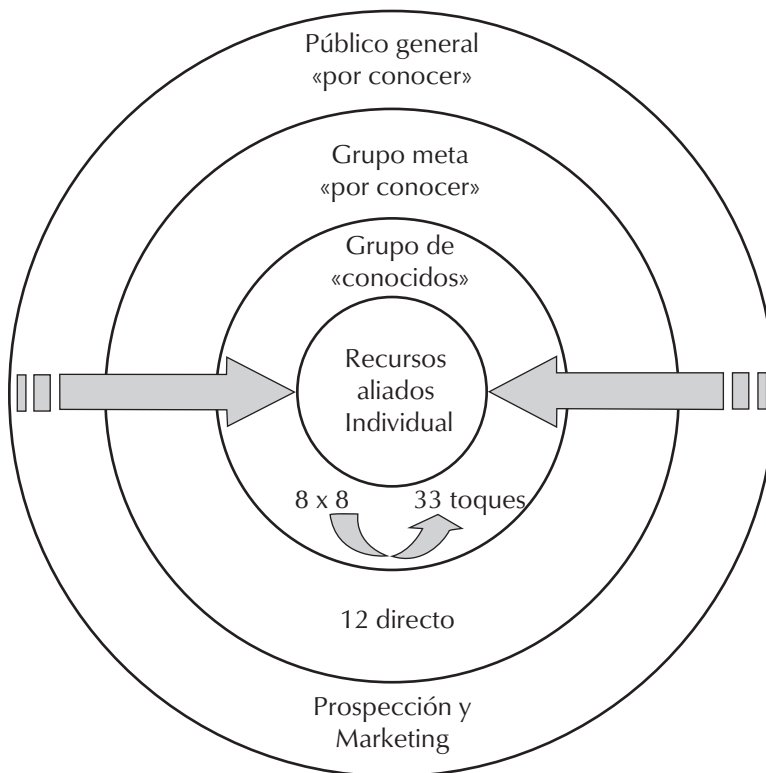


La fórmula básica del modelo económico del agente de bienes raíces millonario

Para vendedores	Para los compradores
_____ Citas para listados de vendedores	_____ Citas para listados de compradores
x _____ % Tasa de conversión	x _____ % Tasa de conversión
= _____ Listados de vendedores tomados	= _____ Listados de compradores tomados
x _____ % Tasa de conversión	x _____ % Tasa de conversión
= _____ (Listados de) vendedores vendidos	= _____ (Listados de) compradores vendidos
x _____ Promedio de comisión/ Tarifa del vendedor	x _____ Promedio de comisión/ Tarifa del compradores
= _____ Ingresos brutos por concepto de vendedores	= _____ Ingresos brutos por concepto de compradores
	
= _____ Ingresos brutos totales	
- _____ Gastos	
= _____ Ingresos netos	

Commissions are not set by law or practice and are fully negotiable. There is no commission standard and pricing will vary by agent and market conditions. Nothing in this book is meant to set, establish, or suggest any particular commission rates, fees, or practices.

El modelo estratégico para generar prospectos y establecer relaciones



Su estrategia: Generar prospectos y atraer personas hacia sus círculos cercanos

Ingresos por comisión bruta	(6 millones) \$180,000	(10 millones) \$300,000	(16.7 millones) \$500,000	(26.7 millones) \$800,000	(40 millones) \$1,200,000
Costo de ventas*	21,000	21,000	100,000	250,000	350,000
Beneficio bruto	159,000 88 %	279,000 93 %	400,000 80 %	550,000 69 %	850,000 71 %
Gastos	59,300 33 %	93,000 31 %	152,500 31 %	238,000 30 %	344,000 29 %
Ingresos netos	99,700 55 %	186,000 62 %	247,500 50 %	312,000 39 %	506,000 42 %

