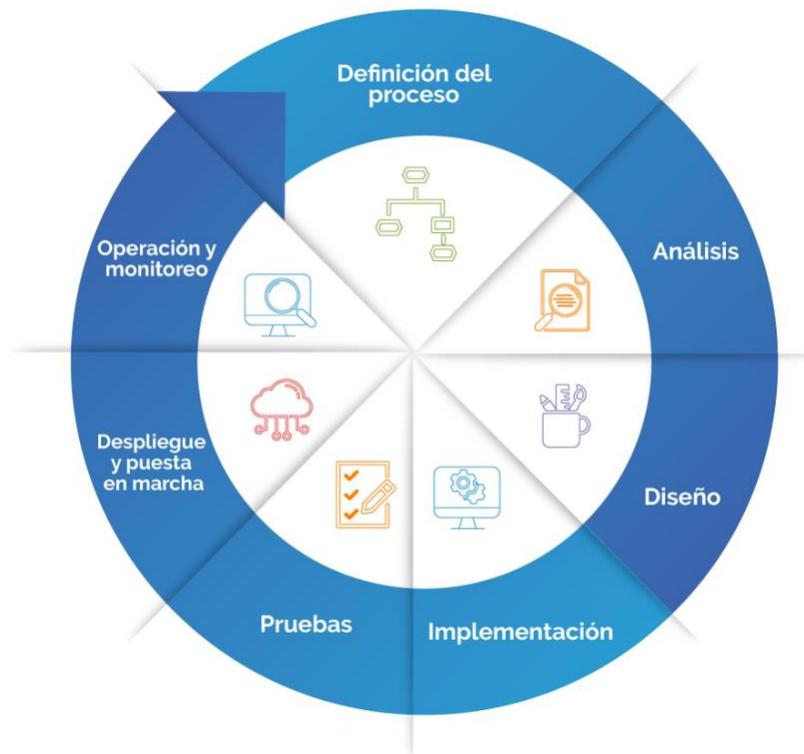
En estos tiempos la creación de un sitio web es una decisión muy acertada ya que, cada vez el comercio electrónico va tomando más peso en los negocios, por lo que se espera que en los próximos años se lleven a cabo más transacciones mediante los nuevos modelos de comercio, dejando de lado la forma tradicional en la que aún hoy en día suelen hacerse, dicho lo anterior a continuación presentamos los pasos para la creación de un sitio web:

1. Establecer la idea del sitio web, la idea de es un factor muy importante a la hora de crear un sitio web puesto que, a partir de la idea que se tenga es cuando se podrá crear el sitio web partiendo de la visión que se tenga. A, D. (2020).
2. Registrar un nombre de dominio, luego de tener la idea clara se debe registrar un dominio, el cual se recomienda que sea uno llamativo. Para crear una página web con dominio propio, debes: A, D. (2020).
 - 2.1. Pensar en ideas de nombres de sitios web potenciales.
 - 2.2. Encontrar un verificador de dominios.
 - 2.3. Realizar una búsqueda de nombre de dominio.
 - 2.4. Elegir la mejor opción.
 - 2.5. Completar tu pedido y realizar el registro del dominio.
3. Adquirir un hosting web, este paso dependerá de la magnitud de su proyecto, un hosting es lo que permite que los creadores de páginas webs puedan publicar sus sitios en la web, el hosting es un espacio que sirve para albergar datos en la web. A, D. (2020).

4. Elegir una plataforma y crear una página web. El proceso de cómo crear una página web dependerá en gran medida de la base que se elija. Y la idea que se quiera ejecutar. A, D. (2020).
- 4.1. Sistemas de gestión de contenidos. Ideales para blogs y sitios web que publican muchos artículos/contenido. Algunos ejemplos destacables son WordPress, Joomla y Drupal. A, D. (2020).
- 4.2. Scripts de ecommerce. Es la solución perfecta si quieres tener una tienda virtual, este es el software que hará el trabajo. Algunos ejemplos son PrestaShop, Magento, WooCommerce. A, D. (2020).
- 4.3. Constructores de sitios web. Una forma sencilla de crear un sitio web sin tener conocimientos de programación. A, D. (2020).
- 4.4. Sitios web desarrollados por ti. Si el desarrollo web no te disgusta, crear un sitio programado por ti mismo también es una gran idea. Si bien toma más tiempo y esfuerzo, puedes implementar cualquier característica que sea crucial para tu proyecto. A, D. (2020).
5. Publicar, crecer, monitorear, mejorar. Ya conocidos los diferentes hostings y las mejores herramientas para saber cómo crear una página web. es hora de dar seguimiento al sitio web y encontrar los puntos débiles y donde se debe mejorar. A, D. (2020).

3.3 Automatización del proceso de negocios

Las empresas de hoy en día necesitan adaptar continua y rápidamente sus procesos de negocio para mantenerse competitivas. La flexibilidad necesaria en las empresas se puede lograr mediante un conjunto de prácticas conocidas como administración de procesos de negocio (BPM). Para apoyar estas prácticas se han desarrollado sistemas o suites BPM que automatizan la administración de procesos de negocio proporcionando herramientas para modelar, integrar, medir y optimizar procesos de negocio. Las ventajas que ofrecen los BPMS provienen del uso de MDA (Model Driven Architecture) y de SOA (Service Oriented Architecture).



MDA permite reducir la brecha entre las necesidades de diferentes dominios, en este caso el modelo de procesos de negocio, y las características de los lenguajes de programación actuales. Por su parte, SOA permite reutilizar componentes de software distribuidos en múltiples aplicaciones para crear y modificar estos procesos, de manera que la integración de aplicaciones se vuelve casi transparente desde un BPMS para los distintos procesos modelados. La combinación de la flexibilidad de un BPMS, las prácticas BPM que alinean y orquestan procesos, así como la flexibilidad que el software está tomando, permiten hoy día a las organizaciones contar con procesos ágiles, flexibles y medibles que cumplan los propósitos para los cuales fueron creados.

3.3.1 ¿Qué es un BPMS? Business Process Management Suite

BPMS (Business Process Management Suite) o Plataforma para la Gestión de Procesos de Negocio es un software empresarial para diseñar y ejecutar la automatización de los procesos.

Son sistemas que permiten la orquestación de los procesos, las personas, las aplicaciones ya existentes y la información que se va generando en la organización.

Por lo tanto, un BPMS puede automatizar por ejemplo el proceso de aprobación por parte del Dpto. Financiero de la compra de material cuyo importe es superior al permitido. En este caso el BPMS orquesta el proceso (proceso de aprobación), las personas que intervienen en el proceso (Dpto. Financiero, solicitante del material, etc.), las aplicaciones ya existentes (inicio del proceso

desde el ERP de la empresa) y la información que se va generando (importe del material, resultado del análisis por parte del Dpto. Financiero, etc.).

El BPMS cuenta con 4 etapas:

1. **Modelización** es la etapa donde se diseñan y construyen los procesos. Primero se dibuja el proceso mediante objetos (tareas, eventos, compuertas, etc.) y luego se asignan atributos a esos objetos (ejecutores, formularios, calendarios, tiempos, condiciones, etc.).
2. **Ejecución** es la etapa donde el BPMS realiza y ejecuta lo que se ha modelizado en la etapa anterior. La nueva generación de BPMS no requiere programación a la hora de ejecutar los Modelos.
3. **Monitorización** es la etapa donde se observan y controlan los resultados de la ejecución.
4. **Optimización** es la etapa donde se realizan los cambios en los procesos una vez se han detectado los aspectos mejorables a través de la Monitorización. Estos cambios se realizan en la modelación.

3.4 Integración del comercio electrónico en la empresa

El mundo de la informática e Internet, y sus innovaciones son una gran opción para hacer negocios. Los negocios en Internet son un "híbrido" entre aspectos de negocio principalmente y aspectos tecnológicos, siempre contemplando la tecnología como una herramienta para hacer negocios y no un fin en sí misma.

3.4.1 Definición de Internet

Internet también llamado simplemente "La Red", es un sistema mundial de computadoras; un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras.

Físicamente, Internet usa parte del total de recursos actualmente existentes en las redes de telecomunicaciones. Técnicamente, lo que distingue a Internet es el uso del protocolo de comunicación llamado TCP/IP3 (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Para muchos usuarios de Internet, el correo electrónico (e-mail) ha reemplazado prácticamente al servicio postal para breves mensajes por escrito.

El correo electrónico es la aplicación de mayor uso en la red. También se pueden realizar conversaciones "en vivo" con otros usuarios en otras localidades usando el IRC4 (Internet Relay Chat). Más recientemente, el software y hardware para telefonía en Internet permite conversaciones de voz en línea.

3.4.2 Historia de comercio electrónico

El comercio, actividad ancestral del ser humano, ha evolucionado de muchas maneras. Pero su significado y su fin es siempre el mismo. Según el diccionario consultor de economía, el Comercio es "el proceso y los mecanismos utilizados,

necesarios para colocar las mercancías, que son elaboradas en las unidades de producción, en los centros de consumo en donde se aprovisionan los consumidores, último eslabón de la cadena de comercialización.

A través de la internet podemos hacer negocios conectando más de cerca con el consumidor o cliente. Existen dos tipos de negocios en la internet:

1. **Negocios en la internet o negocios electrónicos (e-business):** son todas las posibilidades de mejora de los resultados empresariales empleando Internet y las nuevas tecnologías.
2. **Comercio electrónico (e-commerce):** es la transacción que se efectúa a través de medios electrónicos (Internet, Intranet, dispositivos móviles, etc.).



