

Escuela de Negocios – MBA – Vespertino 2019

Tema de tesis:

“Ladrillo Seguro: Diseño de un plan de negocios de una plataforma digital de crowdfunding inmobiliario”

Autor:

Melina Dias Neiva

Tutor:

Marco Bellotti

Fecha:

Diciembre 2021

Índice

1. Introducción.....	5
2. Sumario Ejecutivo	6
2.1. La oferta	6
2.2. El mercado	7
2.3. Los competidores	7
2.4. Ventaja competitiva.....	7
2.5. Modelo de ingreso	8
2.6. Resultados esperados	8
2.7. Modelo de negocio.....	9
2.8. Flujo de fondos expresado en dólares	10
2.9. Propuesta de capitalización	11
3. Plan de Marketing	11
3.1. Campaña de crowdfunding.....	11
3.1.1. La regla del 30-90-100.....	12
3.1.2. Comunidad	13
3.1.3. Credibilidad.....	13
3.2. Propuesta de marca.....	14
3.2.1. Logo.....	14
3.3. Promoción y Publicidad	15
3.3.1. Página Web	15
3.3.2. Estructura	16
3.4. Costos de marketing estimados	19
4. Plan operacional.....	20
4.1. Flujo de procesos	20
4.1.1. Inversor.....	20
4.1.2. Desarrollador.....	21
4.2. Plataforma	22
4.2.1. Costos de plataforma estimados	23
5. Plan organizacional.....	23
5.1. Constitución de la empresa.....	23
5.2. Estatuto de la empresa	23

5.3. Aspectos tributarios	24
5.4. Diseño organizacional	24
5.5. Perfil de puestos.....	25
5.5.1. Directorio	25
5.5.2. Gerente de Operaciones y Proyectos	25
5.5.3. Gerente Administrativo y Financiero	25
5.6. Conformación de remuneraciones	26
5.7. Marco Legal	26
5.8. Plan de contingencia	28
5.9. El equipo	29
6. Plan financiero	30
6.1. Supuestos	30
6.2. Flujo de Fondo Estimado	33
6.2.1. Flujo de Fondos Estimado del proyecto	35
6.2.2. Consideraciones para el cálculo de la WACC por Método de Flujo de Fondos Descontado al WACC..	36
6.2.3. Financiación del Negocio	36
6.3. Conclusiones	36
7. ANEXO IV – Campaña en Facebook Ads.....	37
8. ANEXO V – Campaña Google Ads	39

Índice ilustrativo

Figura 1: Resumen flujo de fondo con proyección a 5 años, elaboración propia	10
Figura 2: Fases de la campaña de crowdfunding.....	11
Figura 3: Isotipo de la plataforma	15
Figura 4: Página de inicio de la plataforma Ladrillo Seguro.....	15
Figura 5: Apartado proyectos dentro de la plataforma Ladrillo Seguro	16
Figura 6: Esquema representativo de datos de proyecto a invertir	17
Figura 7: Estructura interna dentro del proyecto dentro de la plataforma Ladrillo Seguro.....	17
Figura 8: Flujo de procesos en la plataforma, elaboración propia	20
Figura 9: Manejo de datos dentro de la plataforma, elaboración propia.....	22
Figura 10: Datos de constitución de la empresa.....	24
Figura 11: Aspectos tributarios de la empresa.....	24
Figura 12: Estructura organizacional.....	25
Figura 13: Datos sobre la conformación de las remuneraciones.....	26

1. Introducción

El pequeño desarrollador quiere emprender se encuentra con la gran complejidad en obtener el financiamiento para llevarlos a cabo, sobre todo considerando que son proyectos en edad temprana donde el emprendedor cuenta con apenas su idea de negocio y un capital mínimo, provocando que las instituciones financieras tradicionales no vean la factibilidad de generar la fuente de ingresos suficiente como para cumplir con los compromisos de pagos ni cuentan con garantías que los cubran.

Por otro lado, el ritmo de la innovación tecnológica y de los negocios se ha acelerado durante las últimas décadas, permitiendo que surjan nuevos modelos de negocios tales como nuevas plataformas digitales como fuente alternativa para la obtención de capital a través del financiamiento colectivo (“crowdfunding”). Estos mecanismos traen nuevos procesos de financiamiento menos costosos y más factibles de obtener dándose alza en los usuarios.

La Organización Internacional de Comisiones de Valores (IOSCO, por sus siglas en inglés) se refiere al financiamiento colectivo como *“un término paraguas que describe el uso de pequeñas cantidades de dinero, obtenidas de un amplio número de personas u organizaciones, para financiar un proyecto, un negocio, un préstamo personal y otras necesidades a través de una plataforma web”*.

Es así como junto con el arquitecto y mi amigo Nicolás Oettinger (gran parte promovido por el deseo propio de Nico como emprendedor), se nos plantea la idea de prestar un servicio a través de una plataforma digital que permita conectar a desarrolladores inmobiliarios con necesidades de capital para llevar a cabo sus proyectos con inversores dispuestos a invertir pequeñas sumas de dinero dolarizadas con el uso de la tecnología blockchain, la cual actualmente está ocupando cada vez mayor terreno en el ámbito público y privado.

En la tesis *“Crowdfunding: Inserción de nuevos capitales al desarrollo inmobiliario”*¹, se estudia de manera creativa e innovadora la posibilidad de ofrecer este servicio en el mercado y dicho análisis es la base para el plan de negocio desarrollado en esta tesis.

1 Nicolás M Oettinger. (2021). *“Crowdfunding: Inserción de nuevos capitales al desarrollo inmobiliario”*, Escuela de Negocios – MBA – Vespertino 2019, Universidad Torcuato di Tella

2. Sumario Ejecutivo

2.1. La oferta

Nuestra propuesta, plantea el desarrollo de un plan de negocio donde conectamos a través de una plataforma digital de financiamiento colectivo a los emprendedores del real estate con inversores, incorporando atributos de transparencia, confianza, trazabilidad e integridad de la información al utilizar la tecnología Blockchain.

Ofrecemos un servicio de e-commerce en el cual los proyectos se publican en nuestro sitio web, brindando información detallada de las obras a financiar, los montos iniciales requeridos, el porcentaje de financiación obtenido, plazos, rentabilidad estimada e historial del emprendedor.

Actualmente, desde el lado del desarrollador su acceso al crédito presenta ciertas limitaciones, sumado a la burocracia de los procesos y los altos costos de financiación. Ladrillo Seguro brinda la posibilidad a los desarrolladores de acceder a financiación para sus proyectos bajo condiciones convenientes para ambas partes.

Desde el lado de los inversores queremos brindar la posibilidad de que adquirieran un activo relacionado al mercado inmobiliario, que ofrece rentabilidades atractivas y que cubre las fluctuaciones cambiarias.

Nuestro producto podrá ser adquirido a través de la plataforma virtual desarrollada con Smart contract basado en la tecnología blockchain y transaccionando con una criptomoneda estable (por ejemplo: *USDCoin* o *DAI*) que garantiza la paridad con el dólar. Es decir, que el usuario podrá adquirir nuestro producto con pesos argentinos que será equivalente a un monto en dólares el cual será reembolsado por igual monto más sus intereses devengados al concluir el proyecto.

Ladrillo Seguro iniciaría prestando servicios por medio de su plataforma para un desarrollador con necesidad de financiamiento para su proyecto inmobiliario. Estimamos inicialmente cobrar solo una comisión de acuerdo con el monto obtenido a los fines de obtener exposición en el mercado.

En el caso de estudio, hicimos la estimación considerando una construcción por un plazo de 16 meses para una vivienda unifamiliar de 230m², donde el desarrollador ya contaría con el terreno que a su vez tendría la función de garantía inicial ante posibles incumplimientos futuros.

Por otro lado, desarrollaremos una fuerte campaña publicitaria para hacer conocida la plataforma, dando principal importancia al uso de redes sociales e influencers que permitan difundir nuestro producto.

Tomando como referencia el proyecto mencionado anteriormente, estimamos que se requeriría la participación de en promedio 738 inversores con un aporte de U\$S 250 a lo largo de un plazo que consideramos de 3 meses.

Una vez obtenido el monto solicitado, el desarrollador recibirá los desembolsos de acuerdo con las necesidades de fondos en línea con lo expuesto en su proyecto el cual fue previamente aprobado antes de ser publicado en nuestra

plataforma. El desarrollador deberá presentar certificados dando fe de que los fondos fueron utilizados para el avance de obra, de esta manera se reducen los riesgos ante posibles fraudes.

Al finalizar la obra, se estima que en tres meses se concrete la venta y una vez perfeccionada, el desarrollador procede a la devolución del préstamo más sus intereses devengados (14,7% anual en dólares) y la comisión de nuestro servicio (16% anual en dólares).

2.2. El mercado

Nuestro mercado tanto para el desarrollador como el inversor está enfocado al territorio argentino. Inicialmente para el caso del desarrollador, sería en zonas pertenecientes a Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires.

Apuntaremos a desarrolladores con necesidad de capital para financiar sus proyectos inmobiliarios mediante créditos más atractivos y/o accesibles que los métodos tradicionales, los cuales suelen presentar variables desalentadoras en cuanto a montos limitados, perfil crediticio determinado y/o altas tasas de interés.

El perfil de inversor al cual apuntamos capturar es el segmento clase media² principalmente a jóvenes con capacidad de ahorro, interesados en la tecnología e innovación.

2.3. Los competidores

Desde el punto de vista de nuestro cliente que sería el desarrollador inmobiliario, teniendo en cuenta el perfil al que apuntamos, los competidores que identificamos son: las entidades bancarias, los programas de préstamos otorgados para PyMES y Afluenta.

Por otro lado, a los fines de capturar capital y desde el punto de vista del inversor, podemos identificar competidores directos e indirectos. Los competidores directos, son los crowdfunding inmobiliarios y los indirectos, entendemos que sería cualquier otro tipo de inversión dolarizada con rentabilidades similares a nuestro producto como podría ser una obligación negociable que cotiza en el mercado, principalmente de empresas dedicadas al negocio del Real Estate.

2.4. Ventaja competitiva

Tal como mencionamos, el acceso al financiamiento para los pequeños emprendedores puede resultar una tarea difícil y casi inviable, es por ello que queremos ofrecer un servicio que les permita obtener capital a través de nuestra plataforma digital por aportes de pequeños inversores que estén dispuestos a financiar su proyecto.

² BAE Negocios. (2020). Para ser de clase media, hasta 196.000 pesos. julio 2020, de BAE Negocios Sitio web: <https://www.baenegocios.com/economia/Para-ser-de-clase-media-hasta-196.000-pesos-20200219-0019.html>

En comparación con los competidores existentes en el mercado, queremos ofrecer un servicio que brinde:

- Mayor financiamiento: el desarrollo inmobiliario requiere de un capital mínimo por encima de los préstamos ofrecidos por los competidores
- Tasas accesibles
- Requisitos que estén orientados a la viabilidad del proyecto, más que la estructura societaria y patrimonio

Damos la posibilidad de invertir en proyectos inmobiliarias con pesos argentinos por medio de una criptomoneda estable cuyo valor acompaña a la fluctuación del dólar obteniendo a cambio una rentabilidad que será reintegrada en conjunto con su capital una vez concluido el proyecto el cual estimamos en promedio con una duración 19 meses.

