

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La empresa se encuentra en un estado de baja en las ventas y esto está causando que no tenga dinero para pagar sus costos fijos como los de regalías al franquiciante, renta, publicidad, etc., lo cual ha llevado a que la empresa esté descapitalizada.

Los problemas financieros también están impidiendo que se pueda invertir dinero en alguna campaña de mercadotecnia que ayude a ganar participación de mercado. Parte del problema financiero es que la mayoría de los ingresos de la empresa son generados por operaciones realizadas por las socias y éstas cobran comisiones muy altas, por lo tanto ingresa poco dinero a la empresa y solo alcanza para cubrir los costos, y en muchas ocasiones no se logra ni esto.

Para corregir un poco estos problemas, se recomienda que los socios hagan aportaciones de capital o prestamos para inyectar un poco de efectivo a la empresa y mejorar su salud financiera. Con esto se podrán disponer de fondos para pagar deudas, y para invertir en mercadotecnia que ayude a ganar participación de mercado. Las aportaciones deberán ser las necesarias para cubrir los costos de operación mensuales en caso de que estos no puedan ser cubiertos por falta de ingresos suficientes. También sería recomendable que se hiciera una aportación suficiente para adquirir equipo de cómputo necesario para las personas que laboran en esta empresa.

La empresa tiene problemas de desorganización y una sub-utilización de los medios con los que cuenta, como el programa de software de administración que brinda la franquicia, la bolsa inmobiliaria del AMPI, etc. Los asesores inmobiliarios no están cerrando muchas operaciones, ni están consiguiendo propiedades para el inventario, estas actividades son en su mayoría realizadas por las socias. Según comentan las socias las asesoras parecen estar desmotivadas y parecen tener falta de interés en el la realización de operaciones. Además, las asesoras y las socias no cumplen al pie de la letra con todas sus funciones y todos los procedimientos que deberían seguir según los manuales.

Para reducir costos se debe recortar el personal basándose en resultados obtenidos. A su vez, se debe invertir en cursos de capacitación y motivación, de manera conjunta (50% y 50%) y de forma obligatoria por parte de los asesores y la empresa.

La posible razón por la cuál el personal de esta empresa no cumple con todas sus actividades y realiza todas sus funciones al pie de la letra puede ser que la comunicación es muy informal y que hay una relación de amistad entre todas las asesoras y las socias, la cual que hace que no se respeten jerarquías ni procedimientos, y que no se apliquen medidas correctivas.

Se debe tratar de que en la empresa exista una comunicación más formal y que se establezcan mensualmente metas globales e individuales. Es necesario establecer un programa de auditorias que permita observar si todos los miembros de la empresa están cumpliendo con sus funciones y con las metas planeadas. Se deben aplicar medidas correctivas a las personas que no cumplan, y sistemas de bonificación y reconocimiento a los que las cumplan. La adquisición de equipo de cómputo podría permitir que se agilicen las operaciones y se lleve un mejor uso del sistema de administración de la franquicia.

A pesar de todos los problemas internos detectados, según la investigación que se hizo, el problema reside principalmente en el mercado. Aunque no se siguen muchos procedimientos, en general la empresa trabaja bien, además, desde sus inicios siempre ha trabajado de la misma forma y antes no existían problemas, incluso, su situación financiera era muy buena.

Se ha concluido que el problema es principalmente causado por la baja en la demanda de bienes inmuebles para comprar y rentar, y esto ha afectado a todas las empresas del mercado, incluso algunas han llegado a cerrar operaciones.

Debido al aumento en la oferta de créditos hipotecarios, el mercado podría comenzar a reaccionar y podría existir un crecimiento en la demanda de bienes inmuebles. Se recomienda tratar de conseguir acuerdos con las empresas que ofrecen créditos hipotecarios para que recomienden los servicios de la empresa a todos sus clientes.

También se debe atacar el mercado de manera más agresiva, por ejemplo, tratar de llegar a convenios con compañías constructoras para tener la promoción exclusiva de sus inmuebles. Llegar a convenios con las instituciones bancarias y financieras para obtener en exclusiva todas las propiedades adjudicadas por la falta de pago.

El correo electrónico es una herramienta muy barata y cada día más usada para hacer publicidad. Por esto, se recomienda enviar por este medio de forma constante, ofertas de inmuebles atractivos a inversionistas de bienes raíces.

Se encontró con el análisis FODA que la mayoría de las fortalezas de la empresa son producto de la franquicia, por lo tanto, se recomienda seguir operando bajo este esquema. La empresa debe tratar de aprovechar al máximo todos los beneficios que puede obtener de la franquicia.

Se propone unirse con la otra oficina local y aprovechar el apoyo del franquiciante para invertir en publicidad de manera conjunta. Una de las opciones de publicidad es repartir trípticos en las oficinas de las empresas que ofrecen créditos hipotecarios, para que sean entregados de manera conjunta con toda la información sobre los créditos. Estos trípticos también deben estar disponibles en lugares como aeropuertos, hoteles, World Trade Center y lugares turísticos. Otra opción es conseguir bardas de casas prestadas o alquiladas a un costo muy bajo, en las cuales se pinten anuncios promocionales de la empresa.

La consulta de los consumidores por medio de las páginas de Internet es un medio muy barato y muy efectivo en estos tiempos, por lo que se puede llegar a un acuerdo para que los sitios de Internet que contienen información sobre créditos hipotecarios, incluidos los de las empresas proveedoras de estos servicios, incluyan un *banner* de la franquicia para que el consumidor llegue al sitio de la empresa.

Para detener un poco la competencia desleal que representan las personas que trabajan por cuenta propia como promotores de bienes inmuebles, se deben hacer junto con los otros miembros del AMPI, quejas ante el gobierno para la creación de leyes que no permitan personas sin acreditaciones y sin un establecimiento puedan trabajar en este negocio. También se pueden unir todas las inmobiliarias para buscar alguna otra

solución a este problema, como por ejemplo sería una campaña en los diarios de desprestigio de los agentes independientes.