Fuente

3.4.3 Business to Business (B2B)

B2B o Comercio Electrónico entre empresas (Business to Business), sector de mayor crecimiento entre las actividades comerciales de Internet, que tiene que ver con actividades de coordinación e interacción entre:

- Quienes realizan las operaciones de compra de una compañía y sus proveedores.

- Los planificadores de la logística en una compañía y los servicios de transporte que almacenan y mueven sus productos.
- Las organizaciones de venta y los mayoristas y detallistas que venden sus productos.
- Los servicios de atención al cliente y de mantenimiento y los clientes finales de la compañía.

El B2B experimentará un gran desarrollo debido a:

- Su mayor volumen de negocio en comparación con el B2C (Business to Consumer).
- La existencia de menos barreras culturales, pues las empresas están más preparadas para asumir el cambio cultural que supone la digitalización de procesos de compra que los consumidores finales.

Comprar materiales y servicios para una empresa es un proceso que engloba diferentes pasos y cada paso encierra una complejidad específica.

1. Los compradores han de localizar proveedores que no solo sean capaces de fabricar el producto que necesitan, sino que lo desarrollen con la calidad y especificaciones técnicas necesarias y sean capaces de satisfacer el volumen necesario, con el precio necesario, en los plazos marcados y con las exigencias de entrega determinadas.
2. Una vez que el proveedor ha sido seleccionado, se le remiten todas las indicaciones necesarias para el cumplimiento de un determinado pedido.

3. El comprador recibe la confirmación con las especificaciones relativas a producto, cantidad, calidad, precios, formas de pago, fechas de entrega.
4. Cuando el proveedor tiene listo el producto, envía una notificación al comprador indicando que el producto ha sido enviado, además de adjuntar la factura proforma. El Departamento de Administración del comprador coteja la factura proforma con la orden de pedido formulada en su día y da su conformidad. El producto llega y el Dpto. responsable da su conformidad en todos los aspectos. De esta forma, el Dpto. de Administración del comprador paga la factura según la fórmula acordada: una transferencia bancaria.
5. Se da la orden al banco y, unos días después el banco del proveedor comunica al Departamento administrativo de la empresa la recepción de una transferencia por un determinado importe. El proveedor coteja la cantidad ingresada con la factura remitida y da por cerrado el proceso.

3.5 Pasos para la adopción eficiente del Comercio Electrónico

Los pasos necesarios para la implementación o adopción del comercio electrónico son el equipo se utilizará, el diseño de la página web el diseño de la sala de ventas virtual, la aplicación de información, la atención en línea del cliente entre otros pasos.

1. **Servidor Web:** este debe contener las aplicaciones y herramientas de software necesarias para la publicación y buen funcionamiento de la página Web y así poder cumplir con los requerimientos para hacer comercio electrónico inmobiliario dentro del sistema.

2. Garantía comercial: esta crea fidelidad y confianza en las relaciones B2B que deben existir entre los clientes y proveedores.

3. Diseño de página para comercio electrónico: para lograr este paso debemos de tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Es importante un diseño interactivo, ágil.
 - Se debe de proyectar imágenes dinámicas.
 - La estructura debe ser coherente y fácil de navegar.
 - La información debe de ser sencilla y clara.
 - No incluir textos largos.
- Las imágenes y gráficos no tienen que ser pesadas en memoria para que la descarga de la página no sea lenta.

4. Atención del cliente en línea

En la actualidad, el costo de captar nuevos clientes supera ampliamente al costo de conservar los ya existentes. Por ello, se debe enfocar los recursos de forma agresiva para dirigirse a los clientes más atractivos, para conservarlos y para una amplia base de clientes rentables.

Una de las mejores formas de conseguir este objetivo es implementar un programa de atención al cliente o de gestión de relaciones con el cliente. La atención al cliente engloba los procesos, el software, el hardware y las

capacidades de Internet utilizadas para recopilar y administrar la información relativa a los clientes existentes y potenciales. Las empresas de todos los tamaños y de todas las industrias pueden usar esta información para dirigir las actividades de marketing, ventas y servicio al cliente para poder identificar, atraer y conservar los clientes rentables.

5. Correo electrónico, chat

Se enviarán correos electrónicos a los clientes llevando paso a paso sus inquietudes como por chat

6. Soporte de ventas

Los clientes estarán respaldados por los operarios mostrándoles por donde se encuentran las operaciones a los requerimientos pedidos por los clientes.

7. Ventas en línea

En este paso las ventas se efectuarán en línea una vez procesadas se notifica las partes de las mismas arrojando un resultado final.

8. Formulario de venta

El formulario de venta el cliente debe de llenar los campos requeridos y opcionales, que servirá para obtener los datos de los clientes y archivarlos en una base de datos, por medio de este importante medio se podrá obtener toda la información de los clientes para proveer un buen servicio.

9. Formulario de pago

El formulario de pago debe ser lo más sencillo posible y seguro con sus políticas bien claras.

10. Seguridad del pago

El comprador debe tener una garantía a la hora de efectuar su transacción

11. Elementos de búsqueda y navegación

Capacidades avanzadas de búsqueda que permitan a los compradores localizar los productos que desean a través de diferentes vías como un buscador (para palabras clave, números de referencia, descripciones de producto...), o un árbol de navegación con categorías predefinidas e intuitivas para el comprador, etc.

3.6 Simulación del Proyecto de plataforma B2B de Fleming y Martolio

A continuación, se visualizan las principales pantallas que identifican los procesos más importantes de la plataforma B2B de FyM.

LOGIN



Bienvenido

Identificación usuario *
Clave de acceso *

Acceder al sistema

neumáticos
f&m
Fleming & Martolio

PIRELLI

Para poder ingresar al portal, lo primero que se debe hacer es ingresar el nombre de usuario y contraseña, previamente asignado por Fleming y Martolio.

CONSULTA DE DISPONIBILIDAD

En esta transacción se podrá visualizar la disponibilidad del producto buscado. Se podrá ingresar código, SBU -Unidad de Negocio Estratégica- (automóvil, camioneta, camión, agrícola, fuera de camino o moto), diseño o medida. En el caso de buscar por medida, se podrá ingresar *175*70*13* y aparecerán todos los neumáticos en esa medida.

Stat	Material	Descripción Material	SBU	Diseño Comercial	Medida
000	11184	17570R13 82T DAYTONA SIC AR	PSR - Pasajero Radial	DAYTONA	17570R13
000	11366	17570R13 82T F570 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	F570	17570R13
000	11496	P17570R13 82S INS SE200 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	INSIONIA SE200	P17570R13
000	12107	17570R13 82T WIDETRACK SIC AR	PSR - Pasajero Radial	WIDETRACK	17570R13
000	12367	P17570R13 82S WINTERFIRE SIC AR	PSR - Pasajero Radial	WINTERFIRE	P17570R13
000	12445	17570R13 82S TRIUMPH SIC AR	PSR - Pasajero Radial	TRIUMPH	17570R13
000	12653	17570R13 82T SEIB TR SIC AR	PSR - Pasajero Radial	SEIBERLING TR	17570R13
000	10053	17570R13 82T F570 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	F570	17570R13
000	10261	17570R13 82T F590 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	F590	17570R13
000	10287	17570R13 82S CARREFOUR SIC AR	PSR - Pasajero Radial	CARREFOUR	17570R13
000	10300	17570R13 82T NORTE SIC AR	PSR - Pasajero Radial	NORTE	17570R13
000	10596	17570R13 82T SEIB SIC AR	PSR - Pasajero Radial	SEIBERLING	17570R13
000	10742	17570R13 82T LEMANS SIC AR	PSR - Pasajero Radial	LEMANS	17570R13
000	10937	17570R13 82T SEIB ST900 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	SEIBERLING ST900	17570R13
000	15591	17570R13 82S SEIBERLING 500 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	SEIBERLING TR 500	17570R13
000	16059	P17570R13 82S MIRAGE II SIC AR	PSR - Pasajero Radial	MIRAGE II	P17570R13
000	13082	17570R13 82T F77 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	F77	17570R13
000	13589	P17570R13 82T POT RE910 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	POTENZA RE910	P17570R13
000	13802	P17570R13 WEATHERFORCE PLUS 82S	PSR - Pasajero Radial	WEATHERFORCE PLUS	17570R13
000	14109	17570R13 82T RET40 SIC AR	PSR - Pasajero Radial	POTENZA RET40	17570R13
000	400482	P17570R13 82T SEIB TR SIC BR	PSR - Pasajero Radial	SEIBERLING TR	P17570R13
000	454107	17570R13 82T F570 SIC BR	PSR - Pasajero Radial	F570	17570R13
000	457695	17570R13 82H GR50 AQ SIC JP	PSR - Pasajero Radial	TURANZA OR50 AQ	17570R13
000	460568	17570R13 82T F590 SIC MX	PSR - Pasajero Radial	F590	17570R13
000	460581	17570R13 82T F570 SIC CH	PSR - Pasajero Radial	F570	17570R13

Usuario Fym | Iniciar | Cerrar

fym Gescom-onrails

Historial | Inicio | Favoritos | Pestañas

Empresa Neumáticos Coscolla

Mis operaciones | Catálogo | Operación en tratamiento

Mis detalles | Contacto | Ayuda | Modo accesible | Salir del sistema

Catálogo de productos

Búsqueda rápida

Se encuentra en nuestro catálogo de productos. Seleccione una categoría de productos en el área izquierda

Búsqueda rápida por código, medida (Ej.: 175*, 185*, etc), diseño (*570*, *910*, etc.)