Queremos que la barrera de entrada de inversión de capital sea de pequeños aportes y accesible no estando obligados a arriesgar sumas significativas de dinero.

Todos los proyectos publicados serán evaluados y seleccionados por nuestros profesionales analizando su factibilidad y verificando el cumplimiento de las normas de construcción, para así evitar potenciales proyectos fraudulentos. A su vez, utilizaríamos la tecnología blockchain, ello permite mayor trazabilidad de la información, seguridad y rapidez en las transacciones, lo que lo convierte en un activo más líquido que el de la competencia.

2.5. Modelo de ingreso

A los fines que nuestro servicio sea conocido y que los desarrolladores se animen a probarlo sin incurrir en gastos, prevemos la posibilidad que el mismo sea gratuito para los clientes que estén interesados en publicar sus proyectos en la plataforma. En caso de obtener el financiamiento requerido, se le aplicará una comisión la cual estimamos en 16% anual en dólares y a ser abonada al finalizar el proyecto.

Luego, prevemos una suma fija inicial de USD 250 para análisis y publicación del proyecto, la cual, en caso de resultar exitoso, será descontada de la comisión que funcionaría de igual forma a la descripta anteriormente.

Nuestra intención es que nuestros ingresos provengan exclusivamente de nuestros clientes y no obtener ninguna rentabilidad del capital de los inversores.

2.6. Resultados esperados

Ladrillo Seguro requiere un aporte inicial societario de U\$S 50.000 integrado en partes iguales por cada uno de los socios. La misma estimamos ascendería aproximadamente a U\$S 30.158 incluyendo principalmente los gastos de constitución de la sociedad, el desarrollo de la plataforma virtual, equipo informático y gastos de marketing. A su vez, el remanente será destinado a cubrir los gastos futuros necesarios para el funcionamiento de nuestras operaciones.

El VAN esperado para los 5 años es de U\$S 131.349, utilizando una WACC anual de 20,3%.

2.7. Modelo de negocio

De acuerdo con el contexto actual principalmente influenciado por el coronavirus, consideramos oportuno que dicha plataforma que se inicie a partir del siguiente año. Entendiendo que se encontraría un escenario propicio para invertir en ladrillo debido a la gran demanda de usuarios por vivir en zonas más alejadas a la ciudad producto del teletrabajo.

Si bien en el mercado inmobiliario se ha registrado una disminución de las operaciones inmobiliarias, ello se ha visto reflejado principalmente en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mientras que se han evidenciado que a pesar del contexto macroeconómico incrementaron la cantidad de compra de lotes en barrios privados.³ Ello conlleva a estimar que va a haber un incremento de demanda significativa en construcción de viviendas unifamiliares.

A su vez, el ladrillo sigue representando un refugio ante la ausencia de instrumento de ahorro alternativos.

Ladrillo Seguro iniciaría prestando servicios por medio de su plataforma a un desarrollador con necesidad de financiamiento para su proyecto inmobiliario, el cual deberá presentar su propuesta incluyendo información relevante del proyecto como flujo de fondos esperados y duración.

Por otro lado, los inversores podrán financiar dichos proyectos a través de la plataforma desarrollada con Smart contract basado en la tecnología blockchain y transaccionando con una stablecoin (por ejemplo: USD Coin o DAI) que garantice la estabilidad del tipo de cambio del dólar y cambio de una rentabilidad.

³ José Luis Cieri. (2021). El mercado inmobiliario no despega: por qué se publican 200.000 viviendas y se venden solo 2.400. octubre 2021, de Infobae Sitio web: <https://www.infobae.com/economia/2021/08/27/el-mercado-inmobiliario-no-despega-por-que-se-publican-200000-viviendas-y-se-venden-solo-2400/>

2.8. Flujo de fondos expresado en dólares

	AÑO 0	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	5° AÑO	TOTAL
SALDO DE CAJA	50.000	230.701	245.265	299.993	148.771	52.632	52.632
FLUJOS DE EFECTIVO							
FLUJOS OPERATIVOS							
Ingresos por comisiones	-	-	29.481	58.961	58.961	58.961	206.365
Gastos administrativos	-	(3.580)	(2.197)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(11.442)
Honorarios inscripción	-	(262)	-	-	-	-	(262)
Honorarios liquidaciones	-	(1.232)	(308)	-	-	-	(1.540)
Honorarios balance	-	(197)	-	-	-	-	(197)
Honorarios asesoramiento legal	-	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(9.443)
Costos de marketing	-	(13.887)	(12.638)	(13.738)	(12.638)	(11.538)	(64.438)
Pre-lanzamiento en redes y anuncios	-	(1.650)	(550)	(1.100)	(550)	-	(3.850)
Pre-lanzamiento campaña difusión	-	(1.650)	(550)	(1.100)	(550)	-	(3.850)
Página web	-	(600)	-	-	-	-	(600)
Participación en eventos	-	(1.311)	(1.311)	(1.311)	(1.311)	(1.311)	(6.557)
Asesorías gratuitas	-	(918)	(918)	(918)	(918)	(918)	(4.590)
Anuncio en Google Ads	-	(1.855)	(2.226)	(2.226)	(2.226)	(2.226)	(10.761)
Publicidad en Facebook	-	(1.574)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(9.128)
Publicidad en Linkdin	-	(1.574)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(9.128)
Honorarios publicista	-	(2.754)	(3.305)	(3.305)	(3.305)	(3.305)	(15.974)
Costos plataforma	-	(32.394)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(60.224)
Honorarios construcción plataforma	-	(20.000)	-	-	-	-	(20.000)
Infraestructura	-	(668)	-	-	-	-	(668)
Integración de la plataforma a blockchain	-	(5.000)	-	-	-	-	(5.000)
Hacking/dominio	-	(928)	-	-	-	-	(928)
Mantenimiento plataforma	-	(5.798)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(33.628)
Gastos salarios	-	(8.000)	(12.000)	(12.000)	(12.000)	(12.000)	(56.000)
Otros impuestos	-	-	(1.179)	(2.358)	(2.358)	(2.358)	(8.255)
Gastos generales	-	(600)	(600)	(600)	(600)	(600)	(3.000)
Depreciaciones	-	(320)	(320)	(320)	(320)	(320)	(1.600)
Resultado antes de impuestos	-	(58.780)	(6.411)	21.099	22.199	23.299	1.406
Impuesto a las ganancias (35%)	-	-	-	-	-	(492)	(492)
RESULTADO NETO	-	(58.780)	(6.411)	21.099	22.199	22.807	914
TOTAL OPERATIVO	-	(58.460)	(6.091)	21.419	22.519	23.127	2.514
FLUJOS DE FINANCIACIÓN							
Aporte inicial	50.000	-	-	-	-	-	50.000
Adquisición de equipos informáticos	-	(1.600)	-	-	-	-	(1.600)
Aportes fin colaborativa (Proyecto 1)	-	184.500	-	-	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 2)	-	184.500	-	-	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 3)	-	-	184.500	-	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 4)	-	-	184.500	-	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 5)	-	-	-	184.500	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 6)	-	-	-	184.500	-	-	-
Aportes fin colaborativa (Proyecto 7)	-	-	-	-	184.500	-	-
Aportes financiación colaborativa	-	369.000	369.000	369.000	184.500	-	1.291.500
Pago por devolución a inversores	-	-	(227.126)	(454.251)	(454.251)	(454.251)	(1.589.879)
TOTAL FINANCIACIÓN	50.000	367.400	141.874	(85.251)	(269.751)	(454.251)	(249.979)
FLUJOS DE INVERSIÓN							
Desembolsos al desarrollador (Proy 1)	-	(95.421)	(88.834)	-	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 2)	-	(32.818)	(131.273)	(20.163)	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 3)	-	-	(95.421)	(88.834)	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 4)	-	-	(32.818)	(131.273)	(20.163)	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 5)	-	-	-	(95.421)	(88.834)	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 6)	-	-	-	-	(153.823)	(30.432)	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 7)	-	-	-	-	(95.421)	(88.834)	(184.255)
Desembolsos al desarrollador	-	(128.239)	(348.346)	(335.691)	(358.241)	(119.265)	(1.289.782)
Cobro por devolución a inversores	-	-	227.126	454.251	454.251	454.251	1.589.879
Pago por adquisición de inversiones financieras	-	-	-	-	-	-	-
Cobro por venta de inversiones financieras	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL INVERSIÓN	-	(128.239)	(121.220)	118.560	96.011	334.986	300.097
VARIACIÓN DE LA CAJA	50.000	180.701	14.564	54.728	(151.222)	(96.139)	52.632
VAN	131.349						

Figura 1: Resumen flujo de fondo con proyección a 5 años, elaboración propia

2.9. Propuesta de capitalización

El proyecto de la plataforma se financiará en un 100% con capital propio aportando en partes iguales cada socio fundador.

3. Plan de Marketing

3.1. Campaña de crowdfunding⁴

Una vez que tengamos seleccionado el proyecto a lanzar en nuestra plataforma, se trabajará en la premisa de atraer clientes con intereses afines a la misma. Usuarios principalmente jóvenes con capacidad de ahorro, interesados en la tecnología e innovación.

Para ello, debemos cumplir una serie de pasos conocidos como fases de la campaña.



Figura 2: Fases de la campaña de crowdfunding

- **Planificación:** una vez definido el objetivo de recaudación y rentabilidad a ofrecer a los inversores, se plantean las actividades para la estrategia de comunicación y diseño del proyecto que consisten en la descripción y el video
- **Preparación:** son las acciones previas al lanzamiento que consisten en contactar a usuarios cercanos, preparar la idea de campaña, notas de prensa, eventos y mensajes para el estreno de la campaña. También es importante contar con el feedback de personas de nuestro círculo cercano
- **Campaña:** consiste en comunicar intensamente en redes sociales y a través de influencers, realizar análisis de indicadores, envío de correos electrónicos, mantener informado a los inversores del avance y pedir que compartan la campaña e inviten a sus conocidos para viralizar el producto

⁴ Valentí Acconcia. (2014). "Las 20 reglas de oro del Crowdfunding"

- **Poscampaña:** una vez alcanzado el objetivo de recaudación, mantendremos informados a los inversores de las novedades del proyecto, nutriendo de contenido nuestras redes sociales y manteniendo la comunidad activa. En esta etapa, también se generará el retorno de la inversión junto a su rentabilidad. El éxito de esta fase es vital para generar credibilidad y confianza a nuestra plataforma y hacerla sostenible en el tiempo

Para poder llevar exitosamente a las distintas fases debemos cumplir una serie de reglas:

3.1.1. La regla del 30-90-100

Según estudios de campañas de crowdfunding, obtener el 30% de la recaudación necesaria para financiar un proyecto en el período de una semana tienen el 90% de probabilidades de llegar a completar el 100% de la recaudación. Esto permite generar confianza en los nuevos visitantes ya que transmitirá un mensaje de alta probabilidad de éxito, se consigue generar credibilidad y potenciales inversores alejados del círculo cercano del desarrollador comienzan a tener interés en participar.