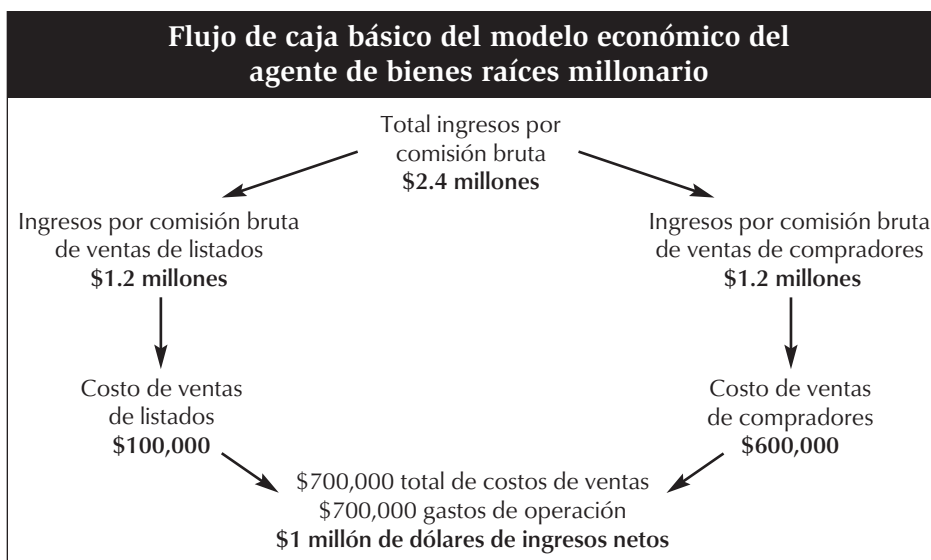
* Presupone que el costo de ventas incluye costos de oficina o divisiones, comisiones o salarios pagados a los agentes de compradores o de vendedores que le ayudan en el negocio, regalías y honorarios de referencia.