- Parapero Radial
- Transporte Liviano Diagonal
- Transporte Liviano Radial
- Transporte Mediano Diagonal
- Transporte Mediano Radial
- Tractor Delantero Diagonal
- Tractor Trasero Diagonal
- Tractor Trasero Radial
- JO.T.R. Diagonal
- Industrial Diagonal

Seleccionar SBU luego diseño.

Últimas operaciones llamadas

Terminado

Usuario Fym | Iniciar | Cerrar

fym Gescom-onrails

Historial | Inicio | Favoritos | Pestañas

Empresa Neumáticos Coscolla

Mis operaciones | Catálogo | Operación en tratamiento

Mis detalles | Contacto | Ayuda | Modo accesible | Salir del sistema

Catálogo de productos

1 - 4 - 2836 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 2535 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 2537 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 2926 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 2538 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 2536 EUFO-Ø RUNFLAT

1 - 4 - 3072 P ZERO RUNFLAT

1 - 4 - 2198 P6

1 - 4 - 2199 P6

1 - 4 - 2200 P6

1 - 4 - 3053 P6

1 - 4 - 2958 P6

1 - 4 - 138 P6000

1 - 4 - 144 P6000

1 - 4 - 140 P6000

1 - 4 - 196 P6000

1 - 4 - 139 P6000

- Transporte Liviano Diagonal
- Transporte Liviano Radial
- Transporte Mediano Diagonal
- Transporte Mediano Radial
- Tractor Delantero Diagonal
- Tractor Trasero Diagonal
- Tractor Trasero Radial
- JO.T.R. Diagonal
- Industrial Diagonal

P6000

P6000

banda alta confiabilidad, seguridad, confort y maniobrabilidad. Probada capacidad de agarre a altas velocidades. Muy bajo nivel de ruido y vibración en la marcha. Su equilibrada distribución de la presión sobre la huella de pisada permite un desgaste menor y más uniforme, confirmando la ventaja de ser, en su tipo, el neumático de mayor rendimiento climático. El diseño de su banda de rodadura incorpora el nuevo concepto "Ridex" de bloques divididos y dispuestos en forma de hálice que le otorga un mejor drenaje de agua y reduce la distancia de frenado.

Página: 1 2 3 4 5

Resumen	Imag.	Producto		Precio
Cantidad		Nº producto	Nombre	
<input type="checkbox"/> 1 UN <input type="button" value="M"/> <input type="button" value="D"/>		10066	165/205R13 79T P310 SCC AR	
<input type="checkbox"/> 1 UN <input type="button" value="M"/> <input type="button" value="D"/>		10079	165/205R13 96T P310 SCC AR	
<input type="checkbox"/> 1 UN <input type="button" value="M"/> <input type="button" value="D"/>		10053	175/205R13 92T P310 SCC AR	

Seleccionar cantidad del producto deseado y luego hacer click en el carrito de compras.

Productos por página: 5 | | | |

Terminado

CONSULTA DE COMPRAS

Parámetros de Selección

Año: [] a [] []
 Mes: [] a [] []
 Material: [] a [] []
 SBU: [] a [] []
 Marca: [] a [] []

Código IP

En esta transacción se podrá visualizar las compras realizadas en el período deseado, pudiendo introducir mes, año, SBU –Unidad de Negocio Estratégica- (automóvil, camioneta, camión, agrícola, fuera de camino o moto) y código de material.

Año Mes	Cliente	Nomb. Cliente	No Material	Jerarquía de Productos
2006 12			460711	PSR - Pasajero Radial
2006 12			459567	PSR - Pasajero Radial
2006 12			459554	PSR - Pasajero Radial
2006 12			400079	PSR - Pasajero Radial
2006 12			400066	PSR - Pasajero Radial
2006 12			400053	PSR - Pasajero Radial
2006 12			400001	PSR - Pasajero Radial
2006 12			14109	PSR - Pasajero Radial
2006 12			13680	PSR - Pasajero Radial
2006 12			13589	PSR - Pasajero Radial
2006 12			13511	PSR - Pasajero Radial
2006 12			12809	PSR - Pasajero Radial
2006 12			12783	PSR - Pasajero Radial
2006 12			12770	PSR - Pasajero Radial
2006 12			11327	PSR - Pasajero Radial
2006 12			10196	PSR - Pasajero Radial
2006 12			460425	LTR - Transp. Lmiano Radial
2006 12			460399	LTR - Transp. Lmiano Radial
2006 12			459996	LTR - Transp. Lmiano Radial
2006 12			20934	LTR - Transp. Lmiano Radial
2006 12			13797	LTR - Transp. Lmiano Radial

CONSULTA DE AJUSTES

En esta transacción se podrá observar un detalle de los neumáticos que se encuentran en período de ajuste, su correspondiente estado, resolución y motivo de la misma.

Cod Dealer	Nombre Dealer	Nro. Oficial	Nro. Ajuste	Cod. Material	Medida	Descrip. Comercial
			0000659387	475635	195/55R15	EUF0-Ø RUNFLAT
			0000659386	13199	185/60R14	EUF0-Ø RUNFLAT
			0000659385	12120	175/65R14	EUF0-Ø RUNFLAT
			0000659390	14096	185/65R14	EUF0-Ø RUNFLAT
			0000663292	10066	165/70R13	EUF0-Ø RUNFLAT
			0000663256	14928	195/60R14	P ZERO RUNFLAT
			0000659375	12783	185/60R15	PG
			0000659374	14070	175/65R14	PG
			0000663281	14057	165/70R13	PG
			0000659406	462986	195/60R15	PG
			0000663254	13680	185/65R14	PG
			0000663280	459528	175/70R13	PG000
			0000663279	13511	P185/70R14	PG000
			0000659404	23027	7.00-16	PG000
			0000663276	463038	185/60R15	PG000
			0000663253	14070	175/65R14	PG000
			0000659372	14148	185/65R14	PG000

Se han mostrado algunas secuencias de pantallas que conforman los principales procesos que forman parte del canal analizado como proyecto, a fin de visualizar la manera en que un cliente operará en el futuro sitio web de FyM.



GRUPO GHR inicia en el año 2004, cuando Fernando Rodríguez y Jacinto Howley consiguen un solar de RD\$ 1,700,000.00 en la zona oriental y deciden construir 12 apartamentos. En aquel entonces, sus oficinas eran el baúl de sus propios vehículos.

Al término de ese proyecto, llega Manuel Grullón al escenario con una invitación para participar en una torre en los polígonos centrales juntos, en esa tarde del año 2005, nace este trío de profesionales que transcurridos 14 años han entregado más de 600 apartamentos, y con más de 750 apartamentos en carpeta para entregar en los próximos 3 años.

Actualmente, GRUPO GHR sigue con la misma energía y entusiasmo con el que empezó, pero con la experiencia y la humildad que han acumulado durante estos años de trabajo, por esta razón hoy están convencidos que se continuará con un trayecto impecable que permita seguir comprometidos y enfocados en el bienestar de clientes y colaboradores.

Misión

Crear proyectos de construcción que aporten al mejoramiento de la calidad y estilo de vida de nuestros clientes, garantizando los mejores estándares de calidad y seguridad.

Visión

Fortalecer nuestro crecimiento para mantener una evolución continua que nos permita seguir consolidándose como la mejor constructora especializada en desarrollo inmobiliario.

Nuestros Valores

- Responsabilidad
- Transparencia y honestidad
- Lealtad
- Pasión
- Excelencia
- Integridad

MODELO DE NEGOCIO INMOBILIARIO: TRADICIONAL VS ACTUAL (B2B)

Si bien es cierto que en la República Dominicana el Sector Inmobiliario ha tenido gran auge en los últimos años, también es cierto que muchas inmobiliarias se han quedado varadas en lo tradicional sin darle paso a la innovación. Precisamente, esto ha causado que muchas negociaciones en el sector se hayan quedado en solo palabras mas no en una venta final, no logrando la satisfacción del consumidor final.

En GHR Desarrollo Inmobiliario, el modelo de negocios operando es el tradicional, donde los agentes inmobiliarios reciben a los clientes de manera presencial para poder mostrarles sus proyectos inmobiliarios y poder concretar alguna compra - venta final. Analizaremos las variables de ambos modelos (tradicional vs B2B), y los márgenes de ganancia - rentabilidad, con la cual la empresa entraría a la vanguardia e innovación para ser una de las pymes inmobiliarias competitivas en el mercado actual.