Para ello, como plan de acción deberían llevarse a cabo los siguientes pasos:

- Obtener opiniones de contactos cercanos respecto del proyecto previo a su lanzamiento
- Consultar activamente a contactos cercanos cuál es su intención de participar en la campaña
- Conseguir el compromiso de apoyo de la cantidad suficiente de personas para llegar al 30% antes del lanzamiento del proyecto
- Avisar a los contactos días previos a lanzar el proyecto
- Durante la primera semana, estar en constante comunicación con los contactos ya que durante la misma se produce el efecto novedad
- Pedir a los contactos que compartan a sus conocidos la campaña y los inviten a participar de la misma
- Recompensas exclusivas para los primeros inversores hasta alcanzar el 30%

De esta manera se crea una red de contactos que apoyan el proyecto de forma tal que no sólo lo comunican, sino que permite capturar inversores que aportan. Y los canales de comunicación a utilizar serán: e-mails, WhatsApp business, la página web de la plataforma, redes sociales e influencers.

De acuerdo con nuestra estimación del primer proyecto para llegar al 30% necesitaríamos 221 inversores.

3.1.2. Comunidad

Es importante crear una comunidad alrededor del proyecto, ya que no solo serían quienes participen de la financiación sino también quienes promuevan y transmitan confianza de nuestro servicio.

Para conseguirlo, durante de la fase de planificación vamos a:

- Crear los perfiles en las redes sociales, reservar el nombre y dominio de internet
- Trabajar en la imagen de marca que utilizaremos en la red y en nuestros medios de comunicación
- Planificar mensajes para recoger información útil para la campaña
- Invitar a amigos y familia (las dos primeras F) a que formen parte de la comunidad
- Identificar y planificar como impactar en cada grupo de contacto que formen nuestra comunidad

En la fase de preparación, la comunidad es la que nos va a permitir obtener el 30% inicial mínimo necesario para impulsar con mayor fuerza el proyecto. Durante dicha etapa debemos:

- Potenciar y promocionar los perfiles de las redes sociales
- Aumentar la tasa de respuesta de las publicaciones
- Promocionar la comunidad de manera que crezca no solo en volumen sino también en calidad
- Enviar correos electrónicos que permita garantizar el apoyo y estimamos hacerlo al doble de los usuarios necesarios para obtener el 30% inicial
- Compartir un borrador de la campaña para obtener opiniones de contactos cercanos, principalmente de aquellos profesionales especializados en materia de arquitectura, E-Commerce y finanzas
- Dar aviso de la fecha de lanzamiento y enviar mensajes para generar expectativas una semana antes de la misma

Durante las etapas finales, mantendremos la relación con la comunidad para invitarlos a participar en nuevos proyectos y/o atraer a nuevos inversores ya que nos ayudará a sustentar nuestro servicio y crecer a largo plazo.

3.1.3. Credibilidad

La credibilidad es importante para generar confianza en los visitantes de la campaña. Para ello, planteamos una serie de estrategias:

- Descripción del proyecto detallando el plan del proyecto, uso de los fondos, presentación del equipo, experiencia y estimación de plazos
- Incluiremos un video donde se explique brevemente el proyecto, se presente al desarrollador y el prototipo de recompensa
- Transparencia en la información en la página web y redes sociales respecto del desarrollador del proyecto y de nuestro equipo
- Buscaremos apoyo en nuestro círculo cercano, en patrocinadores y grandes clientes que sirvan de aval a nuestra plataforma
- Recompensas parciales a la mitad de ejecución del proyecto para que los inversores vean la intención de devolución del dinero invertido
- Actualización constante respecto del proyecto y los hitos de cumplimiento
- Mantener activa y una buena relación con la comunidad ya que serán quienes apuesten y fomenten nuestro servicio
- Estar atentos a responder las consultas que tengan los usuarios principalmente durante la etapa de campaña

3.2. Propuesta de marca

3.2.1. Logo

Como parte de la estrategia de posicionamiento, se elabora el logo de la plataforma Ladrillo Seguro con tecnología blockchain integrado a la misma.

Nuestro logo está conformado por la representación de una casa, la cual nos invita a nuestro hogar, a la tranquilidad que transmite la vivienda y bajo un techo que nos da refugio, integrado con la imagen de un candado asociado a la seguridad. Por otro lado, el logo fue diseñado monocromático en un tono oscuro como un símbolo de profesionalismo y seriedad.

Se optó por no incluir el nombre de la empresa junto al logo para poder generar un isotipo. Es decir, un símbolo por el cual la marca sea perfectamente reconocida sin necesidad de que incluya el nombre.



Figura 3: Isotipo de la plataforma

3.3. Promoción y Publicidad

3.3.1. Página Web

La Web como principal herramienta para la presentación de un proyecto debe contar con un diseño atractivo y facilitar su accesibilidad al usuario a través de un manejo sencillo. Presentar los productos de manera clara en la web es fundamental, ya que, si no están bien representados en tu sitio, tus clientes no se sentirán seguros de efectuar la compra. El 69% de los compradores digitales de nuevas categorías destacó la sencillez a la hora de iniciar sesión en el sitio web o app y su funcionamiento en su experiencia de compra.

Figura 4: Página de inicio de la plataforma Ladrillo Seguro

Es importante que ofrezca posibilidades de interactividad comunicativa a través de distintas herramientas digitales como redes sociales y/o correo electrónico, para satisfacer las curiosidades del usuario con respecto al producto o proyecto que se desea promocionar.

En él se definirá el proyecto a través de una sinopsis y se presentará el objetivo de financiación, plazos y recompensa estimada justificando que destino tendrá. Estos espacios deben de presentar un diseño atractivo y cuidado, informativamente muy completo y con material videográfico de calidad.

La información estará disponible en todos los idiomas que permita la plataforma y conllevará una actualización constante, sobre todo en relación con la financiación, que en ocasiones se incrementa segundo a segundo.

Finalmente, el impulsor de una campaña no debe de romper el contacto con la comunidad una vez logrado el objetivo económico. El crowdfunding no es solo un método de financiación, sino de establecer un vínculo con un público potencialmente interesado en el proyecto.

3.3.2. Estructura

En la plataforma, dentro del apartado proyectos, se incluirá una breve descripción del plazo y la rentabilidad por cada uno de los proyectos y el porcentaje de avance del fondeo hasta lograr el 100% del objetivo.

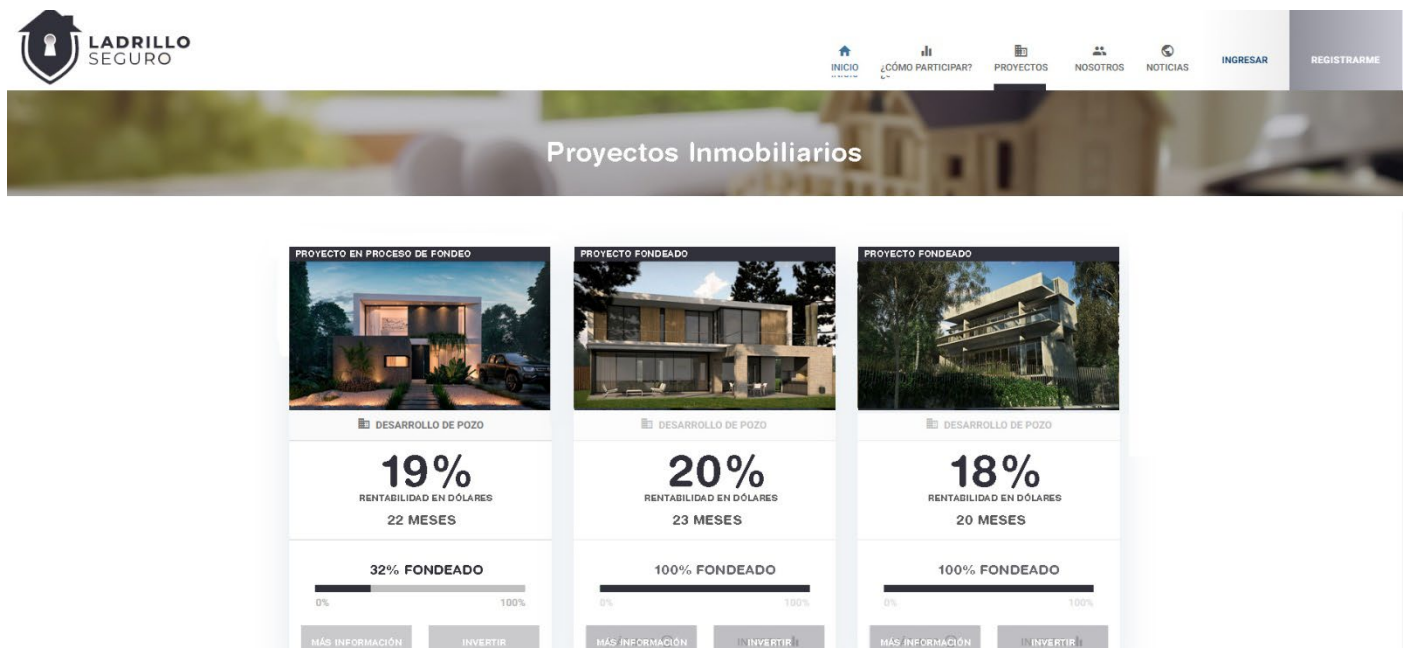


Figura 5: Apartado proyectos dentro de la plataforma Ladrillo Seguro

A su vez, una vez seleccionado un proyecto específico, la estructura tradicional en que se expone en las plataformas de crowdfunding incluye los siguientes elementos:

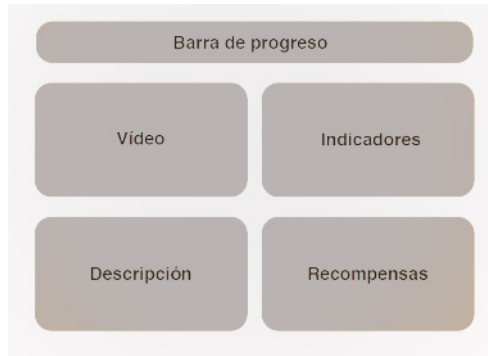


Figura 6: Esquema representativo de datos de proyecto a invertir

Captura de pantalla de la interfaz de usuario de Ladrillo Seguro, mostrando un proyecto inmobiliario en proceso de fondo. El encabezado incluye el logo de LADRILLO SEGURO y un menú de navegación con opciones como INICIO, ¿CÓMO PARTICIPAR?, PROYECTOS, NOSOTROS, NOTICIAS, INGRESAR y REGISTRARME. El título principal es "Proyectos Inmobiliarios".

El contenido principal se divide en dos columnas:

- Columna izquierda:**
 - Imagenes proyecto:** Muestra una imagen de un interior moderno con una cocina y una sala de estar.
 - Resumen de la Inversión:** Contiene un texto descriptivo del proyecto.
 - Atributos de la Inversión:** Lista características clave del proyecto.
 - Estrategia de salida:** Detalla el plan de salida de la inversión.
 - Línea de tiempo:** Presenta un cronograma de hitos del proyecto.
- Columna derecha:**
 - PROYECTO EN PROCESO DE FONDEO:** Título del proyecto.
 - DESARROLLO DE POZO:** Tipo de proyecto.
 - 19% RENTABILIDAD EN DÓLARES 22 MESES:** Información clave de rendimiento.
 - 32% FONDEADO:** Progreso de la financiación con una barra de progreso.
 - MÁS INFORMACIÓN** y **INVERTIR:** Botones de acción.