** Todos los porcentajes se han redondeado al porcentaje más cercano.

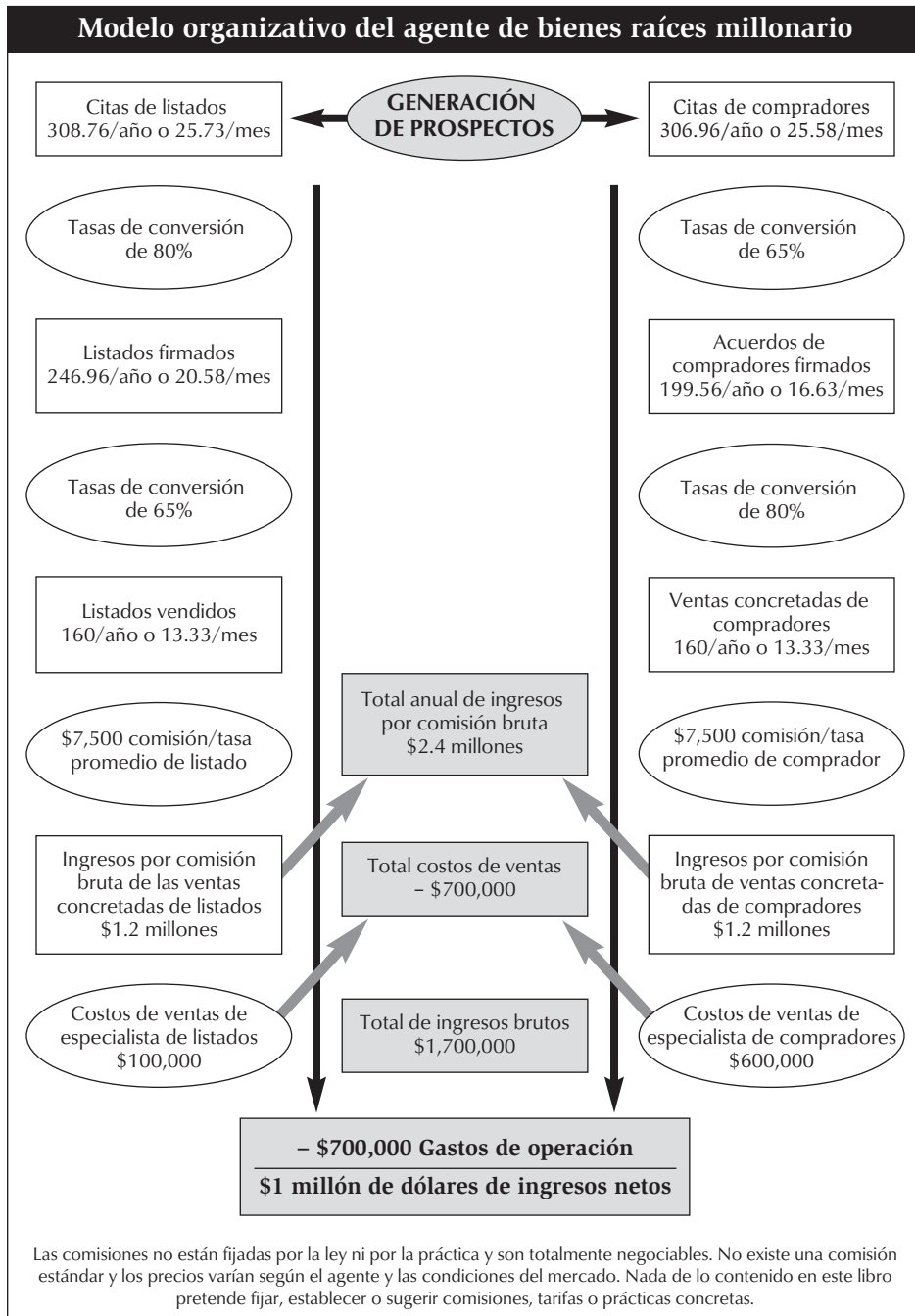
Commissions are not set by law or practice and are fully negotiable. There is no commission standard and pricing will vary by agent and market conditions. Nothing in this book is meant to set, establish, or suggest any particular commission rates, fees, or practices.

DETALLE DE GASTOS					
1. Salarios	20,000 11.1 %	36,000 12 %	65,000 13 %	100,000 12.5 %	144,000 12 %
2. Generación de prospectos	18,000 10 %	30,000 10 %	50,000 10 %	80,000 10 %	120,000 10 %
3. Ocupación	1,500 0.8 %	2,500 0.8 %	3,000 0.6 %	4,000 0.5 %	5,000 0.4 %
4. Tecnología	4,000 2.2 %	4,500 1.5 %	7,500 1.5 %	12,000 1.5 %	18,000 1.5 %
5. Teléfono	2,600 1.4 %	3,000 1 %	5,000 1 %	10,000 1.3 %	12,000 1 %
6. Suministros	1,800 1 %	3,000 1 %	5,000 1 %	8,000 1 %	12,000 1 %
7. Educación/ Cuotas	1,800 1 %	2,000 0.7 %	5,000 1 %	7,000 0.9 %	12,000 1 %
8. Equipos	3,600 2 %	6,000 2 %	6,000 1.2 %	8,000 1 %	12,000 1 %
9. Vehículo/ Seguro	6,000 3.3 %	6,000 2 %	6,000 1 %	9,000 1.1 %	9,000 0.8 %

Todos los porcentajes expresados en % de ingresos brutos. Estos datos son aproximados y se han redondeado a la décima más próxima.



Commissions are not set by law or practice and are fully negotiable. There is no commission standard and pricing will vary by agent and market conditions. Nothing in this book is meant to set, establish, or suggest any particular commission rates, fees, or practices.



Commissions are not set by law or practice and are fully negotiable. There is no commission standard and pricing will vary by agent and market conditions. Nothing in this book is meant to set, establish, or suggest any particular commission rates, fees, or practices.