Modelo de Negocio Inmobiliario Tradicional



- GENERALISTA
- LOCAL
- AISLADO
- GESTIÓN TRADICIONAL
- MARKETING REACTIVO
- NO ONLINE
- NO BRANDING

Modelo de Negocio Inmobiliario B2B



- ESPECIALIZADO
- GLOBAL
- COLABORATIVO
- GESTIÓN EFICIENTE
- MARKETING

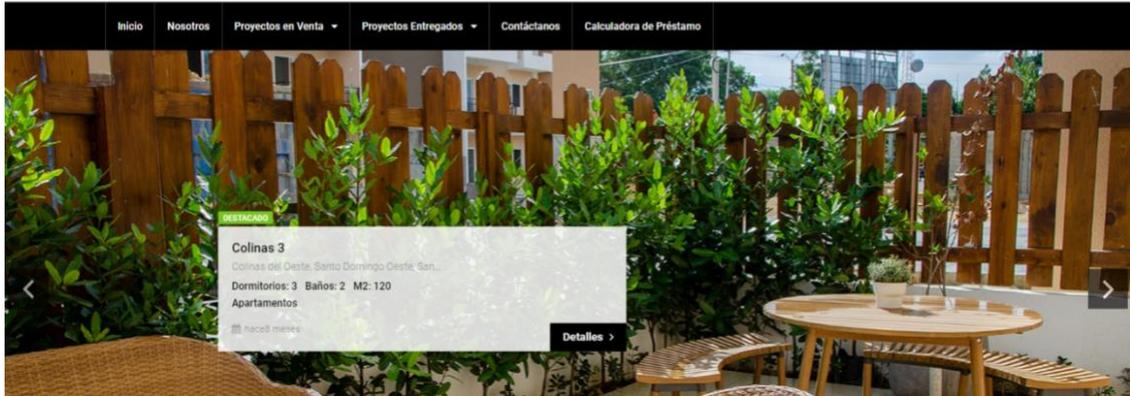
ESTRATÉGICO

- PRESENCIA ONLINE (B2B)
- BRANDING

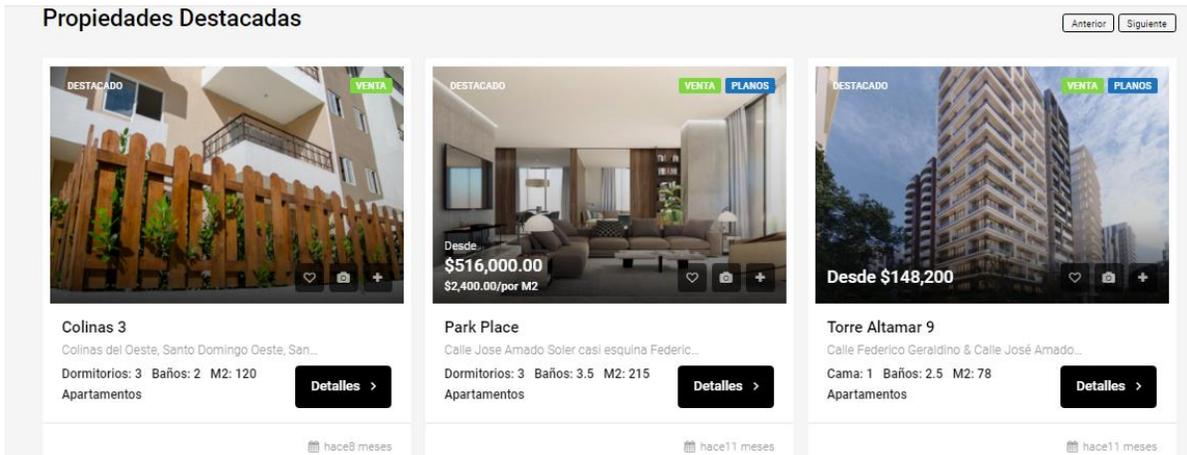
IMPLEMENTACIÓN DE UN PORTAL WEB B2B

El uso de la tecnología hoy día es vital para el desarrollo sostenible de cualquier empresa, por esta razón en GHR Desarrollo Inmobiliario, hemos diseñado un portal web B2B inmobiliario, con el cual buscamos captar clientes globales, conectar de manera directa, asesorar y brindarles nuestra mejor oferta a nuestros clientes sin necesidad de salir de su zona de confort.

A continuación el diseño del portal web B2B de la empresa GRH Desarrollo Inmobiliario, donde se podrá acceder a los proyectos inmobiliarios con un solo clic, con un contenido de imágenes de diferentes ángulos de cada uno de los proyectos, además del precio de los mismos y sus características.



Portal Web B2B – GRH Desarrollo Inmobiliario



Portafolio de los proyectos de GHR Desarrollo Inmobiliario

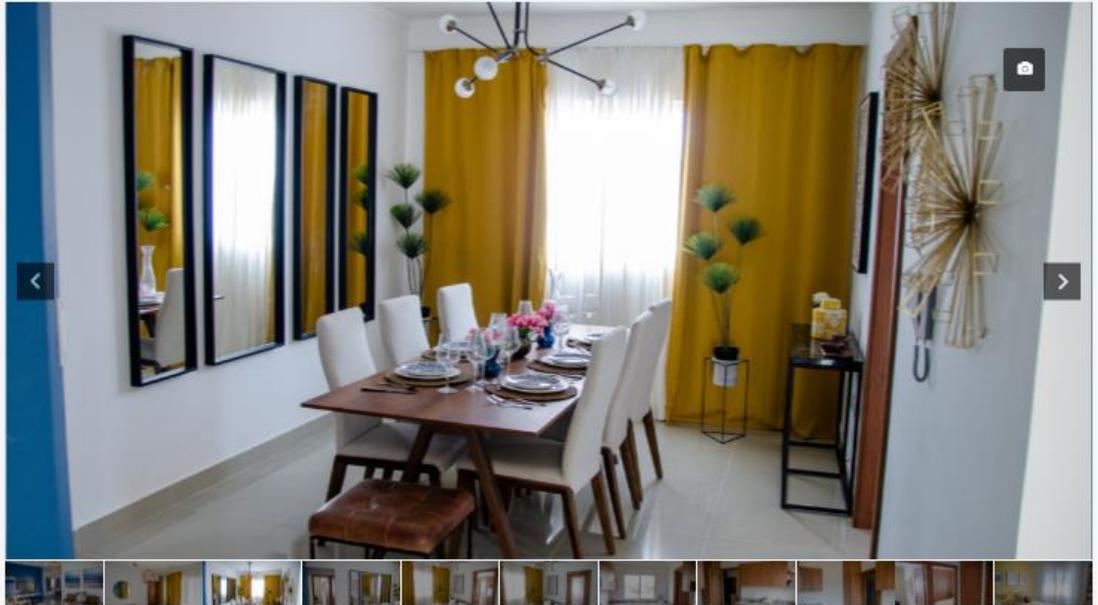
Home > Apartamentos > Colinas 3



Colinas 3

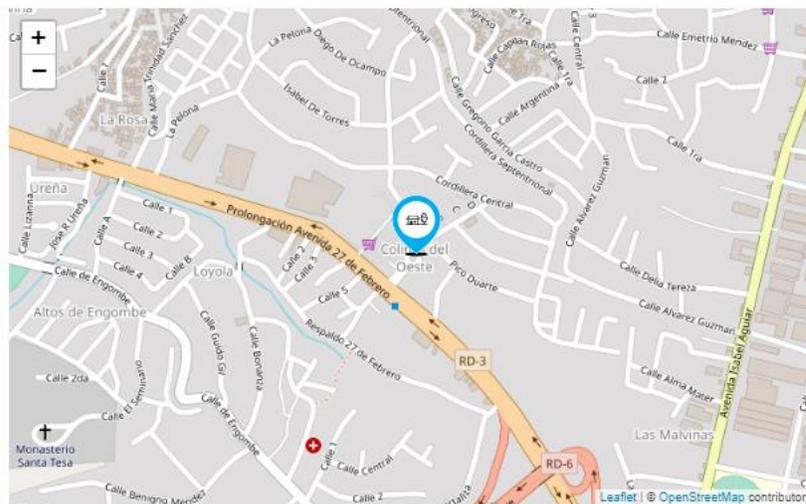
VENTA

Colinas del Oeste, Santo Domingo Oeste, Santo Domingo, 11005, República Dominicana



Interior de los proyectos inmobiliarios, imágenes de diferentes ángulos.

Dirección: Prolongación 27 de Febrero Colinas del Oeste, Santo Domingo Oeste
Ciudad: Santo Domingo Oeste
Sector: Colinas del Oeste
País: República Dominicana