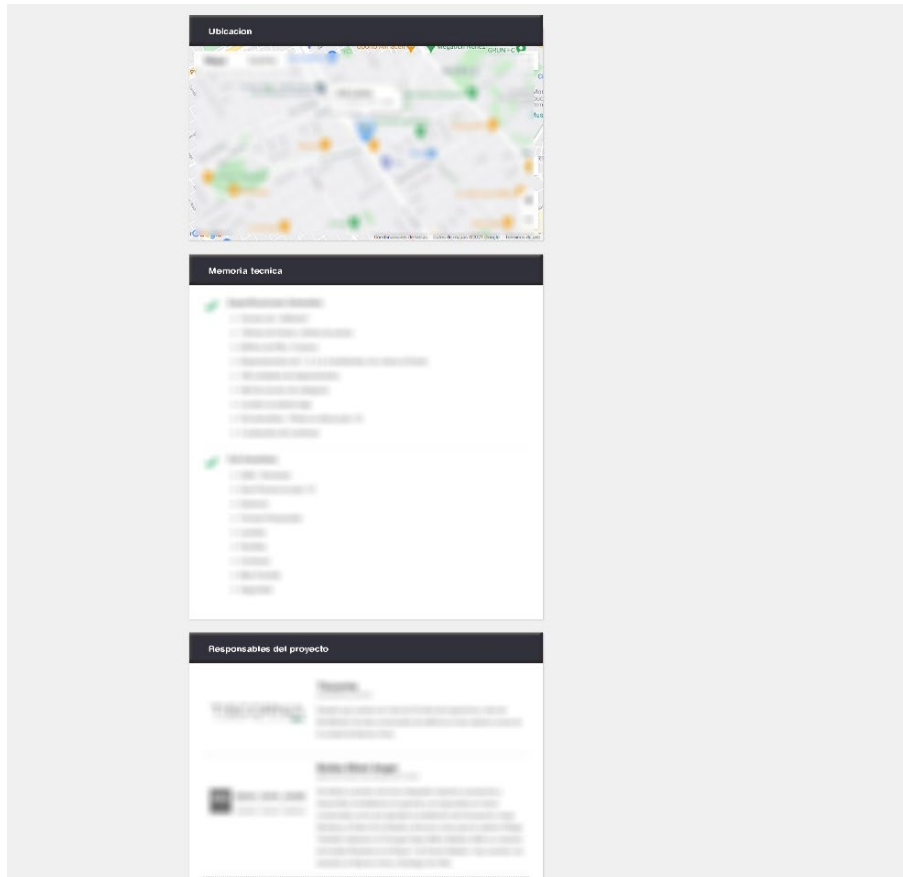


Figura 7: Estructura interna dentro del proyecto dentro de la plataforma Ladrillo Seguro

- **Barra de progreso:** Indica la recaudación con el porcentaje alcanzado el cual se actualiza de forma automática
- **Imágenes del proyecto:** Muestra imágenes representativas del proyecto para darse una idea de donde uno está invirtiendo el capital
- **Resumen de la inversión:** Da una breve memoria sobre el proyecto contando en que consiste y cuál es la rentabilidad ofrecida sumada al plazo en el que el capital queda inmovilizado
- **Como hago para invertir:** Breve descripción dando cuenta de los pasos a seguir para invertir en este proyecto
- **Atributos de la inversión:** Sintetiza los puntos fuertes de la inversión y sus fortalezas
- **Estrategia de salida:** Describe como será administrado el capital para asegurar los retornos prometidos hacia el inversor
- **Video:** Consiste en un video donde el desarrollador explica el proyecto, siendo claro y simple el mensaje y de buena calidad
- **Línea de tiempo:** Muestra de manera breve como es el recorrido de la inversión a lo largo del proyecto

- **Ubicación:** Por medio de Google Maps se muestra donde se va a encontrar el proyecto
- **Memoria técnica:** Establece particularidades del proyecto, es así como cantidad de metros cuadrados cubiertos, especificaciones del lote y criterios a nivel inmobiliario que tendrán un carácter predominante a la hora de vender el activo
- **Responsables del proyecto:** Incluye a los profesionales involucrados en el desarrollo del proyecto

3.4. Costos de marketing estimados

Los gastos estimados asociados a marketing son:

Concepto	Frecuencia	USD
Pre-lanzamiento en redes y anuncios	Por cada proyecto	550
Pre-lanzamiento campaña difusión	Por cada proyecto	550
Página web	Única vez	600
Participación en eventos	Trimestral	328
Asesorías gratuitas	Trimestral	230
Anuncio en Google Ads	Mensual	186
Publicidad en Facebook	Mensual	157
Publicidad en LinkedIn	Mensual	157
Honorarios publicista	Mensual	275

- **Pre-lanzamiento en redes y anuncios:** Incluye la creación del contenido en redes sociales y de la campaña en Google Ads, Facebook Ads y LinkedIn.
- **Pre-lanzamiento campaña difusión:** Incluye los gastos asociados a contactar influencers, colegios y al consejo profesional de arquitectos para difundir nuestra plataforma y los proyectos en lanzamiento.
- **Participación en eventos:** corresponde las charlas y eventos asociados a la tecnología blockchain, crowdfunding y real estate.
- **Asesorías gratuitas:** corresponde a charlas online donde se explica cómo funciona nuestro servicio y como participar de un proyecto, rentabilidad estimada.
- **Honorarios publicista:** corresponde al mantenimiento y gestión redes, administración de publicidades en Google Ads, Facebook/Instagram y LinkedIn y el mantenimiento del diseño de página web.

4. Plan operacional

En esta sección detallaremos el proceso comercial, incluyendo el funcionamiento de la plataforma, los flujos del inversor, la afiliación a un proyecto y el seguimiento de este hasta la última etapa de la culminación y cobro de las rentabilidades obtenidas. Además de esto veremos el proceso comercial del desarrollador, como este presenta la documentación necesaria para ser admitido a la plataforma, el desembolso del capital en función a los avances del proyecto y la finalización de este a través de su venta.

4.1. Flujo de proceso

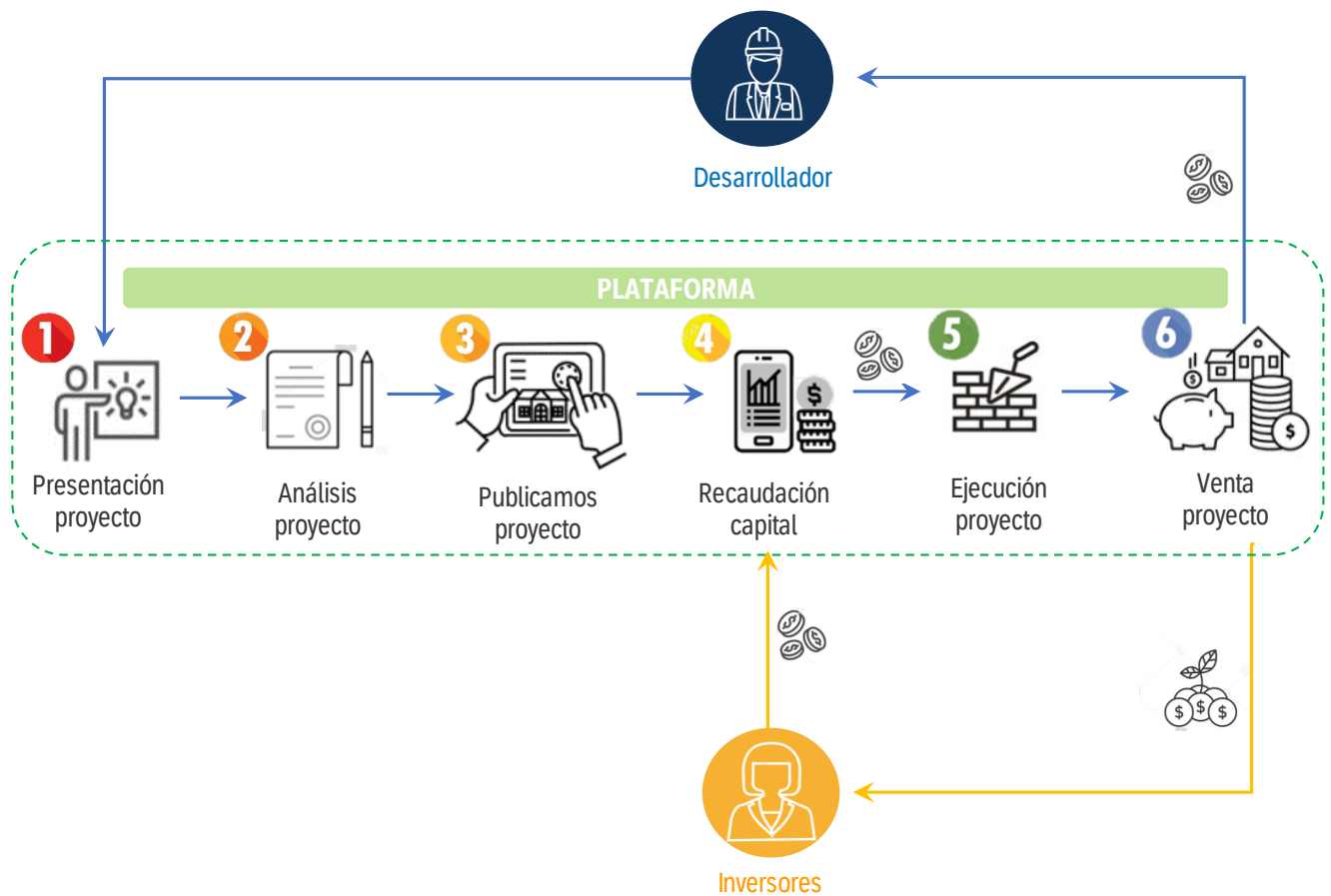


Figura 8: Flujo de procesos en la plataforma, elaboración propia

4.1.1. Inversor

Una vez que el inversor está interesado en aportar dinero en un proyecto, como primer paso deberá registrarse en nuestra página web con un usuario y contraseña, para lo cual deberá aceptar términos y condiciones y se creará una cuenta y billetera virtual.

Luego, deberá realizar una acreditación en pesos argentinos en su cuenta virtual para tener dinero disponible a los fines de la adquisición de los tokens asociados a la criptomoneda estable. Los dólares equivalentes van a depender de la cotización en pesos de la criptomoneda estable vigente al momento de la transacción.

Dicha compra generará un código único de transacción el cual también será informado vía e-mail; sirviendo a su vez como comprobante para el certificado que dará la participación del usuario como fiduciante y beneficiario del fideicomiso del proyecto que estará financiando.

Al concluir el proyecto, y una vez desembolsado el capital con sus intereses, se acreditarán en la cuenta del usuario la rentabilidad equivalente en tokens; y teniendo habilitada la posibilidad de convertir dicho token en dinero de moneda de curso legal (pesos argentinos) cuya cotización también dependerá de la vigente al momento de realizar el cambio.

4.1.2. Desarrollador

En caso de que el desarrollador esté interesado en publicar el proyecto en nuestra plataforma, podrá generar una solicitud a través de la web, la cual será respondida con la explicación del funcionamiento del servicio y el listado de información requerida que deberá presentar.