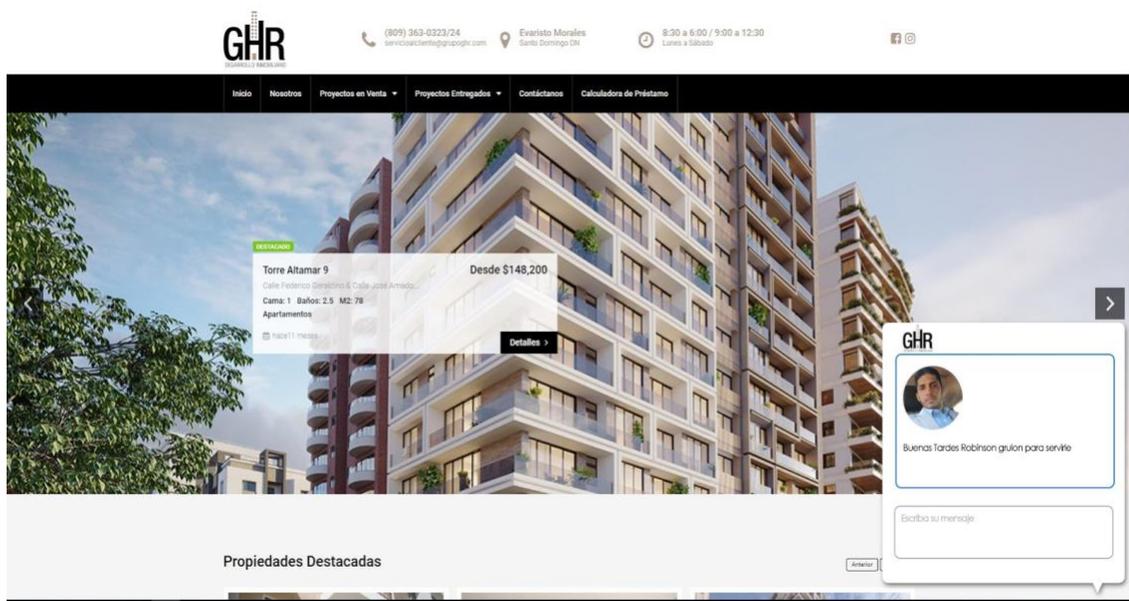


Características

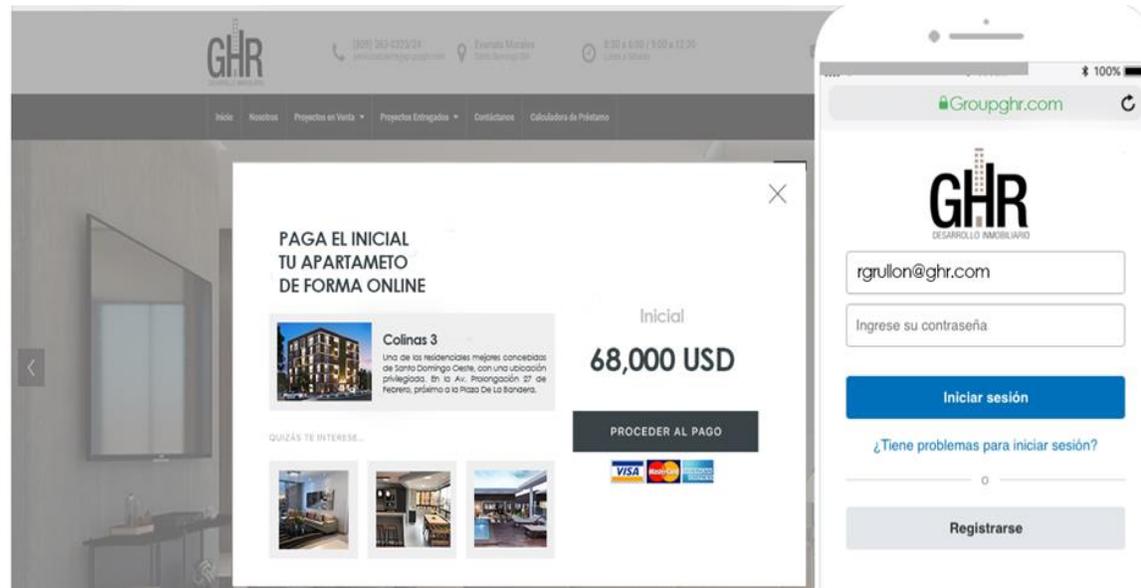
- ✓ 3 habitaciones
- ✓ Acceso Principal
- ✓ Apartamentos con patio/terracea en el primer nivel
- ✓ Área común con terraza y salón multi-usos
- ✓ Área de juegos infantiles
- ✓ Ascensores
- ✓ BBQ
- ✓ Cocinas modulares
- ✓ Dependencia de servicio
- ✓ Dormitorio en suite
- ✓ Jardín
- ✓ Salón de fiestas
- ✓ Salón de usos múltiples
- ✓ Seguridad 24 horas
- ✓ Urbanización cerrada con control de acceso

Ubicación y características de los proyectos inmobiliarios.

El portal web B2B de GHR Desarrollo Inmobiliario, contará con 3 brokers expertos y calificados en materia del sector inmobiliario, los cuales estarán online para interactuar con los clientes e iniciar transacciones de compra/venta de los proyectos inmobiliarios del portafolio. Estos Brokers estarán en oficinas habilitadas y con todos los equipos necesarios para agilizar las negociaciones finales. Es por ello, que nuestro software B2B Inmobiliario contará con una plataforma de pago desde el mismo portal lo cual conllevará a una venta directa y cómoda para el cliente.



Chat interactivo con el Broker – Portal Web B2B Inmobiliario GHR Desarrollo Inmobiliario



Plataforma de pago online - Portal Web B2B Inmobiliario GHR Desarrollo Inmobiliario

ANÁLISIS FINANCIERO

Innovar y estar a la vanguardia en la era tecnológica en la que vivimos en el Siglo XXI, tiene su costo, es por ello que implementar este software que nos permita conectar de manera rápida con nuestros clientes y potenciales clientes tiene su precio. De toda inversión si se hace planificada se obtienen grandes resultados, y es precisamente eso lo que queremos lograr en GHR Desarrollo Inmobiliario con nuestro Portal Web B2B Inmobiliario.

A continuación presentaremos una proyección de nuestros estados financieros comprendido entre los años 2019-2020.

GHR DESARROLLO INMOBILIARIO
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 31 de Julio 2020

ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES		2019	2020
Efectivo y equivalentes al efectivo		2,500,000.00	5,500,000.00
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES		<u>2,500,000.00</u>	<u>5,500,000.00</u>
ACTIVOS FIJOS			
Muebles y equipos		150,000.00	250,900.00
Maquinarias		75,000.00	105,500.00
Sistema de software		-	565,500.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		<u>225,000.00</u>	<u>921,900.00</u>
TOTAL ACTIVOS		<u>2,725,000.00</u>	<u>6,421,900.00</u>

PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES		2019	2020
Nominas por pagar		928,400.50	1,494,700.50
Prestamos por pagar		700,000.00	575,176.52.

TOTAL PASIVOS			
CORRIENTES		<u>1,628,400.50</u>	<u>2,069,877.02</u>
CAPITAL			
Aporte de los socios		1,096,599.50	4,352,022.98
TOTAL DEL CAPITAL		1,096,599.50	4,352,022.98
TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		<u>2,725,000.00</u>	<u>6,421,900.00</u>

El Estado de Situación o Balance General, de la empresa GHR Desarrollo Inmobiliario comprendido entre el periodo Julio 2019-2020, refleja el patrimonio de la empresa. Es decir, aquí podemos analizar los activos ó utilidades propias de la empresa y los pasivos que son las deudas ó cuentas por pagar de la empresa. Podemos observar y comparar los cambios en la compra del software B2B Inmobiliario para desarrollar un crecimiento con mayores ganancias y expansión de nuestro portafolio.

Con un costo de DOP\$565,500.00 pesos dominicanos, la ejecución del Software que sustentara el portal web B2B bróker de la empresa, será un activo intangible pero de gran valor y soporte para la empresa.

**GHR DESARROLLO INMOBILIARIO
ESTADO DE RESULTADO
DEL 31 de Julio 2020**

		2019	2020
Ventas		6,786,000.00	10,228,000.00
Costo de ventas		328,755.00	898,000.00
UTILIDAD BRUTA		<u>7,114,755.50</u>	<u>11,126,000.00</u>
GASTOS OPERACIONALES			
Gastos de personal		928,400.50	1,494,700.50
Gastos de organización		248,000.00	395,600.00
Gastos financieros		189,560.00	237,400.00
Gastos administrativos		212,400.00	315,000.00
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES		<u>1,578,360.50</u>	<u>2,442,700.50</u>
UTILIDAD ANTES DEL ISR		5,536,395.00	8,683,299.50
Impuesto sobre la renta		1,566,300.00	2,450,215.00
UTILIDAD NETA		<u>3,970,095.00</u>	<u>6,233,084.50</u>

Finalmente, tenemos el Análisis de Resultados de la empresa GHR Desarrollo Inmobiliario, donde podemos constatar los beneficios del portal web B2B, aumentando las ventas, y por ende, generando mayores utilidades para un ascenso del patrimonio de la empresa. Esta empresa sería la pionera en el país en implementar este tipo de software B2B del sector inmobiliario en el mercado de la República Dominicana.

CONCLUSIÓN

El mercado inmobiliario dominicano ha tenido un gran avance, de ser uno de los mercados más temerosos por la debilidad en el sistema que los embargaba, hoy en día tiene solidez, liquidez y transparencia. República Dominicana, hoy en día ha avanzado significativamente en las operaciones inmobiliarias, tanto así, que contamos con grandes inversiones de extranjeros en el turismo inmobiliario del país el cual lleva gran ventaja en comparación con países vecinos del caribe.

Una de las fuertes razones, de este proyecto es hacer de conocimiento a las pymes del sector inmobiliario que pueden hacer grandes proyecciones de compra/venta/renta, a distancia, es decir, virtual. La tecnología llegó para quedarse y sus avances han hecho que el ser humano sea más competitivo y se mantenga a la vanguardia.

El comercio electrónico es la plataforma para crear esa conexión entre vendedor y cliente con un solo clic, sin necesidad de trasladarse desde su ubicación. Por tal motivo, en este proyecto hemos ampliado nuestros conocimientos en el concepto y modo operandi del bróker inmobiliario, quien debe de ser un experto de la materia, fungiendo como asesor legal, inmobiliario, financiero y administrativo, para que pueda brindarle seguridad y confianza al cliente. El bróker debe poseer las cualidades antes descritas, y más, ya que es la persona clave para que se desarrolle la negociación de una manera satisfactoria. El broker inmobiliario este tiene diversas oportunidades para desarrollarse en el mercado debido a que este se encuentra en constante crecimiento, y con las

herramientas adecuadas como el comercio B2B implementado en el sector inmobiliario este podría alcanzar otros niveles de beneficios, podría hacer un salto cuántico a la hora de hablar del sector inmobiliario.

A lo largo de este proyecto se pueden identificar las oportunidades que un broker inmobiliario podría aprovechar e innovar con la implementación del comercio electrónico B2B, en el trabajo se han abordado diferentes aspectos como la metodología de implementación a nivel organizacional y operacional donde se explica lo que necesita el software que contenga integrado desde el diseño de la página hasta el catálogo de ventas virtuales lo cual lo hace un desafío muy grande y un trabajo a largo plazo implementando mejoras constante para que se vaya adecuando a las necesidades de los clientes.