Acto seguido, el desarrollador envía la documentación solicitada sujeta a la evaluación y aprobación de nuestro equipo.

De cumplirse con la información requerida y validarse el proyecto, el desarrollador recibirá un usuario y contraseña provisoria con el que deberá registrarse en nuestra página web, para lo cual deberá aceptar términos y condiciones creándose una cuenta especial en calidad de “desarrollador”, distinta a la del inversor y en simultáneo su billetera virtual.

Una vez que el proyecto es publicado en la plataforma, de obtenerse el 100% del capital necesario, se empieza a acreditar en la cuenta del desarrollador, las sumas de dinero necesarias de acuerdo plan de avance de obra presentado en el flujo de fondos por el desarrollador. A modo de control, el desarrollador deberá ir adjuntando en la plataforma los certificados de obra.

Al concluir la misma y con su correspondiente venta, el dinero recaudado será depositado al desarrollador descontándole la comisión por nuestro servicio y el capital más sus intereses asociados que será desembolsado a los inversores.

4.2. Plataforma:

La propuesta plantea en principio la creación de una plataforma online la cual funcionará como el ecosistema donde los usuarios interactuarán con nuestro servicio, a través de la cual se accederá a las funcionalidades de consulta, información y registro de las transacciones.

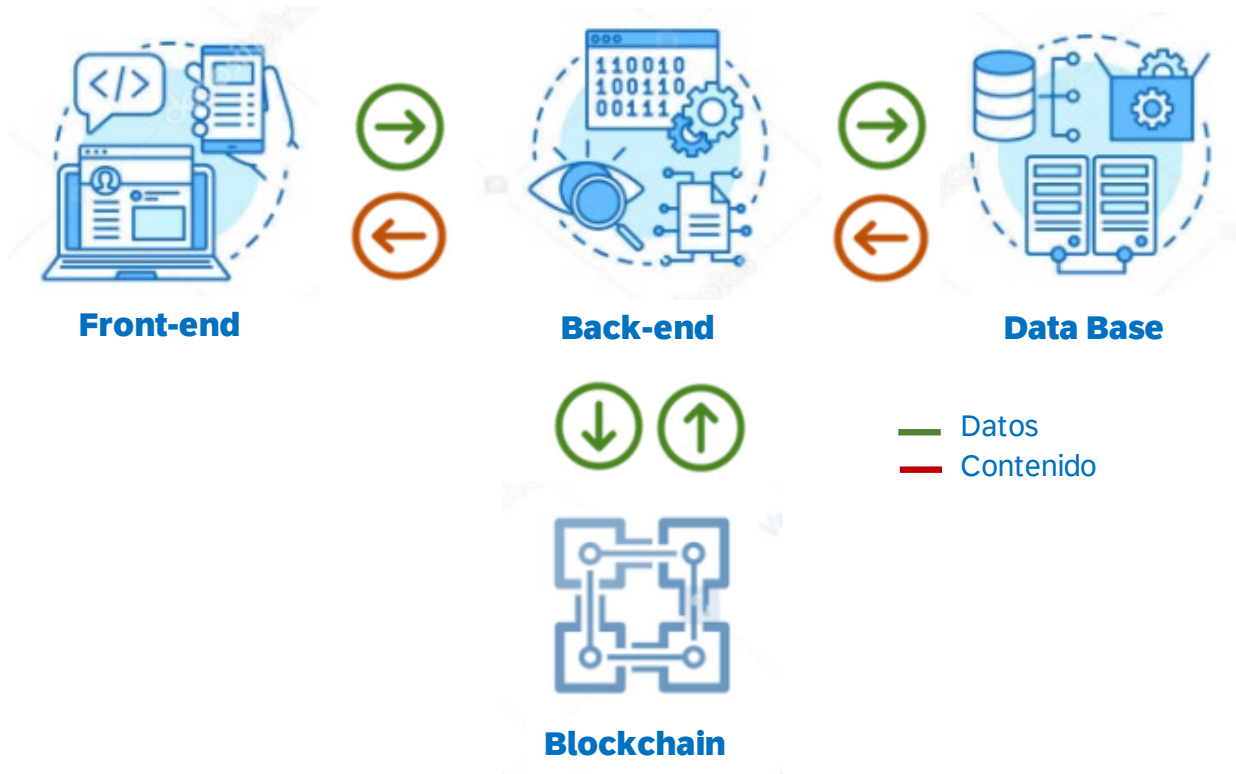


Figura 1: Manejo de datos dentro de la plataforma, elaboración propia

- **Front End:** es lo visible para el usuario que accede a la web y donde interactuará con las funcionalidades de la plataforma con las características descritas en la sección 6.5.2 Página web, diseñada con un formato amigable y fácil de utilizar
- **Back End:** corresponde al acceso de los datos donde se utilizarán tecnologías como Python, PHP y Java entre otros. Dentro de la misma no solo se manejan los datos, sino que contiene la lógica de la plataforma, atendiendo a las solicitudes del front end e interactuando con la base de datos.
- **Data base:** Es la capa de datos donde registra las transacciones con la plataforma web a través del back end.
- **Blockchain:** Es la tecnología sobre la cual nuestra plataforma brinda las características de escalabilidad, privacidad y disponibilidad.

4.2.1. Costos de plataforma estimados

Concepto	Frecuencia	USD
Honorarios construcción plataforma	Única vez	20.000
Infraestructura	Única vez	668
Integración de la plataforma a blockchain	Única vez	5.000
Hacking/dominio	Única vez	928
Equipos informáticos	Única vez	1.600
Mantenimiento plataforma	Mensual	580

5. Plan organizacional

Este capítulo tiene como objetivo detallar la estructura de la empresa para que la misma de inicio de sus operaciones.

Conforme la empresa consolide su crecimiento se proyecta tener personal especializado para que de soporte en IT. Sin embargo, la estructura de tres proyectos por año está planteada de tal manera para que podamos solventar la empresa con una organización reducida que involucre a los socios fundadores para los primeros años. Lo cual requiere de la tercerización de ciertas tareas tales como marketing, programación y asesoramiento contable.

5.1. Constitución de la empresa

La constitución de la empresa será por medio de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), la misma puede ser conformada por un mínimo de dos socios. de esta manera la responsabilidad de la empresa es por su patrimonio y no afecta el patrimonio de los socios. Uno de los mismos será nombrado socio gerente para que la represente.

La idea de constituir una SRL permite dar una mayor flexibilidad y evitar ciertos costos por el capital social de la misma ante la Inspección General de Justicia (IGJ).

El presupuesto asignado para la inscripción de la empresa es de aproximadamente USD 262.

5.2. Estatuto de la empresa

La definición del contenido del estatuto agrupará todas las obligaciones y derechos definidos por parte de los socios y las normas establecidas por el gobierno.

La información principal que estará contenida dentro del estatuto es:

Nombre de la sociedad	Ladrillo Seguro SRL
Forma societaria	Sociedad Responsabilidad Limitada
Capital Social	Aporte de accionistas
Tipo de sociedad	Persona Jurídica
Número de socios	2
Domicilio	New York 4054 4"A" CABA C1419HRRR
Duración	99 años

Figura 10: Datos de constitución de la empresa, elaboración propia

5.3. Aspectos tributarios

Con el objetivo de que la empresa pueda cumplir todos los aspectos tributarios, la empresa se registrará bajo la modalidad de Pequeña y Mediana Empresa (PYME). Esto permitirá que la empresa pueda realizar sus pagos y llevar los libros contables según los ingresos percibidos, realizar cualquier tipo de actividad económica y llevar los libros contables en función de los ingresos.

Concepto	PYME (Micro)
Número de trabajadores	Entre 1 a 7 - Servicios
Ventas anuales	Menos de 13.190.000 \$

Figura 11: Aspectos tributarios de la empresa ⁵

5.4. Diseño organizacional

La organización de la empresa busca la flexibilidad y la estructuración ordenada con el objetivo de poder adaptarse a los cambios y las necesidades que los proyectos a financiar requieran. Entre ellos la implementación de la tecnología con Blockchain para dar transparencia, confianza y trazabilidad a la hora de invertir.

En la siguiente figura se representa la estructura organizacional de la empresa:

⁵ Ministerio de Desarrollo Productivo. (2021). ¿Qué es una MiPyME?. julio 2021, de Ministerio de Desarrollo Productivo Sitio web: <https://www.argentina.gob.ar/produccion/registrar-una-pyme/que-es-una-pyme>

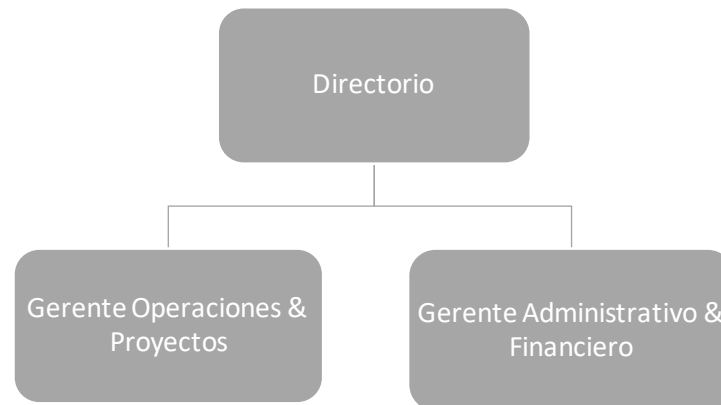


Figura 12: Estructura organizacional

5.5. Perfil de puestos

5.5.1. Directorio

Le corresponde la administración de la sociedad. El directorio podrá ser individual o colegiado, y será designado por la asamblea de accionistas, aunque el vínculo entre el directorio y la sociedad surge del estatuto social. El directorio es aquel que decide, ejecuta y lleva a cabo las operaciones cotidianas y representa a la sociedad. Tiene el poder de decisión y dirección de los negocios de la sociedad. Así como también el poder de actuar en nombre y representación de la sociedad de manera vinculante hacia terceros.

5.5.2. Gerente de Operaciones y Proyectos

El Gerente de Operaciones y de Proyectos es la persona encargada de la gestión y toma de decisiones a nivel fundraising de la empresa. Es el responsable del cumplimiento contractual y de compromisos de los proyectos de desarrollo que se puedan llevar a cabo con los desarrolladores.

Además, dentro de sus funciones se agregan:

- El apoyo del área de Marketing y ventas y gestionar el customer journey de los clientes
- Asegurar la calidad de servicio (a nivel tecnológico) que ofrece la empresa

5.5.3. Gerente Administrativo y Financiero

El Gerente Administrativo y Financiero se ocupará de planificar, organizar, dirigir y controlar la Gestión de los Recursos Humanos, Logísticos, Contables, Activos Fijos y de Finanzas; y brindar apoyo administrativo que requiera la empresa.

Además, dentro de sus funciones se agregan:

- La elaboración y coordinación presupuestaria dentro de la compañía
- Responsable de la supervisión de las funciones de servicios que terceros proveen a la empresa
- Supervisión de la ejecución presupuestaria en los proyectos a fundearse.