Este proyecto busca integrar la creación del sitio web aportándole automatización al proceso de negocio inmobiliario mediante la plataforma para la gestión de procesos de negocios y la integración del comercio electrónico en el sector por eso se puede apreciar los pasos para la adopción eficiente del mismo. El proyecto en sí tiene puntos fuertes y algunos puntos que habrá que prestarle más atención, ya sea por cuestiones internas o externas pude aprender y observar que esta industria no solo la del B2B sino que el mundo del e-commerce tienen un buen potencial muy enorme que aún no ha sido explotado. Las próximas generaciones tenderán a facilitar las interacciones mediante plataformas que ayuden a intermediar de manera más efectiva las compras y ventas.

RECOMENDACIONES

El sistema de Bróker B2B para pymes del sector inmobiliario, juega un papel muy importante en el crecimiento y sostenibilidad de esa pyme en el mercado. Dar un paso siempre adelante es lo que nos posiciona en el gusto y preferencia del público. Después del mundo detenerse por motivos de una pandemia viral (COVID-19), es importante que las empresas analicen y planifiquen sus operaciones de forma virtual.

Un bróker inmobiliario capacitado logra confianza, lealtad y fidelidad del cliente.

Por estas razones antes expuestas, recomendamos:

- Implementar un portal web B2B inmobiliario, con plataformas de pago e interacciones online con el cliente.
- Invertir en portales inmobiliarios y en la gestión de marketing correspondiente a este.
- Organizar Webinar para general leads y una conexión más personalizada con el público.

BIBLIOGRAFÍAS

- A, D. (2020). Cómo crear una página web paso a paso – Guía completa. ., de Hostinger Sitio web: <https://www.hostinger.es/tutoriales/como-crear-una-pagina-web/>
- Asociación de Agentes y Empresas Inmobiliarias – AEI (Julio, 2019) www.aei.com.do
- Banco Central de la Rep. Dom. (Enero – Marzo 2020), Informe de la Economía Dominicana, sitio Web: <https://www.bancentral.gov.do/>
- Dirección General de Impuestos Internos (DGII) Sitio Web: <https://ayuda.dgii.gov.do/dgii/topics/ca933-por-cuales-inmuebles-debo-pagar-el-impuesto-al-patrimonio-inmobiliario-ipi>
- E Dans, DB Allen (2002). B2B E-Marketplace: Percepción de la Propuesta de Valor en un Mercado Incipiente. Sitio web: <https://scholar.google.es/citations?user=GJJe1PMAAAAJ&hl=es&oi=sra>
- Duarte, G. (2008). Definición de Capacidad. ., de Definición ABC Sitio web: <https://www.definicionabc.com/general/capacidad.php>
- Edén, A. (2014). Historia del B2B, de Bisnes Tu Visnes Sitio web: <https://bisnestuvisnes.wordpress.com/2014/04/17/historia-del-b2b/>
- Figueroa, E. (2006). Estudio para implementación de comercio electrónico, en una empresa de desarrollo de software Softsystems, de SiloTips Sitio web: <https://silo.tips/download/estudio-para-implementacion-de-comercio-electronico-en-una-empresa-de-desarrollo>

- Garabito, Alenny (Presidente AEI - 2012), La Función de un Agente Inmobiliario.
Sitio Web: <https://acoprovi.org/la-funcion-de-un-agente-inmobiliario/>
- Grupo Jesús Banderas. (2019). República dominicana y su sector inmobiliario – Aprende lo esencial, Sitio web:
<https://jesusbanderasgroup.com/república-dominicana-y-su-sector-inmobiliario-aprende-lo-esencial#:~:text=%2DEn%202019%20se%20registr%C3%B3%20un,fideicomiso%20en%20la%20Rep%C3%BAblica%20Dominicana.>
- Juan Manuel rubio (2014) <https://www.sugerendo.com/blog/b2b-ecommerce/comercio-electronico-b2b-para-pymes/>
- Jurisdicción Inmobiliaria – Poder Judicial
Sitio Web: https://ji.gob.do/?page_id=331
- Ley núm. 108-05, sobre Registro Inmobiliario y sus Reglamentos Complementarios, 23 de marzo del año 2005.
- Luis D. periolo (2014)
<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/handle/11185/504>
- Pérez, J. Merino, M. (2017). Definición de desempeño. ., de Definicion.de Sitio web: <https://definicion.de/desempeno/>
- Preparado por Gustavo Adolfo Peredo Rojas (Consultor internacional - Bolivia) y Soraya Peralta Bidó (Consultora nacional - República Dominicana)

[https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/03/Republica-Dominicana- Estudio-Sector-Construccion.pdf](https://unctadcompal.org/wp-content/uploads/2017/03/Republica-Dominicana-Estudio-Sector-Construccion.pdf)

- Poder Judicial, 2013. Normativa de la Jurisdicción Inmobiliaria. Santo Domingo, República Dominicana. Sitio Web: www.poderjudicial.gob.do
- Subramaniam C., Shaw M.J. (2002) A Study on the Value of B2B E-Commerce: The Case of Web-based Procurement. In: Shaw M.J. (eds) E-Business Management. Integrated Series in Information Systems, vol 1. Springer, Boston, MA.

ANEXOS



Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

ANTEPROYECTO DE MONOGRAFÍA DE GRADO

Título:

Servicios de Bróker a través de negocio a negocio (B2B) para PYMES del sector inmobiliario, 2020.

Sustentantes:

Br. Grace M. Montilla 2006-0158

Br. Robinson Grullón 2010-1097

Br. Yoslenser De La Rosa 2013-0329

Profesores del módulo

Prof.: Santo Rafael Navarro, conferencista y auxiliar
Creación de Proyecto

Santo Domingo, D.N., República Dominicana

29 de Junio de 2020

PASO 1. La selección y definición del tema de investigación

1.1 SISTEMA DE BROKER B2B PARA PYMES INMOBILIARIO

- **OBJETO DE ESTUDIO:** Compra B2B
- **MODELO O INSTRUMENTO:** Sistema de Bróker
- **CAMPO DE ACCIÓN:** Pymes Sector Inmobiliario

1.2 Definición del tema

Un **bróker** es un agente o empresa que se encarga de ejecutar las operaciones de compra o venta que sus clientes le solicitan. Su función principal es la de actuar de intermediario entre sus clientes y el mercado encontrando un vendedor cuando su cliente le da una orden de compra o un comprador cuando su cliente le da una orden de venta.

B2B Business to Business (negocio a negocio), fue empleada originalmente para identificar el comercio electrónico realizado entre empresas y ahora se aplica también al mercadeo. A pesar de que el comercio electrónico B2C (business to consumer, empresa a consumidor) se lleva los grandes titulares, las transacciones realizadas entre empresas abarcan la mayor proporción del comercio electrónico total.

Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

Las MI PYMES es toda unidad de explotación económica, constituida por una persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a las siguientes categorías según el tamaño:

1. Microempresa: a) Hasta 10 trabajadores; y b) ventas brutas anual de hasta ocho millones de pesos dominicanos (RD\$8,000,000.00);

2. Pequeña Empresa: a) De 11 a 50 trabajadores; y b) ventas brutas anual de hasta cincuenta y cuatro millones de pesos dominicanos (RD\$54,000,000.00);

3. Mediana Empresa: a) 51 a 150 trabajadores; y b) ventas brutas anual de hasta doscientos dos millones de pesos dominicanos (RD\$202, 000,000.00).

SECTOR INMOBILIARIO

Comprenden los servicios de compra, venta y el alquiler de edificaciones no residenciales, así como los servicios inmobiliarios relacionados a actividades de agentes y corredores inmobiliarios; intermediación en compra, venta y alquiler de propiedades inmobiliarias a cambio de una retribución o por contrato y servicios de tasación de propiedades inmobiliaria.

PASO 2. Planteamiento del problema de investigación

SISTEMA DE BROKER B2B PARA PYMES DEL SECTOR INMOBILIARIO en la República Dominicana en el año 2020.

Hoy en día las empresas PYMES tienen cada vez más obstáculos para poder ser competentes en el mercado, debido a la alta tasa de inflación y su poca capacidad de liquidez, como los problemas que presentan de débil acceso a la cadena de valor, las necesidades de las pymes en República Dominicana.

Los empresarios dominicanos muestran capacidades inherentes a los negocios, sin embargo, no poseen todas las herramientas que le permita consolidar sus operaciones e ingresos a un mayor nivel, las micros, pequeñas y medianas empresas surgen por diferentes razones: por una demanda insatisfecha del mercado, por la mala calidad de los productos y servicios existentes, por la experiencia acumulada como empleado o por la tendencia del mercado.

Todas las empresas que hoy en día son exitosas, fueron al principio pequeñas, solo contaban con la idea, pocos recursos económicos y un mínimo de empleados, pero la visión de su fundador la hizo crecer a través del tiempo hasta convertirla en una organización de prestigio nacional e internacional.

Un grave problema que enfrentan las PYMES en la realidad es que no buscan ayuda de un asesor de negocio, que pueda mediante una investigación de mercado o un plan de negocio determinar la factibilidad y así hacerles frente a las múltiples dificultades que puedan presentar en el negocio, también el poco apoyo del gobierno son otro dolor de cabeza para las pymes.

Mediante el modelo B2B pueden aparecer oportunidades de negocios más rentables para las pymes en el sector inmobiliario como representar la compra-venta de un apartamento en un entorno online, al igual que buscar financiación para dichos clientes, certificando si un inquilino es solvente para dicha compra o alquiler.

También, otro instrumento que se podría ofrecer con las pymes inmobiliarias es que cualquier inversionista pueda invertir en nuevos proyectos inmobiliarios pero no orientado a la adquisición como propietarios, sino para sacar rentabilidad a su dinero que les permita elegir entre inmuebles para explotar en alquiler ganando una parte proporcional de la inversión.