5.6. Conformación de remuneraciones

Teniendo en cuenta que la empresa funcionara en un primer momento con la inversión de sus accionistas, se ha tomado una base inicial de remuneración, considerando que los integrantes de la empresa tendrán más de una responsabilidad y cargo. A futuro, mientras la empresa vaya en crecimiento, las remuneraciones serán revaluadas.

En el plan financiero de las remuneraciones, se considera también la de los proveedores de servicios para el desarrollo de las soluciones externos dado que en el siguiente cuadro solo se verán las remuneraciones para personal propio de la compañía.

Puesto	Jefe inmediato	Contrato	Cantidad de Remuneraciones	Sueldo	Total Sueldo (Mensual)
Gerente de Operaciones y Proyectos	Directorio	Planilla	12		Planilla
Gerente Administrativo y Financiero	Directorio	Planilla	12		Planilla

Figura 13: Datos sobre la conformación de las remuneraciones, elaboración propia

5.7. Marco Legal

Se utilizará la figura del fideicomiso para resguardar a las partes, entendiéndose como fideicomiso cuando una persona (fiduciante) transmita la propiedad fiduciaria de bienes determinados a otra (fiduciario), quien se obliga a ejercerla en beneficio de quien se designe en el contrato (beneficiario), y a transmitirlo al cumplimiento de un plazo o condición al fiduciante, al beneficiario o al fideicomisario.⁶

Sujetos del fideicomiso:

- Fiduciante
- Fiduciario

⁶ Ministerio de Justicia y Derechos Humanos - Presidencia de la Nación. (1994). Ley 24.441 Financiamiento de la Vivienda y la construcción. noviembre 2021, de InfoLEG Sitio web: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/812/norma.htm>

- Beneficiario
- Fideicomisario

Particularidades del fiduciario:

- Puede ser una persona física o jurídica
- Conviene designar a un fiduciario sustituto
- Fiduciario no se puede quedar con los bienes fideicomitidos
- Debe rendir cuentas al beneficiario
- Fiduciario puede cobrar una remuneración

Dominio fiduciario:

- Dominio imperfecto o revocable (afecta la perpetuidad)
- Inscribir en el RPI las restricciones
- Se crea un patrimonio de afectación separado de los patrimonios del fiduciante y del fiduciario
- Acreedores no lo pueden atacar, salvo fraude y los acreedores del beneficiario sobre los frutos ⁷

Funcionamiento del fideicomiso:

- Fiduciante: serán los que adquirirán las stablecoins que aportarán los fondos para financiar el desarrollo del proyecto
- Fiduciario: será nuestra empresa quien gestiona los fondos mediante entrega a la empresa desarrolladora de acuerdo al plan del proyecto, flujo de fondos y el reintegro mediante la venta de la propiedad
- Beneficiarios: son los mismos fiduciantes que recibirán el rendimiento
- Fideicomisario: puede o no haber fideicomisario. Esto dependerá de cada proyecto
- Patrimonio del fideicomitido: estará conformado por el terreno y todo lo que se construya en él, todo lo que se compre y el dinero líquido recibido

7 Esc. Merino de Debenedetti, J., "Fideicomisos". Maestría en Desarrollos de Emprendimientos Inmobiliarios, Universidad de Belgrano, 2014

5.8. Plan de contingencias

Uno de los mayores riesgos asumidos por los inversores es el fracaso del desarrollo del proyecto inmobiliario, por ende, la pérdida del capital invertido. A su vez, como hemos comentado con anterioridad, el éxito de un proyecto es vital para crear credibilidad de nuestro servicio y por ende la prosperidad de la plataforma.

Ante este riesgo, nuestro equipo de profesionales analiza y estudia detalladamente cada proyecto para minimizar riesgos y maximizar las potenciales ganancias, y ello implica autenticación del cliente y analizar la documentación brindada por el desarrollador con el flujo de fondos, detalle del proyecto, la propiedad del terreno, la rentabilidad esperada, índice e historial crediticio; para en base a ello concluir en la viabilidad de finalización exitosa del proyecto.

Por otro lado, los fondos serán administrados a través de un fideicomiso, el desarrollador cuenta con restricciones en el acceso a la información sobre las transacciones y los desembolsos del capital se realizan por medio de certificados de avance de obra que serán cotejados con el flujo de fondos del proyecto.

Sin embargo, existe la posibilidad de fracaso del proyecto a pesar de un análisis minucioso. Para ello, como plan de acción prevemos la ejecución legal de los activos existentes en el fideicomiso que incluyen el terreno otorgado por el desarrollador, el capital invertido en la construcción de este hasta el momento y en caso de existir algún residual de capital no entregado al desarrollador.

No obstante, no podemos garantizar el éxito del proyecto y los inversores al participar asumen el riesgo asociado a los desarrollos inmobiliarios. En virtud de esto, buscamos que la rentabilidad ofrecida sea mayor.

5.9. El equipo

Melina Dias Neiva:

Fecha de nacimiento: 27/05/1988

Actualmente se desempeña como supervisora de consolidación en el área de Contabilidad de Pampa Energía.

Se encuentra finalizando un MBA en la Universidad Torcuato di Tella, siendo la fecha estimada de graduación en el año 2022. A su vez, se ha graduado de Contadora Pública en la Universidad de Morón en 2010.



www.linkedin.com/in/melinadidasneiva/

Nicolas Michael Oettinger:

Fecha de nacimiento: 07/04/1988

Actualmente se desempeña como arquitecto brindando soporte a un estudio de arquitectura y es docente en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Belgrano. Además de esto desarrolla la actividad de manera independiente realizando proyecto y dirección en diferentes obras.

Se encuentra finalizando un MBA en la Universidad Torcuato di Tella, siendo la fecha estimada de graduación en el año 2022. A su vez, se ha graduado de Arquitecto en la Universidad de Belgrano en 2011 y de un Magister en Desarrollo de Emprendimientos Inmobiliarios en la Universidad de Belgrano en 2018.



www.linkedin.com/in/noettinger/

6. Plan financiero

En esta sección se pretende realizar la estimación, evaluación y viabilidad financiera del plan de negocio propuesto, tomando de base la información desarrollada en los capítulos anteriores.

6.1. Supuestos

Las proyecciones financieras y económicas fueron realizadas con los siguientes supuestos:

- Se calculó de forma mensual con un horizonte del flujo de fondos de 5 años
- Tasa de descuento WACC de 20,3% determinada de acuerdo con el método CAPM
- Las cifras están expresadas en dólares considerándose estables en el tiempo
- Las ventas se determinan según la comisión variable del 16% sobre el capital recaudado
- La comisión se estima cobrar a los 19 meses de iniciado el proyecto
- Se estableció un promedio de 3 o 4 proyectos abiertos en simultáneo por año
- Inversión mínima de USD 250 por cada inversor requiriendo un promedio de 738 aportantes a financiar cada proyecto en un lapso de 3 meses con el siguiente grado de recaudación:

Concepto	%	USD
Mes 1	30%	55.350
Mes 2	50%	92.250
Mes 3	20%	36.900

- La rentabilidad estimada total para los inversores es de 23,3% a reintegrar junto con el capital invertido en un plazo de 19 meses una vez iniciado el proyecto
- Todos los proyectos se consideraron con características similares y se encuentra descrito en el punto “9.2.1 Flujo de Fondos Estimado del proyecto”
- Se estima que los empleados de la sociedad sean únicamente los dos socios
- Impuestos: Alícuota impuesto a las ganancias 35% y adicionalmente un 4% sobre ventas en concepto de impuesto a los ingresos brutos y retenciones

- Estructura de costos:
 - Costo inicial:
 - Costo de desarrollo de la plataforma e infraestructura tecnológica
 - Costos de ingreso al mercado (marketing)

Costos operativos y administrativos

Concepto	USD
Construcción plataforma	20.000
Infraestructura	668
Integración de la plataforma a blockchain	5.000
Hacking/dominio	928
Equipos informáticos	1.600
Pre-lanzamiento en redes y anuncios	550
Pre-lanzamiento campaña difusión	550
Página web	600
Honorarios inscripción	262
Total	30.158

- Principales costos y gastos estimados:
 - Costos plataforma:

Concepto	Frecuencia	USD
Honorarios construcción plataforma	Única vez	20.000
Infraestructura	Única vez	668
Integración de la plataforma a blockchain	Única vez	5.000
Hacking/dominio	Única vez	928
Equipos informáticos	Única vez	1.600
Mantenimiento plataforma	Mensual	580

- Costos de marketing

Concepto	Frecuencia	USD
Pre-lanzamiento en redes y anuncios	Por cada proyecto	550
Pre-lanzamiento campaña difusión	Por cada proyecto	550
Página web	Única vez	600
Participación en eventos	Trimestral	328
Asesorías gratuitas	Trimestral	230
Anuncio en Google Ads	Mensual	186
Publicidad en Facebook	Mensual	157
Publicidad en LinkedIn	Mensual	157
Honorarios publicista	Mensual	275

- Gastos administrativos

Concepto	Frecuencia	USD
Honorarios inscripción	Única vez	262
Honorarios liquidaciones	Mensual	103
Honorarios balances	Anual	197
Honorarios asesoramiento legal	Mensual	157

- Gastos salarios

Concepto	Frecuencia	USD
Gerente administrativo y financiero	Mensual	500
Gerente de operaciones y proyectos	Mensual	500

- Depreciaciones: el cálculo de la depreciación de los equipos informáticos es en línea recta con una vida útil de 5 años.

6.2. Flujo de Fondo Estimado

	AÑO 0	1° AÑO	2° AÑO	3° AÑO	4° AÑO	5° AÑO
SALDO DE CAJA	50.000	230.701	245.265	299.993	148.771	52.632
FLUJOS DE EFECTIVO						
FLUJOS OPERATIVOS						
Ingresos por comisiones	-	-	29.481	58.961	58.961	58.961
Gastos administrativos	-	(3.580)	(2.197)	(1.889)	(1.889)	(1.889)
Honorarios inscripción	-	(262)	-	-	-	-
Honorarios liquidaciones	-	(1.232)	(308)	-	-	-
Honorarios balance	-	(197)	-	-	-	-
Honorarios asesoramiento legal	-	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)
Costos de marketing	-	(13.887)	(12.638)	(13.738)	(12.638)	(11.538)
Pre-lanzamiento en redes y anuncios	-	(1.650)	(550)	(1.100)	(550)	-
Pre-lanzamiento campaña difusión	-	(1.650)	(550)	(1.100)	(550)	-
Página web	-	(600)	-	-	-	-
Participación en eventos	-	(1.311)	(1.311)	(1.311)	(1.311)	(1.311)
Asesorías gratuitas	-	(918)	(918)	(918)	(918)	(918)
Anuncio en Google Ads	-	(1.855)	(2.226)	(2.226)	(2.226)	(2.226)
Publicidad en Facebook	-	(1.574)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)
Publicidad en LinkedIn	-	(1.574)	(1.889)	(1.889)	(1.889)	(1.889)
Honorarios publicista	-	(2.754)	(3.305)	(3.305)	(3.305)	(3.305)
Costos plataforma	-	(32.394)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(6.958)
Honorarios construcción plataforma	-	(20.000)	-	-	-	-
Infraestructura	-	(668)	-	-	-	-
Integración de la plataforma a blockchain	-	(5.000)	-	-	-	-
Hacking/dominio	-	(928)	-	-	-	-
Mantenimiento plataforma	-	(5.798)	(6.958)	(6.958)	(6.958)	(6.958)
Gastos salarios	-	(8.000)	(12.000)	(12.000)	(12.000)	(12.000)
Otros impuestos	-	-	(1.179)	(2.358)	(2.358)	(2.358)
Gastos generales	-	(600)	(600)	(600)	(600)	(600)
Depreciaciones	-	(320)	(320)	(320)	(320)	(320)
Resultado antes de impuestos	-	(58.780)	(6.411)	21.099	22.199	23.299
Impuesto a las ganancias (35%)	-	-	-	-	-	(492)
RESULTADO NETO	-	(58.780)	(6.411)	21.099	22.199	22.807
TOTAL OPERATIVO	-	(58.460)	(6.091)	21.419	22.519	23.127

FLUJOS DE FINANCIACIÓN							
Aporte inicial	50.000	-	-	-	-	-	50.000
Adquisición de equipos informáticos	-	(1.600)	-	-	-	-	(1.600)
Aportes fin colaborativa (Proyecto 1)	-	184.500	-	-	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 2)	-	184.500	-	-	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 3)	-	-	184.500	-	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 4)	-	-	184.500	-	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 5)	-	-	-	184.500	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 6)	-	-	-	184.500	-	-	
Aportes fin colaborativa (Proyecto 7)	-	-	-	-	184.500	-	
Aportes financiación colaborativa	-	369.000	369.000	369.000	184.500	-	1.291.500
Pago por devolución a inversores	-	-	(227.126)	(454.251)	(454.251)	(454.251)	(1.589.879)
TOTAL FINANCIACIÓN	50.000	367.400	141.874	(85.251)	(269.751)	(454.251)	(249.979)
FLUJOS DE INVERSIÓN							
Desembolsos al desarrollador (Proy 1)	-	(95.421)	(88.834)	-	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 2)	-	(32.818)	(131.273)	(20.163)	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 3)	-	-	(95.421)	(88.834)	-	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 4)	-	-	(32.818)	(131.273)	(20.163)	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 5)	-	-	-	(95.421)	(88.834)	-	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 6)	-	-	-	-	(153.823)	(30.432)	(184.255)
Desembolsos al desarrollador (Proy 7)	-	-	-	-	(95.421)	(88.834)	(184.255)
Desembolsos al desarrollador	-	(128.239)	(348.346)	(335.691)	(358.241)	(119.265)	(1.289.782)
Cobro por devolución a inversores	-	-	227.126	454.251	454.251	454.251	1.589.879
Pago por adquisición de inversiones financieras	-	-	-	-	-	-	
Cobro por venta de inversiones financieras	-	-	-	-	-	-	
TOTAL INVERSIÓN	-	(128.239)	(121.220)	118.560	96.011	334.986	300.097
VARIACIÓN DE LA CAJA	50.000	180.701	14.564	54.728	(151.222)	(96.139)	52.632
VAN	131.349						

6.2.1. Flujo de Fondos Estimado del proyecto

Para nuestro plan financiero se consideró que los proyectos a financiar consisten en la construcción de una casa de 230m² en la zona del Gran Buenos Aires en el plazo de 16 meses por un costo total de aproximadamente USD 184.255 de acuerdo con el siguiente detalle de gastos estimados:

Conceptos	%	Importe
Preliminares	1,67%	2.565
Movimientos de suelos	1,15%	1.763
Estructura	25,19%	38.671
Herrerías	2,42%	3.719
Albañilería	29,59%	45.438
Impermeabilizaciones	1,76%	2.698
Instalación sanitaria-gas	3,44%	5.277
Instalación calefacción	1,65%	2.532
Instalación aires acondicionados	1,58%	2.431
Instalación eléctrica	4,73%	7.255
WIFI - TV	0,51%	785
Carpinterías aluminio	8,78%	13.482
Parasoles aluminio	2,86%	4.389
Durlok	2,12%	3.252
Piso cementicio	4,39%	6.741
Puertas interiores y exteriores	3,54%	5.434
Pintura	4,42%	6.789
Caja chica	0,20%	311
Gastos obra		153.531
Gastos escrituración venta (1% del costo de venta)		3.500
Gastos comerciales		7.660
Gastos notariales		4.596
IVA 10,5%		10.649
IVA 21%		4.319
Costo total		184.255

A su vez, para el cálculo del flujo de fondos, se hicieron las estimaciones de los desembolsos mensuales necesarios para afrontar los gastos de la obra hasta su finalización:

Mes	% desembolso	Importe
1	17,81%	32.818
2	6,37%	11.738
3	5,28%	9.733
4	4,58%	8.430
5	5,06%	9.317
6	6,69%	12.334
7	6,00%	11.051
8	6,90%	12.712
9	4,20%	7.730
10	8,12%	14.954
11	6,79%	12.505
12	5,70%	10.501
13	5,57%	10.268
14	3,74%	6.883
15	2,61%	4.800
16	4,60%	8.480
Total		184.255

6.2.2. Consideraciones para el cálculo de la WACC por Método de Flujo de Fondos Descontado al WACC

Tasa libre riesgo (Rf):	1,41%
Beta (B):	1,84
Tasa de mercado (Rm):	4,62%
Tasa libre de riesgo promedio 20 años (Rf*):	3,09%
Riesgo País (Riesgo País):	17,49%
Costo de capital (Ke):	20,3%

El aporte inicial de USD 50.000 será financiado por capital propio, integrado por ambos socios en partes iguales.

6.3. Conclusiones

De acuerdo al desarrollo del plan de negocios que se plantea, se puede concluir la factibilidad de este servicio, el que a su vez busca satisfacer las necesidades económicas de nuestros clientes brindando oportunidades de expansión y como contrapartida ofrecer la posibilidad de invertir en el mercado inmobiliario con menores sumas de dinero, obteniendo una rentabilidad a cambio y siendo transparentes con aquellos que apuestan a los proyectos; todo ello dentro de una plataforma que represente el ecosistema donde los usuarios interactúan de forma segura y rápida.

Estamos convencidos en que este servicio tiene el potencial de extender su funcionamiento a través de una aplicación para smartphones, financiar otro tipo de proyectos de cualquier índole y con amplias oportunidades de expansión fuera del territorio argentino gracias al uso de criptomonedas.

7. ANEXO IV – Campaña en Facebook Ads

Seteo de anuncio para que accedan a la plataforma:

Nombre de conjunto de anuncios Crear plantilla de nombres


sitio web - LADRILLO SEGURO - OCT21

Tráfico

Elige a dónde quieres dirigir el tráfico. Más adelante ingresarás los detalles sobre el destino.

- Sitio web
- App
Elige la app que quieres anunciar. Puedes anunciar cualquier app que hayas registrado en el sitio para desarrolladores de Facebook. [Obtener ayuda para anuncios de instalación de apps](#)
- Messenger
Dirige a las personas desde los anuncios a conversaciones de Messenger con tu negocio. El anuncio se mostrará a las personas con más probabilidades de abrir Messenger.
- WhatsApp
Cuando alguien haga clic en el anuncio, se abrirá una conversación con tu negocio en WhatsApp. El anuncio se mostrará a las personas con más probabilidades de enviarte un mensaje en WhatsApp.

Definición del público



Tu selección de público es relativamente amplia.

Alcance potencial: 37.400.000 personas ⓘ

Resultados diarios estimados

Alcance ⓘ

13K - 37K

Clics en el enlace ⓘ

298 - 863

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de campañas anteriores, el presupuesto definido, los datos del mercado, los criterios de segmentación y las

Presupuesto y calendario

Presupuesto ⓘ

Presupuesto total ▼
\$30.000,00
ARS

Calendario ⓘ

Fecha de inicio

7/10/2021

🕒 20:15

Hora de Buenos Aires

Finalización

7/11/2021

🕒 20:15

Hora de Buenos Aires

[Mostrar más opciones ▼](#)

Público

Define quién quieres que vea tus anuncios. [Más información](#)

Crear público

Usar público guardado ▼

20 a 59 - CABA - INTERES BIENES RAICES CRIPTO DOLAR

Lugar - Viviendo en:

Argentina: Buenos Aires (+40 km) Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Edad:

20 - 59

Personas que coinciden con:

Intereses: Dólar, Renta fija, Renta financiera, Bienes raíces, Bono (finanzas) o Criptomoneda

Editar

Columna derecha, Resultados de búsqueda, Artículos instantáneos

3 ubicaciones

Texto principal

1 de 5

NUEVA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Querés saber más? [Ingresá](#) en link de la BIO y [conocé](#) más sobre esta oportunidad.

Es momento de hacer crecer tus ahorros
Ladrillo Seguro, simple, seguro y rentable.

[#crowdfunding](#) [#vistabelgrano](#) [#belgrano](#) [#inversionesrentables](#)
[#inversiones](#) [#argentina](#)

+ Agregar opcio...

Título

Ladrillo Seguro

+ Agregar opcio...

Descripción · Opcional

1 de 5

Plataforma de crowdfunding

+ Agregar opcio...

14 ubicaciones



Facebook

Feed de grupos



ARQtube
Publicidad ·



NUEVA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN... [Ver más](#)

Vista Belgrano

DEPARTAMENTOS PARA RENTA

25~35%

Rentabilidad estimada

EN DÓLARES

LADRILLOSEGURO.COM.AR
Ladrillo Seguro
Plataforma de crowdfunding

[Ver más](#)



Me gusta



Comentar



Compartir

8. ANEXO V – Campaña Google Ads

Objetivo de la campaña de búsqueda con conjunto de anuncios:

Selección de objetivo y tipo de campaña en Google Ads.

Selección del objetivo de la campaña:

- Ventas**
- Clientes potenciales**
- Tráfico al sitio web** (seleccionado): Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web. TIPOS DE CAMPAÑAS: Búsqueda • Display • Shopping • Video • Discovery
- Consideración de la marca y del producto**
- Cobertura y notoriedad de marca**
- Promoción de la aplicación**
- Visitas a tiendas y promociones locales**
- Crear una campaña sin un objetivo concreto**

Selección del tipo de campaña:

- Búsqueda** (seleccionado): Llega a los clientes interesados en tu producto o servicio con anuncios de texto.
- Display**: Publica diferentes tipos de anuncios en la Web.
- Shopping**: Promociona tus productos con anuncios de shopping.
- Video**: Llega a los usuarios de YouTube y capta su interés en toda la Web.
- Discovery**: Publica anuncios en YouTube, Gmail, Discover y muchos sitios más.