Es una herramienta digital que permite a agencias inmobiliarias, arquitectos, ayuntamientos y gestores de patrimonio inmobiliario acceder a información urbanística de todo tipo de propiedades.

Los bróker pueden llevar el negocio inmobiliario a otros niveles por eso es una oportunidad para la pymes inmobiliarias que puedan acceder a este servicio, por ejemplo algunos beneficios que podría aportar un bróker sería las transacciones u operaciones entre un comprador y vendedor, sería el intermediario entre ambas partes siempre y cuando lleguen a estar de acuerdo mediante un contrato, este velará porque toda la documentación esté en orden ya sea verificación de registro de la propiedad, garantías, protección jurídica, impuestos sobre bienes inmuebles, impuestos sobre la renta, impuestos sobre el patrimonio, estatus de la propiedad, del suelo, etc.

Los bróker son necesarios para facilitar la compra y ventas de los bienes inmobiliarios y hacer de esto un servicio más seguro y rentable a la hora de adquirir un inmueble o vender.

PASO 3. Objetivos de la investigación.

Objetivo General:

Implementar los servicios de Bróker utilizando modelo de negocio Business to Business para PYMES de Inmuebles en la República Dominicana, 2020.

Objetivos Específicos

1. Implementar el modelo Business tu Business
2. Implementar una arquitectura de servicio web
3. Identificar la automatización del proceso de negocios
4. Entender los factores de operación de un bróker (intermediario)
5. Identificar las necesidades que presentan las pymes de inmuebles en la República Dominicana.

PASO 4. Justificación de la investigación.

Una de las áreas de la economía dominicana que ha mantenido un crecimiento constante es el sector inmobiliario, donde se puede observar una variada oferta para diferentes grupos sociales.

En el 2013 el valor promedio de las propiedades en venta en Casa de Campo era de USD1.8MM. En el 2017 en Casa de Campo el valor promedio de las villas en venta públicamente (solo villas, no apartamentos ni terrenos) fue de USD2.4MM mientras que Punta Cana el valor promedio era de USD2.3MM. Ahora en el 2018, en Casa de Campo el valor promedio de las villas en venta públicamente se situó en USD1.9MM, un ajuste del 20.8%, mientras que Punta Cana el valor promedio fue de USD2.56MM, un ajuste del 11.3%. El reajuste de

los precios de venta de las villas en Casa de Campo es probablemente la principal causa del gran aumento en el número de ventas realizadas durante el 2017, según Casa de Campo Real Estate, asociado en Casa de Campo Resort. Durante 2017, cerraron 109 transacciones de las cuales 81 fueron villas, un incremento del 100% con relación al desempeño del 2016. Bajaron los inventarios, incrementaron las ventas... y transformaron las casas en activos generadores de ingresos a través de su programa de rentas.

Durante el periodo 2018-2020, el sector inmobiliario ha tenido un avance significativo en la economía dominicana, teniendo en cuenta que varias empresas constructoras han desarrollado en conjunto con el gobierno, un plan habitacional en diferentes zonas del país con la cual se busca que todo ciudadano adquiera su primera vivienda.

Con esta estrategia, se busca incentivar el flujo económico, crecimiento del sector inmobiliario - construcción, capitalización y el beneficio de que cada dominicano tenga acceso a su vivienda, por lo cual, el gobierno le regala el bono primera vivienda.

Basado en lo antes expuesto y siendo la República Dominicana un paraíso habitacional, tenemos la convicción de que es el momento del desarrollo sostenible de las pymes del sector inmobiliario en el expansión de las ventas, mediante un sistema de broker electrónico que las conecte con el cliente final y les permita un acceso más rápido, seguro y confiable al momento de realizar su compra y/o inversión.

El Bróker B2B, va a garantizar que las pymes inmobiliarias obtengan mayores beneficios y aumenten su portafolio de clientes y proyectos, en tiempo record.

Por tanto, como imaginarás, este modelo de negocio está íntimamente ligado con el comercio mayorista, aunque también tienen cabida en él la prestación de servicios y el consumo de contenidos.

El modelo de negocio business to business ofrece varios beneficios a las empresas, entre los cuales destacan:

- Ahorro de tiempo.
- Ahorro de dinero.
- Personalización.
- Mayor facturación por cliente.
- Los vemos uno a uno de forma más profunda.

Justificación Metodológica

El tipo de investigación será descriptiva y explica, ya que son aspectos que permiten obtener el número de información adecuada ante cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo de la incorporación de la organización en el mercado. Sin embargo, la utilización de los tipos de la investigación genera la caracterización de información necesaria en cuanto a contar con cada uno de los datos en favor de obtener una interpretación sobre la recolección de la misma.

*La utilización de la herramienta será basada en el apoyo de la **encuesta y la entrevista**, donde estos instrumentos genera la obtención de información necesaria para el desarrollo de la integración de la empresa sobre la obtención de los recursos renovables, de tal manera la encuesta se enfoca el uso de cuestionario en la cual la información es a través de obtener cada una de las informaciones necesarias para el control de los datos.*

PASO 5. Marco de referencial (teórico - conceptual)

Marco de Teórico:

“DESARROLLO DE UNA APLICACIÓN WEB CRM PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN DEL PROCESO DE VENTA DE UNA EMPRESA INMOBILIARIA”.

Como resultado del sostenido crecimiento del sector constructor y la necesidad insatisfecha de vivienda en el país, la Empresa Constructora Inmobiliaria pretende desarrollar, construir y vender la mayor cantidad de proyectos (de proyección social, apoyados por el estado en programas de vivienda social que se desarrollan desde el Fondo Mi Vivienda y el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento y proyectos residenciales, proyectos propios de la empresa), lo que conllevan a la necesidad de implementar una estrategia de negocios que fortalezca el área comercial y que permita gestionar toda la información relevante a ésta, a fin de llevar un control correcto y organizado para el cierre completo de cada venta, la promoción, y los servicios post venta, y tener además una herramienta más adecuada para gestionar el modelo de negocio donde intervienen programas de tipo “Techo Propio” o “Mi Vivienda”, que matizan el negocio inmobiliario nacional. Romero, C. Del Pilar, C. (2013).

REDEFINICIÓN DE UN PRODUCTO INFORMÁTICO DE GESTIÓN INMOBILIARIA. ACCIONES CORRECTORAS DE LA ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA. Guinda, A. (2007).

El proyecto contempla el análisis de una empresa dedicada a ofrecer servicios a pymes inmobiliarias, basándose en un producto informático de gestión inmobiliario diseñado para permitir la colaboración entre inmobiliarias, la cual presenta una gran desviación entre los objetivos previstos y los reales tras un año desde su creación.

El objetivo es el de esclarecer la viabilidad de la empresa y crear todos los procesos y cambios oportunos en el caso que así fuera. Se realiza el estudio de la estructura y funcionamiento de la empresa así como del sector, mediante el análisis DAFO y el estudio del entorno averiguando quién es su competencia, analizando las principales empresas de programas de gestión inmobiliaria y de portales inmobiliarios. Posteriormente se realiza un estudio de mercado, conociendo la tendencia del mercado inmobiliario español, y se analizan las necesidades de las agencias inmobiliarias para conocer qué es lo que quiere el posible cliente.

Junto con el estudio de mercado, se obtiene toda la información para evaluar las deficiencias de la empresa. Se determinan los errores que han impulsado unas pérdidas constantes, los cuales indican decisiones poco acertadas a nivel directivo, la inexistencia de un plan de expansión eficiente y falta de funcionalidades en el producto definiendo el nuevo rumbo que ha de adoptar la empresa, se estudian las mejoras que han de desarrollarse en el producto, mediante un análisis brainstorming y otro funcional de los usuarios inmobiliarios, creando nuevos procesos de implantación y control de desarrollos junto con el calendario de los mismos, extrapolables a otros sectores tecnológicos. Se procede a la redefinición de la comercialización del producto, desde el diseño de los nuevos canales de venta, procesos para la formación de los clientes y un completo plan de seguimiento postventa, primordial para el éxito de la empresa.

Se crean procesos para la recopilación de información de los clientes y seguimiento de la carga de trabajo de los trabajadores de la empresa, permitiendo tener información actualizada tanto interna como externa.

Los procesos de contención de costes implantados, junto con la nueva comercialización del producto, permiten una reducción drástica de los gastos mensuales en los que incurre la empresa, así como la potenciación de la captación de nuevos clientes y de nuevas fuentes de ingresos, vislumbrando de nuevo el futuro de la empresa.

MARCO CONCEPTUAL

Sistema: Una definición muy general de 'sistema' es: «conjunto de elementos relacionados entre sí funcionalmente, de modo que cada elemento del sistema es función de algún otro elemento, no habiendo ningún elemento aislado». El término 'elemento' está tomado en un sentido neutral; puede entenderse por él una entidad, una cosa, un proceso, &c. –en cuyo caso cabe hablar de «sistema real»–, o puede entenderse por él algún concepto, término, enunciado, &c. –en cuyo caso cabe hablar de «sistema conceptual», «sistema lingüístico», etcétera–. En algunos casos, el elemento de que se habla tiene un aspecto «real» y un aspecto «conceptual»; ello sucede cuando, como ocurre a menudo, el sistema de que se habla está compuesto de reglas o normas. Ferrater, J. (1979).

Bróker inmobiliario: Un bróker es una figura muy importante dentro del sector inmobiliario, pues es el encargado de coordinar todo el proceso de compraventa de los bienes inmuebles, y sirve como intermediario y guía para que los inversionistas sepan en qué desarrollos poner su dinero, para recuperar el capital y obtener las mayores ganancias posibles. Hernández, F. (2019).