Extensiones de enlaces de sitio

Seleccionar y crear extensiones de enlaces de sitio a nivel de campaña
Añade al menos dos extensiones de subenlaces

Añadir una extensión de enlaces de sitio nueva

Enlace de sitio 1
Texto del enlace de sitio
Ava Belgrano

Línea descriptiva 1 (recomendada) 12/25
Rentabilidad 20% USD en 24 meses ⓘ

Línea descriptiva 2 (recomendada) 32/35
Edificio de categoría

URL final 21/35
http://www.oearquitectura.com.ar/avabelgrano ⓘ

Enlace de sitio 2
Texto del enlace de sitio
Casa Barrio Cerrado

Línea descriptiva 1 (recomendada) 19/25
Rentabilidad 15% USD en 12 meses ⓘ

Línea descriptiva 2 (recomendada) 32/35
Vivienda unifamiliar en Albanueva

URL final 33/35
http://www.oearquitectura.com.ar/casaminima ⓘ

Enlace de sitio 3

Texto del enlace de sitio

Lote Exclusivo

Línea descriptiva 1 (recomendada) 14/25

Rentabilidad 35% USD en 30 meses ⓘ

Línea descriptiva 2 (recomendada) 32/35

Lote en barrio Santa Barbara

URL final 28/35

http://www.oearquitectura.com.ar/santabarbalote ⓘ

Enlace de sitio 4

Texto del enlace de sitio

Ava Saavedra

Línea descriptiva 1 (recomendada) 12/25

Rentabilidad 22% USD en 24 meses ⓘ

Línea descriptiva 2 (recomendada) 32/35

Edificio de categoría

URL final 21/35

http://www.oearquitectura.com.ar/avasaavedra ⓘ

Configuración del seteo de palabras claves para aparecer en las búsquedas:

Grupo de anuncios 1

Palabras clave

Ver sugerencias de palabras clave

🔗 Introducir URL de página web relacionada

🏠 Introducir productos o servicios

[ACTUALIZAR PALABRAS CLAVE](#)

Introducir palabras clave

Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar los anuncios con los términos que buscan los usuarios

proyecto de inversion
fideicomiso
inmobiliaria invertir
inversion en real estate
inversion en bienes inmuebles
crowdium
invertir en crowdfunding inmobiliario
"edificio renta"
simplestate
"Rentabilidad en dólares"
"sumar inversion"
opciones de inversion
Crowdfunding argentina
financiamiento colectivo

Los tipos de concordancia ayudan a controlar qué búsquedas pueden activar tus anuncios
palabra clave = concordancia amplia "palabra clave" = concordancia de frase [palabra clave] = concordancia exacta [Más información](#)

Anuncios

URL final

www.ladrilloseguro.com.ar

Ruta visible

ladrilloseguro.com.ar /

0/15 0/15

Títulos 1/15

Para que los anuncios tengan un rendimiento óptimo, incluye estas palabras clave en tus títulos

- real estate crowdfunding ladrillo
- fideicomiso crowdfunding inmobiliario
- financiamiento colectivo

[Más ideas >](#)

Invertir en {Keyword:}

Crowdfunding argentina 12/30

Rentabilidad en dolares 22/30

Eficacia del anuncio [Dejar comentarios](#)

Media

Añade más títulos para aumentar tus posibilidades de mejorar el rendimiento < >

- Añade más títulos [Ver ideas](#)
- Incluye palabras clave populares en los títulos [Ver ideas](#)
- Escribe títulos menos repetitivos [Ver ideas](#)
- Escribe descripciones menos repetitivas [Ver ideas](#)

Vista previa < > || 📱 🖥️

En la vista previa se muestran posibles versiones de anuncio creadas con tus recursos. No se muestran todas las combinaciones. Los recursos pueden mostrarse en cualquier orden, por lo que debes comprobar que tienen sentido de forma individual o en conjunto, y que no infringen nuestras políticas ni las leyes locales. También es posible que el contenido se acorte en algunos formatos. Puedes asegurarte de que aparezca un texto específico en el anuncio. [Más información](#)

Objetivo de la campaña: generar impresiones por medio de pauta publicitaria en videos de Youtube de acuerdo al segmento que apuntamos:

Selecciona el objetivo de esta campaña ⓘ

 Ventas	 Clientes potenciales	 Tráfico al sitio web	 Consideración de la marca y del producto
 Cobertura y notoriedad de marca	 Promoción de la aplicación	 Visitas a tiendas y promociones locales	 Crear una campaña sin un objetivo concreto

Selecciona un tipo de campaña ⓘ

Video ✓

Llega a los usuarios de YouTube y capta su interés en toda la Web

Segmentos de audiencia

Selecciona segmentos de audiencia para definir quién debería ver tus anuncios. Puedes crear nuevos segmentos en [Gestor de audiencias](#). ⓘ

BÚSQUEDA	EXPLORAR	8 seleccionados	BORRAR TODO
<input type="text" value="mercado inmobiliario"/>		Segmentos afines	
<input checked="" type="checkbox"/> Qué buscan habitualmente o qué están planificando (36)		Tecnología	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Mercado inmobiliario		Banca y finanzas	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Locales comerciales		Banca y finanzas Bancos online	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Locales comerciales (en venta)		Con intención de compra: otro	
<input checked="" type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Servicios de inversión		mercado inmobiliario	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Apartamentos nuevos (en venta)		inmuebles	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Segmentos con intención de compra Locales comerciales (para alquilar)		venta inmobiliaria	<input checked="" type="checkbox"/>
		Segmentos con intención de compra	

Ampliación de la audiencia

Llega a más usuarios similares a las audiencias que has seleccionado. [Más información](#)

Contenido: dónde quieres que se muestren tus anuncios
 Restringe la cobertura con palabras clave, temas o emplazamientos

Palabras clave

Elige términos relacionados con tus productos o servicios para orientar tus anuncios a contenido relevante

Inversión
 renta en dólares
 mercado inmobiliario
 finanzas
 compra inmuebles
 crowdfunding
 rentabilidad

Ideas para palabras clave

Introduce un sitio web relacionado

Introduce tu producto o servicio

Solo mostramos sugerencias de palabras clave relevantes para tu empresa. Para obtener ideas, introduce (en el campo de arriba) la página de destino, un sitio web relacionado o palabras o frases que describan tu producto o servicio.

Temas Cualquier tema

Emplazamientos Cualquier emplazamiento

Tu video de YouTube

¿Qué es el Crowdfunding? ¿Conviene in...
 de Ramiro Marra • 16,917 visualizaciones
 Las nuevas tecnologías han permitido el su...

Formato del anuncio de video

Anuncio in-stream saltable

Anuncio video discovery

Los siguientes formatos de anuncio no están disponibles en esta campaña: anuncio bumper, anuncio in-stream no saltable, anuncio out-stream

URL final
[http:// ladrilloseguro.com.ar](http://ladrilloseguro.com.ar)

URL visible
ladrilloseguro.com.ar

Llamada a la acción

Llamada a la acción
Infórmate

Título
Ladrillo Seguro

YOUTUBE PARTNERS DE VÍDEO DE GOOGLE

Ejemplo del anuncio in-stream saltable en YouTube

[PREVISUALIZAR ANUNCIO EN YOUTUBE](#) [COPIAR ENLACE](#)

Para previsualizar el anuncio en YouTube para móviles, copia el enlace y compártelo con un dispositivo móvil.

Objetivo de la campaña: tráfico al sitio web por medio de campaña de display:

Selecciona el objetivo de esta campaña ⓘ

<p>Ventas</p>	<p>Clientes potenciales</p>	<p>Tráfico al sitio web</p> <p>Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web</p> <p>TIPOS DE CAMPAÑAS Búsqueda · Display · Shopping · Vídeo · Discovery</p>	<p>Consideración de la marca y del producto</p>
<p>Cobertura y notoriedad de marca</p>	<p>Promoción de la aplicación</p>	<p>Visitas a tiendas y promociones locales</p>	<p>Crear una campaña sin un objetivo concreto</p>

CONTINUAR CANCELAR

Selecciona un tipo de campaña ⓘ

<p>Búsqueda</p> <p>Llega a los clientes interesados en tu producto o servicio con anuncios de texto</p>	<p>Display</p> <p>Atrae a nuevos clientes a tu sitio web, amplía tu lista de visitantes con anuncios que se muestren en toda la Web, y optimiza el rendimiento de tu campaña con las pujas automáticas, la segmentación y la creación de anuncios</p>	<p>Shopping</p> <p>Promociona tus productos con anuncios de shopping</p>	<p>Vídeo</p> <p>Llega a los usuarios de YouTube y capta su interés en toda la Web</p>
<p>Discovery</p> <p>Publica anuncios en YouTube, Gmail, Discover y muchos sitios más</p>			

CONTINUAR CANCELAR

Presupuesto y pujas

Presupuesto

Fija un presupuesto diario medio para esta campaña

La cantidad máxima que puedes llegar a pagar al mes es tu presupuesto diario multiplicado por 30,4 (el promedio de días de un mes). Es posible que algunos días inviertas una cantidad inferior o superior al presupuesto diario. [Más información](#)

Puja

¿En qué quieres centrarte? ⓘ

Conversiones ▾

Métrica recomendada para tu objetivo de la campaña

¿Cómo quieres conseguir conversiones? ⓘ

Maximizar conversiones automáticamente ▾

Definir un coste por acción objetivo

✓ Esta campaña usará la estrategia de puja **Maximizar conversiones** para que obtengas el mayor número de conversiones posible con tu presupuesto

También puedes seleccionar una estrategia de puja directamente (no se recomienda)

Segmentación

Personas

Segmentos de audiencia

Sugiere quién puede ver tus anuncios. Puedes crear nuevos segmentos en [Gestor de audiencias](#). ⓘ

Segmentos objetivo (5)

Quiénes son
 Posgrado y Grado universitario

Cuáles son sus intereses y hábitos
 Tecnología y Banca y finanzas

Qué buscan habitualmente o qué están planificando
 Mercado inmobiliario

Grupos demográficos

Sugiere usuarios en función de la edad, el sexo, el estado parental o los ingresos familiares ⓘ

Grupos demográficos objetivo

Edad
 25 - 34 + 4 más

Anuncios

Creación de anuncios

URL final ⓘ

https://www.crowdium.com

Imágenes y logotipos ⓘ

Añade 2 o más imágenes de alta calidad (se necesitan 1 cuadrada y 1 horizontal) [Más información](#)

Videos

Opcional (los videos verticales y horizontales que duran aproximadamente 30 segundos funcionan mejor)

[+ VÍDEOS](#)

Títulos ⓘ

Añade hasta 5 títulos

Crowdfunding Inmobiliario	25/30
Fideicomiso al costo	20/30
Ladrillo Seguro	15/30
Invierte en un inmueble	23/30
+ TÍTULO	
Título largo ⓘ	
Invierte en ladrillo	20/90
Descripciones ⓘ	
Añade un máximo de 5 descripciones	
Complejo De Departamentos Próximo A Estrenarse Ubicado En El C	90/90
Departamento a la venta	23/90

Eficacia del anuncio ⓘ [Dejar comentarios](#)

Bueno

El título largo es demasiado corto. Debe tener al menos 30 caracteres.

- ✔ Imágenes
- ✔ Videos
- ✔ Títulos [Ver ideas](#)
- ✔ Descripciones [Ver ideas](#)

SITIOS WEB Y APLICACIONES
PROPIEDADES DE GOOGLE

Formatos de anuncio principales ▾

<
>
⏸
📱
🖥

Ejemplo de anuncio de video (320x568) Nuevo

Estimaciones semanales

Impresiones disponibles ⌵

En función de la configuración y la segmentación, y no de tu presupuesto ni tu puja

Impresiones
10000 M+

0 desde la última actualización

Tu rendimiento estimado

En función de la segmentación, la configuración y un presupuesto diario de **30.000,00 ARS**

Clics Conversiones
16 mil - 80 mil No disponible

CPA medio
No disponible

[Dejar comentarios](#)