B2B: Las siglas B2B hacen referencia al mercado corporativo, aquellas empresas que comercializan sus productos o servicios a otras empresas. De esta manera, en la tipología del marketing B2B la finalidad es establecer relaciones personales, con las que poder reforzar el prestigio y la identidad de la marca. Es decir, transmitir el valor de la empresa. La estrategia se centra en transmitir cómo el producto ayuda a los clientes a ahorrar en tiempo, recursos y dinero. Juan, C. (2016).

Inmobiliaria: es una empresa dedicada a la construcción, la venta, el alquiler y la administración de viviendas. Cada inmobiliaria puede realizar todas estas actividades o sólo algunas (como limitarse a la venta y el alquiler de las propiedades). Pérez, J. Gardey, A. (2012).

Compra: Compra es la acción y efecto de comprar. Este verbo refiere a obtener algo a cambio de dinero. (Pérez, 2011).

Pymes: este es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados. (Pérez J., 2009).

Inmobiliaria: Una inmobiliaria es un negocio dedicado a la compra y venta de inmuebles (casas, locales comerciales, mansiones, fincas, etc). (Navarro, 2015).

Digital: Digital es aquello relativo a los dedos (las extremidades de las manos y los pies del ser humano). El concepto, de todas formas, está estrechamente vinculado en la actualidad a la tecnología y la informática. (Pérez J. Definición, 2010)

Marco Espacial

Nuestra investigación estará basada en el modo operandi en las negociaciones B2B de las principales Inmobiliarias / Constructoras de Santo Domingo, República Dominicana.

Marco Temporal

La realización de la investigación sobre el sistema bróker B2B para pymes inmobiliarias, Santo Domingo, República Dominicana será comprendida en el periodo Mayo-Agosto 2020.

PASO 6. Aspectos Metodológicos.

Tipo de Investigación

El tipo de investigación seleccionado en el desarrollo del tema será descriptivo y explicativo, ya que son los más convenientes dentro de la recolección de información en cuestión de integrar cada uno de los aspectos que serán necesarios para la conformación de la organización enfocada en la elaboración y comercialización de muebles para el hogar, donde permita obtener una mejor manipulación sobre cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo del fenómeno sobre indicar cada uno de los aspectos que se relacionan en el mismo.

A través del tipo de investigación descriptiva contribuye sobre cada uno de los estudios o áreas en el cual se tendrá en cuenta para la evaluación y determinación de cada aspecto que es necesario en el tema, donde la conceptualización de las variables permite un uso adecuado de los métodos y recursos para dar respuesta a las posibles alternativas viables. Asimismo, el tipo de investigación descriptivo cuenta con enfocar sus lineamientos en contar con las acciones que mejoren la incidencia de cada área.

El tipo de investigación explicativa enfoca sus aspectos en ofrecer un estudio claro y preciso sobre cada área en el cual se desarrolla el fenómeno, donde el marco de estudios sobre el mercado, técnico y financiero permite la determinación de indagar sobre las necesidades en el cual se enfocan las variables en cuestión de dar explican al comportamiento sobre la integración de la organización en cuanto al cumplimiento sobre el desarrollo de la organización en cuanto obtener una correcta manipulación de cada una de las áreas en fin de obtener una buena rentabilidad operativa.

Método de la investigación

El uso de los métodos en la investigación genera la obtención adecuada de cada uno de los elementos propios sobre el desarrollo del fenómeno en el cual permita cumplir con los objetivos, donde se apoyará del método síntesis, análisis y deductivo.

El método de síntesis, permite determinar cada una de las situaciones actuales con la finalidad de obtener respuestas que sirvan para manipular cada uno de los eventos, donde ejerce una simplificación de los datos en el cual reúne cada una de las información en la búsqueda de contar con los puntos factibles para un desarrollo sobre la organización de la empresa en el mercado.

El método de análisis, genera determinar y efectuar un control directo sobre el desarrollo de la información en el cual permita contar con los elementos esenciales para la obtención de datos concretos en fin de establecer razonamientos que sirvan para dar respuesta sobre la actuación del fenómeno en cuestión de contar con los aspectos que aumenten el rendimiento de la organización.

A través de este método analítico se persigue identificar la necesidad de un sistema de broker b2b para pymes del sector inmobiliario en la República Dominicana.

El método deductivo, permite controlar y contar con cada una de las información claras sobre obtener un mejor rendimiento en cada una de las áreas en el cual se ejerce una actuación del fenómeno.

Técnica

A través de las técnicas usadas en las técnicas de investigación cuenta con el uso de la entrevista, la encuesta y la recopilación documental, ya que sirven como medio eficaz para la determinación de cada uno de los elementos que sirven para puntualizar informaciones concretas acerca de la organización y dirección sobre la composición de la organización en el mercado dominicano.

La recopilación documental, es un medio eficaz en el cual sirve para realizar una profundización sobre cada uno de los elementos que ejercen una actuación en puntualizar en diversos autores y libros sobre posibles respuestas que otorguen un mejor manejo y control sobre la incorporación de una organización a través del uso adecuado de los recursos renovables. No obstante, los datos obtenidos generan un control adecuado sobre la actuación de cada una de las variables en la investigación.

La entrevista, es un medio eficaz que sirva para establecer una conversación que cumple con un esquema de objetivos, donde se realiza una persona o varias en específica con la finalidad de captar el mayor número de información acerca del fenómeno, donde se apoya por preguntas que son estructuradas para un mejor control sobre aquellos aspectos que se deben de tener en cuenta en la investigación.

La encuesta, es la incorporación de preguntas que son orientadas a un segmento de personas encargados de pymes del sector inmobiliario de manera que se pueda determinar la necesidad de dicho bróker, lo cual permite establecer un marco de preguntas que cumpla con el objeto central de la investigación en relación de cumplir con cada uno de los aspectos que son necesarios para el desarrollo del tema y en función de obtener las posibles soluciones que darán respuesta a la tema central.

PASO 7. Índice preliminar para el trabajo de grado

Agradecimientos

Dedicatorias

Resumen Ejecutivo

Introducción

Capítulo 1: Modelo negocio a negocio (B2B-BUSINESS TO BUSINESS)

1.1 Concepto

1.2 Modalidad de operación del B2B

1.3 Ventajas competitivas

1.4 Sistema de compra y venta presencial Vs B2B en RD

1.5 Sector inmobiliario en la República Dominicana

1.6 Marco conceptual e historia

1.7 Alcances del Sector Inmobiliario

1.8 Mercado de las Pymes Inmobiliarias

1.9 Flujo económico de las inmobiliarias dominicanas.

Capítulo 2: Modelo BROKER INMOBILIARIO

2.1 Concepto de bróker

2.2 Bróker inmobiliario en la República Dominicana

2.3 Ventajas de un bróker en pymes del sector inmobiliario

2.4 Proyecciones del mercado económico en base al modelo del bróker inmobiliario y Rentabilidad.

Capítulo 3: IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO B2B

3.1 Metodología de implementación a nivel organizacional y
operacional Creación de un sitio Web

3.2 Metodología de implementación a nivel organizacional y
operacional 3.3 Creación de un sitio Web

3.4 Automatización del proceso de negocios

3.5 Integración del comercio electrónico en la empresa

3.6 Pasos para la adopción eficiente del Comercio Electrónico

3.7 Simulación del Proyecto de plataforma B2B de Fleming y
Martolio

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

8.- Bibliografía Preliminar.

1. Cámara de Comercio y Producción de Santo Domingo. Sitio Web:
<https://www.camarasantodomingo.do/ProductosYServicios/DesarrolloEmpresarial?name=pymes>
2. E Dans, DB Allen (2002). B2B E-Marketplace: Percepción de la Propuesta de Valor en un Mercado Incipiente. Sitio web:
<https://scholar.google.es/citations?user=GJJe1PMAAAAJ&hl=es&oi=sra>
3. Ferrater, J. (1979). Diccionario de filosofía. Madrid: Alianza Editorial.
4. Guinda, A. (2007). Redefinición de un producto informático de gestión inmobiliaria. Acciones correctoras de la estructura y funcionamiento de la empresa. Sitio web: <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/4319>
5. Hernández, F. (2019). ¿Qué es un bróker inmobiliario y cuáles son sus funciones?, de Centro Urbano Sitio web:
<https://centrourbano.com/2019/07/29/broker-inmobiliario-cuales-funciones/>
6. Jiménez, C. (2014). Punto Biz “Mercadeo B2B en internet: ¿por dónde empezar?”, 2014. Sitio web:
<http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/2014-1-puntobiz.pdf>
7. Jiménez, Y. (2019) Análisis del Sector Inmobiliario en Santo Domingo, Rep. Dom. <https://upcommons.upc.edu/handle/2117/166846>
8. Juan, C. (2016). Diferencias entre el Marketing B2C y B2B. ., de IEBS Sitio web: <https://www.iebschool.com/blog/diferencias-entre-b2b-y-b2c-marketing-estrategico/>
9. Navarro, J. (diciembre de 2015). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/inmobiliaria.php>
10. Pérez, J. (2009). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/pyme/>
11. **Pérez**, J. (2010). *Definición*. Recuperado el 06 de 11 de 2020, de <https://definicion.de/digital/>
12. Pérez, J. (2011). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/compra/>
13. Pérez, J. Gardey, A. (2012). DEFINICIÓN DE INMOBILIARIA. ., de Definición de Sitio web: <https://definicion.de/inmobiliaria/>

14. Romero, C. Del Pilar, C. (2013). Desarrollo de una aplicación Web CRM para optimizar la gestión del proceso de venta de una empresa inmobiliaria, de Universidad Ricardo Palma Sitio web: <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2024>